

Mišljenje povrćara Grada Zagreba o prodaji povrća u vrijeme pandemije COVID-19

Čop, Tajana; Antolić, Nikolina; Njavro, Mario

Source / Izvornik: **Agroeconomia Croatica, 2021, 11, 11 - 18**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:204:760911>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-05**



Repository / Repozitorij:

[Repository Faculty of Agriculture University of Zagreb](#)



Mišljenje povrćara Grada Zagreba o prodaji povrća u vrijeme pandemije COVID-19

Tajana Čop¹, Nikolina Antolić², Mario Njavro¹

¹Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, Zavod za menadžment i ruralno poduzetništvo, Svetošimunska cesta 25, 10000 Zagreb, Hrvatska (tcop@agr.hr)

²Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, preddiplomski studij Agrarna ekonomika, Svetošimunska cesta 25, Zagreb, Hrvatska

SAŽETAK

Cilj je rada ispitati mišljenje proizvođača povrća s područja Grada Zagreba o poslovanju i prodaji povrća tijekom pandemije COVID-19 bolesti. Nadalje, cilj je ispitati koji su problemi najviše pogađali proizvođače povrća, te kanale prodaje povrća koje su primijenili prije i tijekom pandemije. Anketno ispitivanje provedeno je online na uzorku od 31 ispitanika. Rezultati pokazuju kako se tijekom pandemije bolesti COVID-19 povećala potražnja za povrćem, te kako je došlo i do povećanja broja kupaca kod povrćara iz uzorka. Kao najveći problem povrćari su naveli online prodaju (9,68 %). Oko 35 % povrćara je svoju prodaju tijekom zatvaranja (*lockdowna*) provodilo online, dok je prije i tijekom cijelog trajanja COVID-19 pandemije online prodaju prihvatilo tek 10 % povrćara.

Ključne riječi: COVID-19, koronavirusna bolest, povrćarstvo, mišljenje, online prodaja

UVOD

Nakon pojave koronavirusa u gradu Wuhanu i COVID-19 bolesti, cijeli svijet se postupno zatvara (Matthews, 2021). U prehrambenom je sektoru važno očuvanje zdravlja zaposlenika i osiguranje dovoljne radne snage. Razne organizacije, primjerice FAO (2020) i WHO (2020) napominju kako je važno zaštititi i održati zdravlje ljudi koji rade u lancu opskrbe hranom u vrijeme pojave COVID-19 bolesti. S pojavom pandemije COVID-19,

potražnja potrošača za hranom se povećala, police trgovina privremeno su ispražnjene i rezultirale su prekomjernom kupnjom osnovnih namirnica. Međutim, unatoč toj dosad nezabilježenoj potražnji, lanac opskrbe hranom i dalje je snažan jer su mnogi dionici u lancu opskrbe, uključujući poljoprivrednike, proizvođače, distributere i trgovce na malo, radili na punjenju polica (Watts, 2020). Zbog COVID-19 bolesti smanjena je kupovna moć potrošača i otežana je proizvodnja i distribucija (OECD, 2020a). Kao problem u

proizvodnji javlja se nedostatak radne snage i pad prihoda. Zbog manjka radne snage i posljedično nedovoljne njege usjeva može doći do nepravilnog razvoja usjeva, a zbog socijalne distance rizik su poteškoće u distribuciji, marketingu, i opskrbnom lancu (Matthews, 2021). Za uspješan distribucijski lanac važna je primjena strategija upravljanja opskrbom kako bi se ispunili zahtjevi potrošača i održao protok hrane i robe (de Sousa Jabbour i sur., 2020). Pandemija COVID-19 bolesti je utjecala na sve segmente lanaca opskrbe hranom, od proizvodnje, prerade, transporta, logistike kao i na samu potražnju (OECD, 2020b).

Zbog pojave COVID-19 bolesti došlo je do pada ekonomskog rasta, smanjenja cijene mesa za 7 – 18 % i mliječnih proizvoda 4 – 7 % u 2020. godini (Elleby i sur., 2020). Gu and Wang (2020) su u svom istraživanju potvrdili kako je pandemija COVID-19 utjecala na sve dionike opskrbnog lanca u sektoru povrća. Tržišni su rizici značajno porasli, te su vidljive razlike u cijenama proizvoda koji su prodavani na tradicionalni način, ali i online prodaje. Nadalje, povrćari su suočeni s velikim gubicima na gospodarstvu, a dohodak je smanjen.

Poljoprivredni proizvođači su morali prilagoditi svoje poslovanje kako bi opstali na tržištu i kako ne bi ostvarili velike gubitke. Prodaja se s tradicionalnih kanala usmjerila na nove načine prodaje. Online prodaja i kupovina hrane je u fazi razvoja, a do sada, kupnja putem interneta obično je bila manja od 5 % ukupne prodaje (Nielsen 2015).

U svijetu, poznate platforme za online trgovinu proširuju svoju internetsku ponudu uključujući prehrambene proizvode, te je tako Amazon pokrenuo internetsku uslugu dostave namirnica – AmazonFresh, u odabranim regijama SAD-a, Velike Britanije i Njemačke. Prehrambene namirnice putem interneta uvele

su još neke platforme, kao primjerice, Alibaba, Flipkart i MercadoLibre. Prema Kalajžić (2020) nekolicina je OPG-ova svoju prodaju prebacila online, pomoću različitih društvenih mreža (primjerice, Facebook) i mobilnih aplikacija za razmjenu poruka (Viber, Whatsapp). Zbog pojave COVID-19 bolesti pokrenute su online tržnice od kojih izdvajamo online tržnice u Zagrebu, koje od travnja 2020. imaju 90.694 korisnika, te više od 60.000 posjeta mjesečno i 210 proizvođača (Starčević, 2021).

Cilj je rada ispitati mišljenje proizvođača povrća s područja Grada Zagreba o poslovanju i prodaji povrća u vrijeme COVID-19 pandemije. Osim mišljenja o poslovanju tijekom pandemije, cilj je ispitati koji su problemi najviše pogađali proizvođače povrća, te kanale prodaje povrća prije i tijekom COVID-19 pandemije.

MATERIJAL I METODE

Istraživanje je provedeno metodom ankete na prigodnom uzorku povrćara s područja Grada Zagreba. Anketni upitnik proveden je s ciljem ocjene mišljenja povrćara o prodaji povrća u neizvjesnom vremenu COVID-19 pandemije. Anketni upitnik obuhvaćao je pitanja vezana uz ocjenu mišljenja povrćara o prodaji povrća u vrijeme pandemije, problemima tijekom pandemije COVID-19 u različitim fazama poslovnog procesa, kao i načinima prodaje povrća u različitim scenarijima. Pitanja su pretežno zatvorenog tipa. Mišljenje o prodaji povrća i problemima tijekom COVID-19 pandemije ispitano je u formi Likertove skale s pet stupnjeva. Osim navedenih pitanja, anketa je obuhvaćala socio-demografska pitanja i pitanja o gospodarstvu. Istraživanje je provedeno od travnja do kolovoza 2021. godine. Zbog COVID-19 pandemije istraživanje je provedeno online, putem platforme Google obrasca. Ukupno

je prikupljen 31 ispravno popunjeni anketni upitnik. Nakon prikupljenih podataka, obrada podataka provedena je deskriptivnom statistikom, primjenom STATA-e v. 16.

REZULTATI I RASPRAVA

U istraživanju je sudjelovao ukupno 31 proizvođač povrća s područja Grada Zagreba. Prema spolu dominiraju ispitanici ženskog spola (54,8 %), dok prema dobi najveći udio ispitanika pripada grupi od 30 do 64 godine. S

obzirom na obrazovanje prevladavaju ispitanici sa završenom srednjom stručnom spremom (64,5 %) i višom stručnom spremom (25,81 %).

Gospodarstva su mala, veličine od 1 do 5 hektara, dok je distribucija pod površinama na kojima se provodi proizvodnja povrća različita, do najviše 6 hektara. U najvećem udjelu prevladavaju površine pod povrćem od 1,5 hektara (16,13 %), te jedan hektar (12,90 %), dva hektara (12,90 %) i tri hektara (12,90 %) (Tablica 1).

Tablica 1: Socio-demografska obilježja i obilježja gospodarstva (N=31)

| Varijabla | N=31 | f | % |
|------------------------|-----------------------|------|-------|
| Spol | Muško | 14 | 45,16 |
| | Žensko | 17 | 54,84 |
| Dob | 18 – 29 | 8 | 25,81 |
| | 30 – 44 | 10 | 32,26 |
| | 45 – 64 | 12 | 38,71 |
| | ≥ 65 | 1 | 3,23 |
| Obrazovanje | Osnovna škola | 0 | 0 |
| | Srednja škola | 20 | 64,52 |
| | Viša stručna sprema | 8 | 25,81 |
| | Visoka stručna sprema | 3 | 9,68 |
| Veličina gospodarstva | < 1 ha | 0 | 0 |
| | 1-5 ha | 30 | 96,77 |
| | 5,01-10 ha | 1 | 3,23 |
| Povrčarska proizvodnja | 1 | 4 | 12,90 |
| | 1,1 | 1 | 3,22 |
| | 1,2 | 3 | 9,68 |
| | 1,5 | 5 | 16,13 |
| | 1,8 | 1 | 3,22 |
| | 2 | 4 | 12,90 |
| | 2,2 | 1 | 3,22 |
| | 2,3 | 1 | 3,22 |
| | 2,5 | 3 | 9,68 |
| | 3 | 4 | 12,90 |
| | 3,5 | 1 | 3,22 |
| | 4 | 1 | 3,22 |
| | 4,5 | 1 | 3,22 |
| 6 | 1 | 3,22 | |

Izvor: Autori

Ispitanici pretežno uzgajaju sezonsko povrće. No, osim povrćarske proizvodnje na gospodarstvima se uzgajaju i druge kulture. Dodatno, uzgojem voća se bavi 41,94 % ispitanika, 22,58 % se bavi stočarskom proizvodnjom, dok se uzgojem žitarica bavi njih 19,35 %.

Mišljenje povrčara o poslovanju tijekom pandemije COVID-19 ispitano je izjavama koje su prikazane pomoću Likert skale s pet stupnjeva slaganja. Proizvođači povrća Grada Zagreba se najviše slažu s izjavom da se za vrijeme COVID-19 pandemije povećala

potražnja za povrćem (srednja vrijednost = 4,48, SD = 0,68) i izjavom da je u vrijeme pandemije došlo do povećanja broja kupaca (srednja vrijednost = 4,35; SD = 0,71). S druge strane, povrčari se najmanje slažu s izjavom da su prije pandemije surađivali s ostalim povrčarima radi lakše prodaje povrća (srednja vrijednost = 2,94, SD = 1,06), izjavom da su u vrijeme COVID-19 pandemije surađivali s ostalim povrčarima radi lakše prodaje povrća (srednja vrijednost = 2,94, SD = 1,06) i izjavom da je danas online prodaja najvažniji način prodaje povrća na njihovim gospodarstvima (srednja vrijednost = 2,55, SD = 1,43).

Tablica 2: Mišljenje povrčara o poslovanju tijekom pandemije COVID-19

| Izjave | Srednja vrijednost | Min | Max | SD |
|--|--------------------|-----|-----|------|
| U vrijeme pandemije povećala se potražnja za povrćem | 4,48 | 3 | 5 | 0,68 |
| U vrijeme pandemije došlo je do povećanja broja kupaca | 4,35 | 3 | 5 | 0,71 |
| Konkurencija među povrčarima se u vrijeme pandemije povećala | 3,58 | 1 | 5 | 0,96 |
| Cijene povrća sam u vrijeme pandemije morao/la povećati | 3,48 | 1 | 5 | 0,96 |
| Zbog pojave pandemije online prodaja mi je porasla | 3,29 | 1 | 5 | 1,62 |
| Za vrijeme pandemije došlo je do rasta transportnih troškova poslovanja | 3,29 | 1 | 5 | 1,13 |
| U vrijeme pandemije došlo je do porasta broja transporta naručenih proizvoda | 3,26 | 1 | 5 | 1,18 |
| I danas provodim prodaju online putem | 3,06 | 1 | 5 | 1,73 |
| Online prodaja olakšala mi je prodaju poljoprivrednih proizvoda u vrijeme pandemije COVID-19 | 3,03 | 1 | 5 | 1,76 |
| Prije pandemije surađivao sam sa ostalim povrčarima radi lakše prodaje povrća | 2,94 | 1 | 5 | 1,06 |
| U vrijeme pandemije surađivao sam sa ostalim povrčarima radi lakše prodaje povrća | 2,94 | 1 | 5 | 1,06 |
| Danas je online prodaja najvažniji način prodaje povrća na mom gospodarstvu | 2,55 | 1 | 5 | 1,43 |

Izvor: Autori

Stupanj slaganja s pojedinim izjavama vezanim za probleme tijekom COVID-19 pandemije ocijenjeno je Likertovom skalom od 1 do 5. Za potrebe prikaza rezultata početna skala od 1 do 5 stupnja slaganja s pojedinim izjavama vezanim za probleme tijekom pandemije sažeta je na tri stupnja. Uopće nije problem i Uglavnom nije problem prikazano je pomoću varijable „Nije problem“, Nemam stav kao zasebna varijabla, te Umjereni problem i Veliki problem je sažeto u varijablu „Problem“.

Najmanji problem za većinu ispitanika (93,55 %) je radna snaga, te nabava i dostupnost inputa, organizacija i troškovi dostave, te online prodaja (83,87 %), dok je online prodaja problem za samo 10 % ispitanika. Problem, organizaciju i troškove dostave navodi samo 3,2 % ispitanih povrčara. Što se tiče problema, prerade i pakiranja i marketinga, najveći udio ispitanika nema stav je li navedeno problem ili nije problem u poslovanju tijekom COVID-19 pandemije.

Tablica 3: Stupanj slaganja s pojedinim izjavama vezanim za probleme tijekom pandemije COVID-19

| Problemi | Nije problem | | Nemam stav | | Problem | |
|---------------------------------|--------------|-------|------------|-------|---------|------|
| | f | % | f | % | f | % |
| Radna snaga | 29 | 93,55 | 2 | 6,45 | 0 | 0 |
| Nabava i dostupnost inputa | 26 | 83,87 | 5 | 16,13 | 0 | 0 |
| Organizacija i troškovi dostave | 26 | 83,87 | 4 | 12,90 | 1 | 3,23 |
| Prerada i pakiranje | 25 | 80,65 | 6 | 19,35 | 0 | 0 |
| Online prodaja | 26 | 83,87 | 2 | 6,45 | 3 | 9,68 |
| Marketing | 25 | 80,65 | 6 | 19,35 | 0 | 0 |

Izvor: Autori

Proizvođači povrća trebali su se i načinima prodaje povrća prilagoditi COVID-19 pandemiji. Kanali prodaje povrća su različiti. Najveći udio ispitanika (74 %) prije pojave koronavirusne bolesti prodavalo je svoje proizvode na kućnom pragu, izravnom prodajom na gospodarstvu, te prodajom na tržnicama (71 %). Prije pojave koronavirusne bolesti u malom udjelu povrčari su prodavali povrće u specijaliziranim trgovinama (3 %). Pojavom koronavirusne bolesti načini prodaje se razlikuju i zbog nemogućnosti prodaje na tržnicama i izravnom prodajom. U vrijeme koronavirusne bolesti prodaja povrća se najviše provodila dostavom na kućni prag

(26 %). Izravna prodaja na gospodarstvu (6 %), prodaja na tržnicama (10 %), festivalima (10 %) i online prodaja (10 %) je u vrijeme koronavirusne bolesti niska, ali su je poneki povrčari primjenjivali u svom poslovanju. Za trajanje samog *lockdowna* prodaja povrća provodila se samo online putem, no isto je primijenilo samo 35 % ispitanika, dok je 3 % ispitanika provodilo dostavu na kućni prag. U najvećem obimu od ponuđenih kanala prodaje ispitanici ne primjenjuju uopće prodaju kroz maloprodajne lance (84 %), restorane (84 %) i prodaju u specijaliziranim trgovinama (81 %).

Tablica 4: Kanali prodaje u različitim scenarijima

| | Prodaju povrća prije pojave koronavirusa provodio/la sam na način | Prodaju povrća u vrijeme koronavirusa provodim na način | Prodaju povrća u vrijeme samog <i>lockdowna</i> (ožujak – travanj 2020.) provodio/la sam na način | Ovaj kanal prodaje provodio/la sam prije i u vrijeme koronavirusa i tijekom <i>lockdowna</i> | Ne primjenjujem navedeni kanal prodaje |
|--|---|---|---|--|--|
| Izravna prodaja na gospodarstvu/ kućnom pragu | 74 % | 6 % | 0 % | 13 % | 6 % |
| Prodaja na tržnicama | 71 % | 10 % | 0 % | 16 % | 3 % |
| Festivali | 39 % | 10 % | 0 % | 19 % | 32 % |
| Restorani | 0 % | 0 % | 0 % | 16 % | 84 % |
| Kućna dostava | 0 % | 26 % | 3 % | 10 % | 61 % |
| Prodaja u specijaliziranim trgovinama | 3 % | 0 % | 0 % | 16 % | 81 % |
| Prodaja u maloprodaji | 0 % | 0 % | 0 % | 16 % | 84 % |
| Online prodaja | 0 % | 10 % | 35 % | 10 % | 45 % |

Izvor: Autori

Više od pola ispitanika (58,1 %) je navelo kako ih je COVID-19 pandemija potaknula na pokretanje online prodaje, dok je 38,7 % ispitanika odgovorilo da ih pandemija nije potaknula na pokretanje online prodaje. Prije pojave same COVID-19 pandemije, oko 3,2 % ispitanika je koristilo online prodaju. Više od jedne trećine povrćara (38,6 %) izjasnilo se kako nije koristilo online način prodaje vlastitih proizvoda, dok je 22,6 % online prodaju vršilo pomoću vlastite web stranice. Prodaju pomoću društvenih mreža provodilo je 19,4 % povrćara, a prodaju pomoću platforme online tržnica grada Zagreba isto tako 19,4 % povrćara. Kao najčešći načini promocije poljoprivrednih proizvoda, povrćari navode društvene mreže, te osobnu promociju prodajom proizvoda.

ZAKLJUČAK

Pojava koronavirusne bolesti i COVID-19 pandemija utjecala je na cijeli svijet, tijek robe i

usluga, te i na prodaju i kupnju poljoprivrednih proizvoda. Poljoprivrednici su svoje poslovanje trebali prilagoditi neizvjesnoj situaciji. U samom tijeku proizvodnje, nedostatak radne snage i nabava inputa za proizvodnju, te prodaja proizvoda su u literaturi zabilježeni kao najveći rizici u poslovanju tijekom pandemije.

Cilj je istraživanja bio ispitati mišljenje proizvođača povrća s područja Grada Zagreba o poslovanju i prodaji povrća u vrijeme COVID-19 pandemije, kao i prikazati s kojim su se problemima proizvođači povrća suočavali, kao i usporedba kanala prodaje koji su primijenjeni tijekom i prije pandemije. Temeljem prigodnog uzorka zaključujemo kako se tijekom COVID-19 pandemije povećala potražnja za povrćem, te da je došlo i do povećanja broja kupaca. Isto tako, konkurencija među povrćarima se u vrijeme pandemije povećala, s čime se slaže veći dio ispitanika. Povrćari prije pojave koronavirusa i tijekom

pandemije nisu surađivali s ostalim povrčarima radi lakše prodaje povrća, te se ne slažu da je danas online prodaja najvažniji način prodaje povrća na njihovim gospodarstvima. Najmanji problem u poslovanju tijekom COVID-19 pandemije je radna snaga, nabava i dostupnost inputa, organizacija i troškovi dostave, te online prodaja (83,87 %), dok je online prodaja problem za samo 10 % ispitanika. Isto tako, vidljivo je kako su se poljoprivrednici prilagodili i svoju prodaju proveli online, putem društvenih mreža i vlastite web stranice.

Ograničenje istraživanja su mali uzorak ispitanika i geografsko ograničenje ispitanika, dok bi se buduća istraživanja mogla usmjeriti na ocjenu ponašanja i poslovnog odlučivanja proizvođača povrća prema online prodaji u neizvjesnim situacijama.

NAPOMENA

Rad je proizašao iz završnog rada „Online prodaja poljoprivrednih proizvoda u okruženju Covid-19“ autorice Nikoline Antolić, studentice preddiplomskog sveučilišnog studija „Agrarna ekonomika“ na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

LITERATURA

de Sousa Jabbour, A. B. L., Jabbour, C. J. C., Hingley, M., Vilalta-Perdomo, E. L., Ramsden, G. and Twigg, D. (2020). Sustainability of supply chains in the wake of the coronavirus (COVID-19/SARS-CoV-2) pandemic: lessons and trends. *Modern Supply Chain Research and Applications*.

Elleby, C., Domínguez, I. P., Adenauer, M. and Genovese, G. (2020). Impacts of the COVID-19 pandemic on the global

agricultural markets. *Environmental and Resource Economics*, 76(4): 1067-1079.

FAO (2020) Impacts of coronavirus on food security and nutrition in Asia and the Pacific: building more resilient food systems, URL: <http://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/fr/c/1287454/>

Gu, H. Y. and Wang, C. W. (2020) Impacts of the COVID-19 pandemic on vegetable production and countermeasures from an agricultural insurance perspective. *Journal of Integrative Agriculture*, 19(12): 2866-2876.

Kalajžić, M. (2020.). Tržnica i ribarnica su zatvorene, ali domaći proizvođači prebacili su svoje «šandove» na Facebook i Viber, evo gdje možete pronaći i povrće i ribu... URL: Tržnica i ribarnica su zatvorene, ali domaći proizvođači prebacili su svoje 'šandove' na Facebook i Viber, evo gdje možete pronaći i povrće i ribu...

Matthews, A. (2021). EU food system strengths and vulnerabilities during COVID-19. (Special Issue: Covid-19 pandemic impacts on agri-food systems.). *Eurochoices*, 4-12.

Nielsen (2015) The Future of Grocery. E-commerce, digital technology and changing shopping preferences around the world. URL: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/nielsen-global-e-commerce-new-retail-report-april-2015.pdf>

OECD (2020a) COVID-19 and the food and agriculture sector: Issues and policy responses <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-and-the-food-and-agriculture-sector-issues-and-policy-responses-a23f764b/>

OECD (2020b) Food Supply Chains and COVID-19: Impacts and Policy Lessons <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/food-supply-chains-and-covid-19-impacts-and-policy-lessons-71b57aea/>

Step Along The Food Chain URL: <https://www.foodqualityandsafety.com/article/guest-column-world-food-safety-day-is-an-opportunity-to-thank-those-at-every-step-along-the-food-chain/>

Starčević V. (2021). Virtualne tržnice - Iznjedrila ih koronakriza, ali tu su i ostaju URL: <https://lider.media/poslovna-scena/hrvatska/virtualne-trznice-iznjedrila-ih-koronakriza-ali-tu-su-i-ostaju-136686>

WHO (2020) COVID-19 and food safety: guidance for food businesses: interim guidance, 07 April 2020. URL: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/331705>

Watts J. (2020). World Food Safety Day Is an Opportunity to Thank Those at Every

Opinion of the vegetable growers of the City of Zagreb on the sale of vegetables at the time of COVID-19

ABSTRACT

The aim of the paper is to research the opinion of vegetable producers from the City of Zagreb on the business process and sale of vegetables during the COVID-19 pandemic. Furthermore, the aim is to examine which problems affected vegetable producers the most and research the vegetable sales channels they applied before and during Covid-19. The survey was conducted online on a sample of 31 respondents. On the sample of vegetable growers, the results shown that during COVID-19, the demand for vegetables increased and that there was an increase in the number of customers. Vegetable growers emphasized online sales as the biggest problem (9.68%). During the lockdown about 35% of vegetable growers were selling online, while before and throughout COVID-19 only 10% of vegetable growers accepted online sales.

Key words: COVID-19, coronavirus disease, vegetable growing, opinion, online