

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

Tajana Čop<sup>1</sup>, Nikolina Antolić<sup>2</sup>, Mario Njavro<sup>1</sup>

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

<sup>2</sup>Sveučilište 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, povrčari 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 povrčara s područja Grada Zagreba. Anketni upitnik proveden je s ciljem ocjene mišljenja povrčara o prodaji povrća u neizvjesnom vremenu COVID-19 pandemije. Anketni upitnik obuhvaćao je pitanja vezana uz ocjenu mišljenja povrčara 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 povrćara 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, povrćari se najmanje slažu s izjavom da su prije pandemije surađivali s ostalim povrćarima radi lakše prodaje povrća (srednja vrijednost = 2,94, SD = 1,06), izjavom da su u vrijeme COVID-19 pandemije surađivali s ostalim povrćarima 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 povrćara 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 povrćarima 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 povrćarima radi lakše prodaje povrća	2,94	1	5	1,06
U vrijeme pandemije surađivao sam sa ostalim povrćarima 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