

# Proizvodno-prodajna orijentacija poljoprivrednih proizvođača u uvjetima pandemije COVID-19

---

**Miskrić, Dora**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:*

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek /  
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:099982>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-19**



Sveučilište Josipa Jurja  
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet  
agrobiotehničkih  
znanosti Osijek**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical  
Sciences Osijek - Repository of the Faculty of  
Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU**  
**FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK**

Dora Miskrić

Sveučilišni diplomski studij

Smjer Agroekonomika

**PROIZVODNO-PRODAJNA ORIJENTACIJA**  
**POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA U UVJETIMA PANDEMIJE COVID-19**

Diplomski rad

Osijek, 2024.

**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU**  
**FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK**

Dora Miskrić

Sveučilišni diplomski studij

Smjer Agroekonomika

**PROIZVODNO-PRODAJNA ORIJENTACIJA**  
**POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA U UVJETIMA PANDEMIJE COVID-19**

Diplomski rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. prof.dr.sc. Ružica Lončarić, predsjednik
2. prof.dr.sc. Ljubica Ranogajec, mentor
3. prof.dr.sc. Jadranka Deže, član

Osijek, 2024.

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. PREGLED LITERATURE .....	2
3. MATERIJAL I METODE .....	8
4. REZULTATI .....	9
5. RASPRAVA.....	23
6. ZAKLJUČAK.....	31
7. LITERATURA .....	32
8. SAŽETAK.....	34
9. SUMMARY .....	35
10. POPIS GRAFIKONA.....	36
TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA	
BASIC DOCUMENTATION CARD	

## 1. UVOD

Glavna uloga poljoprivredne proizvodnje je osigurati dovoljnu količinu hrane za zadovoljenje osnovnih potreba ljudi i životinja. Za obavljanje poljoprivrednih aktivnosti poljoprivrednicima su potrebni različiti strojevi, energenti, materijali, objekti i ostala oprema. Osim samog uzgoja, poljoprivreda uključuje i različite aktivnosti poput pripreme, prijevoza, čuvanja, prerade i pakiranja hrane. Sve ove aktivnosti predstavljaju ključne elemente razvoja ruralnih područja te su važne za budući održivi i ekološki razvoj. Unatoč relativno maloj veličini, Republika Hrvatska obiluje pogodnim geografskim područjima i klimatskim uvjetima koji omogućuju raznoliku proizvodnju poljoprivredno-prehrambenih proizvoda. To uključuje proizvodnju ratarskih kultura, stočarstvo, industrijsko i krmno bilje, vinograde te voće i povrće karakteristično za kontinentalnu i mediteransku klimu.

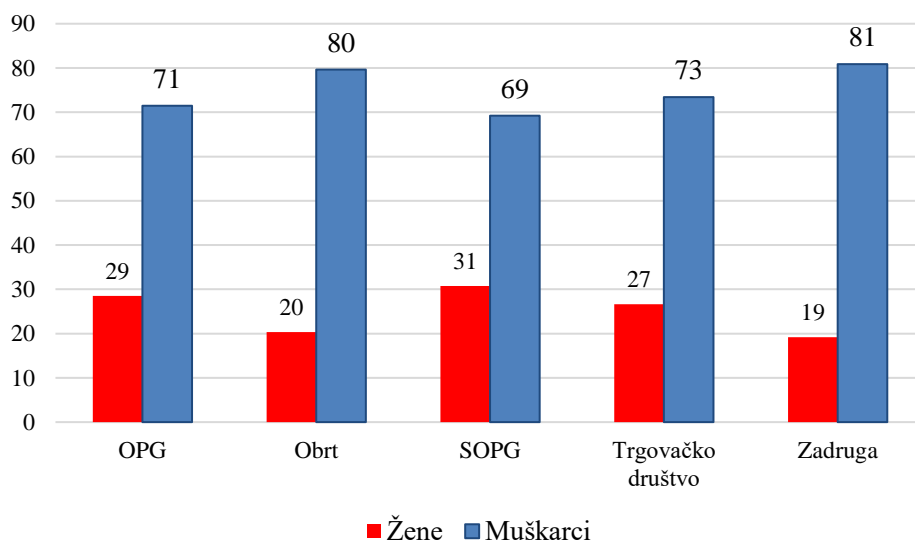
Od 2019. do 2021. godine svijet se suočio s pandemijom bolesti Covid-19, koja je uzrokovala značajne promjene u načinu života te u proizvodnji i distribuciji hrane. Ovu zaraznu bolest uzrokovao je virus SARS-CoV-2. Covid-19 se brzo širio među ljudima, zbog čega je Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) 11. ožujka 2020. proglasila globalnu pandemiju. Virus nije samo utjecao na živote mnogih, već i na globalno gospodarstvo, uključujući tržište hrane i poljoprivredu (Šafran, 2023.). U tom razdoblju tržišta hrane suočavala su se s dugotrajnom neizvjesnošću, što je dovelo do velikog pritiska na globalne lance opskrbe u poljoprivredi i prehrambenoj industriji. Kao posljedica, pojavili su se problemi u proizvodnji inputa, poljoprivrednoj proizvodnji, preradi hrane, transportu i logistici, te su se promijenile potrebe za hranom i uslugama vezanim uz prehranu.

Cilj ovoga rada je bio istražiti utjecaj pandemije Covid-19 na promjene u strukturi proizvodnje te način prodaje poljoprivrednih proizvoda na području Slavonije i Baranje. Kroz provedbu ankete, istraženo je kako se odvijala proizvodnja i prodaja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u navedenom području tijekom pandemije te kakav je utjecaj iste imao na proizvođače te jesu li promjene utjecale na strukturu proizvodnje i načine prodaje njihovih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda.

## 2. PREGLED LITERATURE

U ovom poglavlju analizirana je poljoprivredna proizvodnja kao temeljna djelatnost koja osigurava prehranu stanovništva i životinja. Suvremeni poljoprivredni proizvođači suočavaju se s izazovima prilagodbe proizvodnje kako bi zadovoljili rastuće potrebe tržišta i smanjili rizike povezane s varijabilnošću proizvodnje. Poljoprivredni proizvođači su ključni u osiguravanju i omogućavanju prehrane ljudi putem proizvodnje poljoprivrednih proizvoda. Njihova primarna uloga jest zadovoljavanje osnovnih fizioloških potreba čovjeka, što zahtijeva usmjerenost na određene standarde. Glavna svrha poljoprivrede je osiguravanje prehrane stanovništva, a to je izravno povezano s optimalnom proizvodnjom poljoprivrednih proizvoda radi zadovoljenja tih osnovnih potreba (Kolačko, 2022.).

Prema podacima Agencije za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju iz Upisnika poljoprivrednika za 2023. godinu (<https://www.apprrr.hr/>) oko 70% nositelja OPG-ova i SOPG-ova su muškarci dok žene čine preostalih 30%.



Grafikon 1. Struktura poljoprivrednih gospodarstava prema tipu i spolu (%)

Prema definiciji pojam poljoprivredni i prehrambeni proizvodi obuhvaća svaku tvar ili proizvod, bilo prerađen, djelomično prerađen ili neprerađen, namijenjen prehrani ljudi ili koji se može očekivati da će biti konzumiran, uključujući pića, žvakaću gumu i druge tvari, te žive životinje koje su namijenjene proizvodnji hrane ([www.aztn.hr](http://www.aztn.hr)). Biološki karakter poljoprivredne proizvodnje predstavlja glavni uzrok njene veće varijabilnosti, odnosno rizičnosti, u usporedbi s većinom nepoljoprivrednih djelatnosti. Poljoprivreda je jedinstvena

po tome što se temelji na proizvodnji organskih tvari kroz djelovanje čovjeka uz korištenje snaga prirode i životnih funkcija biljaka i životinja (Salitrežić, 1972.).

Prema Kariću (1993.) odlučivanje o tome što i koliko proizvesti ključna je odluka koju poljoprivredni proizvođači moraju donijeti. Uobičajeni kriteriji za takve odluke uključuju procjene troškova i prihoda te predviđanje mogućeg dobitka. Tehnološki napredak i razvoj tržišta povećali su rizike u poljoprivrednoj proizvodnji. Odlučivanje o strukturi proizvodnje povezano je s izborom potencijalnog profita, ali i s razinom neizvjesnosti u ostvarivanju tog profita. Poljoprivredni proizvođači, s obzirom na porijeklo većeg dijela dobitka i različite rizike proizvoda, biraju između dvije glavne strategije proizvodnje:

- a) Uska specijalizacija proizvodnog programa, što podrazumijeva fokusiranje na proizvodnju jednog ili dva usjeva ili određene linije proizvodnje.
- b) Široka diverzifikacija proizvodnog programa, što znači proizvodnju većeg broja proizvoda.

Diverzifikacija može biti različitih oblika, ovisno o vrstama proizvoda koji ulaze u strukturu proizvodnje:

- Kombiniranje ratarskih i stočarskih proizvoda, što predstavlja najveći stupanj diverzifikacije.
- Kombiniranje različitih proizvoda unutar biljne proizvodnje, poput uzgoja različitih usjeva kao što su industrijske biljke, povrće ili voće, što je uži oblik diverzifikacije.
- Kombiniranje različitih vrsta proizvoda životinjskog porijekla, kao što su proizvodnja mlijeka, tov teladi ili svinja, proizvodnja jaja i peradi, što predstavlja drugi uži oblik diverzifikacije.

Suvremeni poljoprivredni proizvođač mora pažljivo odabrati optimalnu mjeru specijalizacije koja će mu omogućiti da ne izgubi sve prednosti diverzifikacije. Omjer specijalizacije i diverzifikacije odražava proizvođačevu spremnost na preuzimanje rizika te njegove težnje prema postizanju visokih rezultata, odnosno visoke profitabilnosti. Specijalizacija može donijeti visoke profite, dok diverzifikacija smanjuje rizike proizvodnje. Međutim, profit i rizik su nerazdvojni, a njihov omjer se mijenja ovisno o broju linija proizvodnje ili stupnju specijalizacije (Karić, 1993.).

U tradicionalnoj poljoprivredi, odabir proizvodnog programa temelji se na vlastitim potrebama, raspoloživim resursima, prirodnim uvjetima i plodoredu. Međutim, tehnološki

napredak i razvoj tržišnih odnosa promijenili su fokus prema očekivanom profitu kao glavnom kriteriju za odabir strukture proizvodnje, čak i u poljoprivredi. Težnja za većom profitabilnošću potiče specijalizaciju, što mijenja postojeći sustav proizvodnje. Specijalizacija osigurava profitabilnost suvremene poljoprivrede, ali istovremeno povećava rizik proizvodnje. Kako bi se ublažili ti rizici, može se primijeniti određena razina diverzifikacije. Dakle, odluka o strukturi proizvoda temelji se na izboru između željene profitabilnosti i prihvatljive rizičnosti proizvodnje (Sturrock, 1971.).

Pri procjeni rizika u poljoprivredi važno je uzeti u obzir da intenzivne kulture mogu donijeti visoke prinose, ali su istovremeno izložene velikom riziku zbog osjetljivosti na promjene cijena. S druge strane, ekstenzivne kulture obično daju manje prinose, ali su manje osjetljive na fluktuacije cijena. Odabir blage diverzifikacije proizvodnje može značajno smanjiti rizik, a istovremeno zadržati ključne prednosti specijalizacije. Intenzivna proizvodnja zahtijeva velika ulaganja kapitala, što većina investitora izbjegava zbog visokog rizika. Stoga je privatno rješenje često pretežno specijalizirana proizvodnja s određenim minimalnim stupnjem diverzifikacije (Karić, 1993.).

Poljoprivredna proizvodnja podliježe cikličkim promjenama cijena i količina koje su međusobno povezane. Visoke cijene potiču povećanje proizvodnje, rezultirajući povećanom ponudom i niskim cijenama, što potom dovodi do smanjenja proizvodnje i nastavka ciklusa (Halcrow, 1980.).

Cijena proizvodnje predstavlja cijenu koštanja jediničnog proizvoda, a razlika do tržišne cijene predstavlja dobit koja će se ostvariti prodajom proizvoda na tržištu. Na određivanje, odnosno visinu cijene utječu brojni činitelji. Pojednostavljeno te činitelje možemo razvrstati u tri grupe, a to su:

- Troškovi
- Ponuda i potražnja (tržište)
- Mjere i politika društva

Cijene poljoprivrednih proizvoda brzo reagiraju na promjene u ponudi i potražnji, dok se ponuda i potražnja sporije mijenjaju pod utjecajem cijena. Proizvođačima je potrebno relativno dugo razdoblje da se prilagode promjenama cijena, što može biti od jedne do čak 10 godina u različitim sektorima poljoprivrede. Nestabilnost cijena uglavnom je uzrokovana



varijacijama prinosa poljoprivrednih kultura, što je posljedica vremenskih uvjeta i bioloških karakteristika. Promjene u prinosima mogu se dogoditi zbog vremenskih nepogoda ili pojave bolesti i štetnika (Tomek, 1981.).

Po priručniku Deže i sur. (2008.) Marketing se najbolje može razumjeti kroz definiranje njegovog cilja: "Cilj marketinga je zadovoljiti potrebe potrošača, a time i potrebe gospodarskih subjekata, ostvarivanjem dobiti." Bez obzira na termin koji se koristi, bilo marketing, agromarketing poljoprivredno-prehrambene proizvodnje ili agroindustrijski marketing, može se definirati kao skup tržišnih aktivnosti koje započinju istraživanjem potreba potrošača poljoprivredno-industrijskih (ili užem smislu poljoprivredno-prehrambenih) proizvoda te poduzimanjem drugih poslovnih aktivnosti koje omogućuju primjereno zadovoljavanje potrošača i ostvarivanje odgovarajuće dobiti. Marketing u poljoprivredi usklađuje odnose između potrošača hrane i poljoprivredno-prehrambenih proizvođača.

Kako bi se postigli ciljevi tržišne politike i poslovanja gospodarskih subjekata, uključujući proizvođače poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, potrebno je definirati marketinške instrumente, odnosno marketing mix. Marketing mix poljoprivredno-prehrambenih proizvoda predstavlja dinamičnu poveznicu između proizvođača i kupca (potrošača) na vrlo zahtjevnom i probirljivom tržištu. Proizvod je najvažniji element marketing mixa. Važan je za potrošača i za proizvođača. Može se definirati kao sve što se može ponuditi tržištu da bi izazvalo pažnju, nabavu, upotrebu ili potrošnju, a što može zadovoljiti neku želju ili potrebu. Promocija je sustav različitih oblika komuniciranja između proizvođača i kupca/potrošača, odnosno ukupne javnosti. Temeljna svrha promocije je informiranje kupaca, usmjeravanje i utjecanje na njihove kupovne odluke. Distribucija je element marketing mixa putem kojeg gospodarski subjekti uspostavljaju vezu s tržištem. To uključuje sve aktivnosti potrebne za dopremu proizvoda od proizvođača do potrošača, bilo za neproizvodnu ili proizvodnu potrošnju. Svaka distribucija, uključujući distribuciju poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, ima dva elementa:

- Kanali distribucije
- Fizička distribucija

Kanali distribucije predstavljaju organiziranu aktivnost kojom se roba od proizvođača dostavlja potrošačima na vrijeme, na pravo mjesto i u odgovarajućoj formi za uporabu.

Postoje izravni i neizravni kanali distribucije. Izravni kanali omogućuju proizvođačima da sami prodaju svoje proizvode krajnjim korisnicima. Neizravni kanali se koriste u većini slučajeva jer mnoga poduzeća ili gospodarstva nemaju financijske mogućnosti za samostalnu organizaciju prodaje, pa taj posao prepuštaju specijaliziranim poduzećima.

Fizička distribucija obuhvaća aktivnosti potrebne za fizički premještaj proizvoda od proizvođača do potrošača, uključujući transport, pakiranje, skladištenje, čuvanje i manipuliranje robom. Fizička distribucija osigurava dostupnost proizvoda kada su potrebni, uz adekvatnu uslugu i minimalne troškove. U fizičkoj distribuciji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda često sudjeluju povremeni posrednici koji ne preuzimaju vlasništvo nad robom niti utječu na njezinu transformaciju, već obavljaju specifične usluge skladištenja (hladnjače) ili prijevoza (zamrznuti i ohlađeni proizvodi).

Maloprodaja uključuje kupnju robe od proizvođača i njezinu prodaju krajnjim korisnicima. Ona je posljednja u lancu prodaje i ima neposredan kontakt s kupcima, a između nje i proizvođača mogu biti veleprodaje i prodajni agenti. Maloprodaja obuhvaća velike supermarkete i male trgovine (Deže i sur., 2008.).

Ekonomija u Europskoj uniji za 2020. godinu doživjela je značajan pogodak zbog pandemije Covid-19, što je negativno utjecalo na globalno gospodarstvo. Pandemija je rezultirala "zatvaranjem" ekonomija ili pojedinih sektora, ograničavajući protok roba, usluga i ljudi, također je značajno utjecala i na poljoprivredni sektor. Ograničenja kretanja i mjere zatvaranja dovele su do nedostatka sezonskih radnika, koji su ključni za mnoge poljoprivredne aktivnosti poput sjetve, žetve i berbe. Ovaj nedostatak radne snage rezultirao je manjim prinosima i gubicima za mnoge poljoprivrednike. Osim toga, poremećaji u lancima opskrbe utjecali su na distribuciju poljoprivrednih proizvoda. Zatvaranje tržnica, restorana i hotela smanjilo je potražnju za određenim poljoprivrednim proizvodima, dok su se neki proizvodi, poput mlijeka i povrća, morali baciti zbog nemogućnosti distribucije i prodaje. Poljoprivrednici su se suočili s velikim financijskim gubicima, a mnogi su bili prisiljeni tražiti alternativne kanale prodaje, poput direktne prodaje potrošačima putem interneta. Pandemija je potaknula potrošače na online kupovinu namirnica zbog veće sigurnosti. Struktura online trgovine omogućuje im veću fleksibilnost pri pretraživanju, usporedbi i pristupu informacijama o proizvodima u usporedbi s fizičkim trgovinama, što rezultira većim zadovoljstvom i osjećajem sigurnosti u njihovim odabirima (Pauzi et al., 2017).

Unatoč ovim izazovima, pandemija je također potaknula poljoprivredni sektor na inovacije. Mnogi poljoprivrednici su se okrenuli digitalnim tehnologijama kako bi unaprijedili svoju proizvodnju i distribuciju. Korištenje dronova, senzora i drugih digitalnih alata postalo je sve češće, omogućujući preciznu poljoprivredu i smanjenje troškova. Ove tehnologije također su pomogle poljoprivrednicima da bolje upravljaju resursima, poput vode i gnojiva, što je rezultiralo održivijom proizvodnjom (Stjepanović, 2021.).

Europska unija je prepoznala važnost podrške poljoprivrednicima tijekom krize te je kroz različite programe pružila financijsku pomoć i potporu za očuvanje poljoprivredne proizvodnje. Programi potpore uključivali su subvencije, olakšice za kredite i druge mjere koje su pomogle poljoprivrednicima da prebrode teško razdoblje. Pandemija Covid-19 također je povećala svijest potrošača o važnosti lokalno proizvedene hrane. Potrošači su sve više počeli cijeniti domaće proizvode i tražiti načine kako podržati lokalne poljoprivrednike. Proširenjem interneta i online trgovine otvorena su nova tržišta, olakšavajući brzu, jednostavnu i ekonomičnu razmjenu roba, usluga i informacija (Knežević i sur., 2015.).

### 3. MATERIJAL I METODE

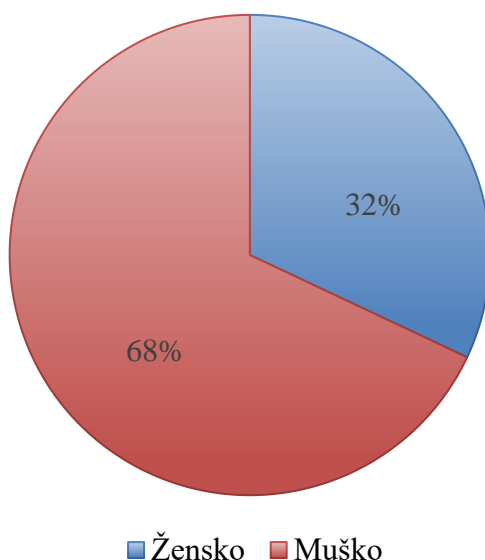
Pri pisanju rada korištena je znanstvena i stručna literatura te relevantne internet stranice koje obrađuju analiziranu temu. Za potrebe diplomskog rada i obradu podataka primijenjeno je više metoda istraživanja, uključujući teorijski i eksperimentalni pristup. Teorijski dio se temeljio na prikupljenim podacima iz stručne literature i znanstvenih radova, dok su se za analizu korištene standardne metode poput analize, sinteze, komparacije i kompilacije. U nekoliko pitanja za ocjenjivanje utjecaja na ispitanike korištena je Likertova skala s vrijednostima od 1 do 5, pri čemu broj 1 označava najmanji utjecaj (ispitanik se u potpunosti ne slaže) broj 2 da nema utjecaja (ispitanik se uglavnom ne slaže), broj 3 ispitanikovu granicu između utjecaja (ispitanik niti se slaže, niti ne slaže) broj 4 manji utjecaj na ispitanika (ispitanik se uglavnom slaže) te broj 5 označava najveći utjecaj (ispitanik se u potpunosti slaže). Svi podaci u radu su prikazani pomoću grafikona.

Anketa je provedena online putem Microsoft Forms ankete i sastojala se od 24 pitanja. Prvih 6 pitanja odnose se na socio-demografske informacije, dok se ostalih 18 pitanja odnosilo na strukturu proizvodnje i načine prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda prije i tijekom pandemije Covid-19. Anketa je provedena anonimno na području Slavonije i Baranje (Brodsko-posavska, Osječko-baranjska i Vukovarsko-srijemska županija) od 13.2.2024. do 13.4.2024. godine, uz uzorak od 50 ispitanika. U radu su analizirani načini proizvodnje i prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda te promjene koje su se dogodile tijekom pandemije.

#### 4. REZULTATI

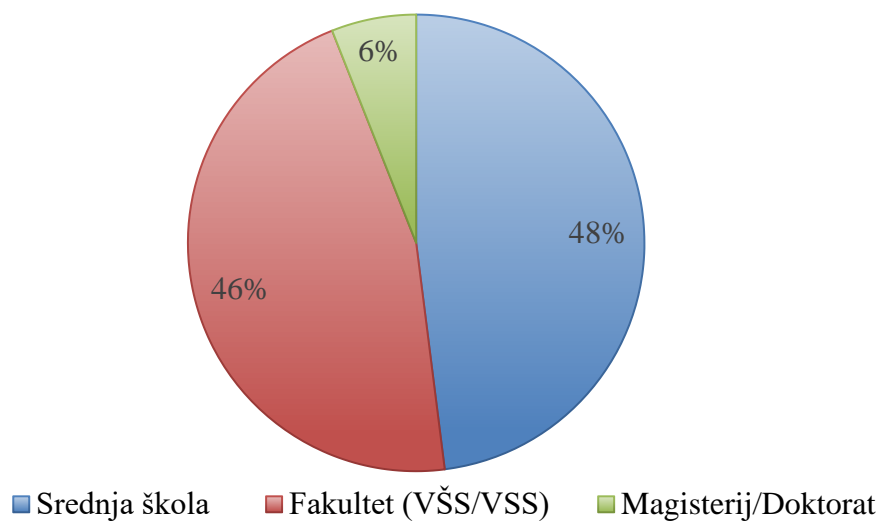
Istraživanje o utjecaju pandemije Covid-19 na promjene u strukturi proizvodnje i načinu prodaje poljoprivrednih proizvoda na području Slavonije i Baranje provedeno je anonimno online anketom.

Anketa je provedena na području Slavonije i Baranje, obuhvaćajući Brodsko-posavsku, Osječko-baranjsku i Vukovarsko-srijemsku županiju, te je u istoj sudjelovalo 50 ispitanika. U nastavku rada prikazani su odgovori ispitanika:



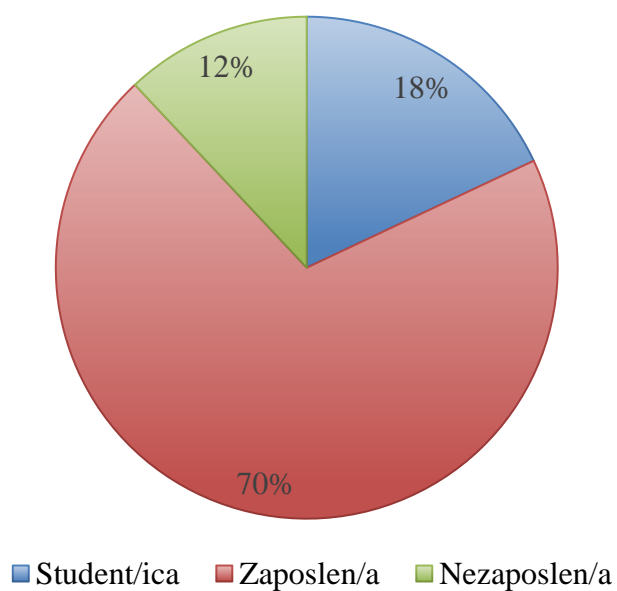
Grafikon 2. Struktura ispitanika prema spolu

U grafikonu 2 prikazana je spolna struktura ispitanika. Od ukupno 50 ispitanika prevladava muška populacija kojih je bilo je 34 (68%) dok je u istraživanju sudjelovalo 16 (32%) žena.



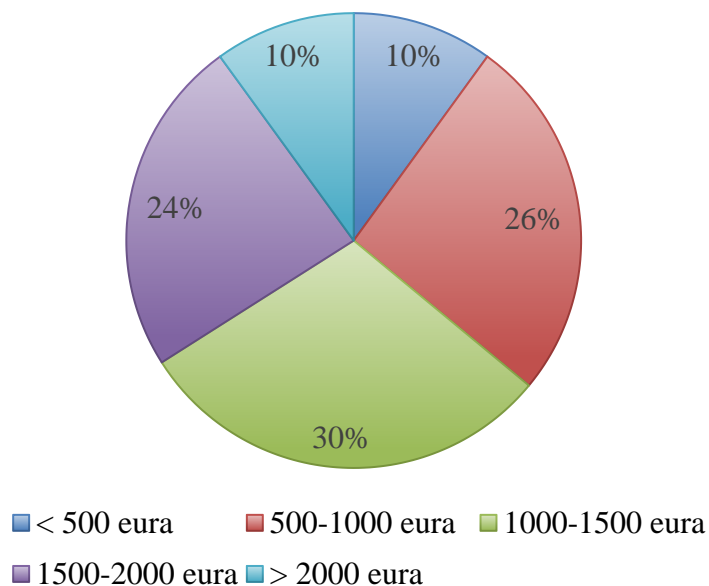
Grafikon 3. Razina obrazovanja ispitanika

Obrazovna struktura ispitanika prikazana je grafikonom 3. Rezultati pokazuju da je najveći udio njih 48%, završio srednju školu. Zatim, 46% ima završen fakultet, dok je najmanji udio, samo 6%, onih koji su završili znanstveni magisterij ili doktorat.



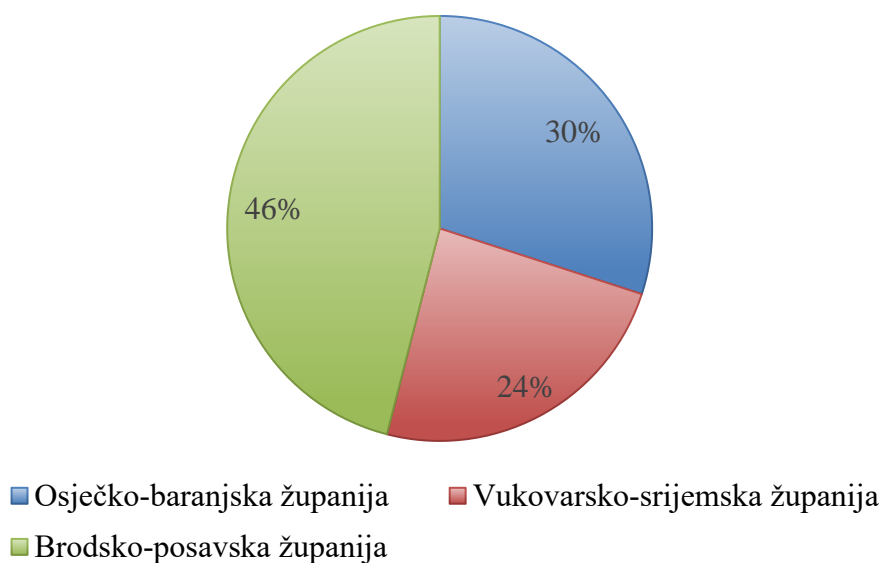
Grafikon 4. Status zaposlenja ispitanika

U grafikonu 4 prikazan je status zaposlenja ispitanika. Prema prikazanim podacima, najveći udio njih 70% je zaposleno. Zatim, 18% su studenti, dok 12% od ukupnog broja ispitanika čine nezaposlene osobe.



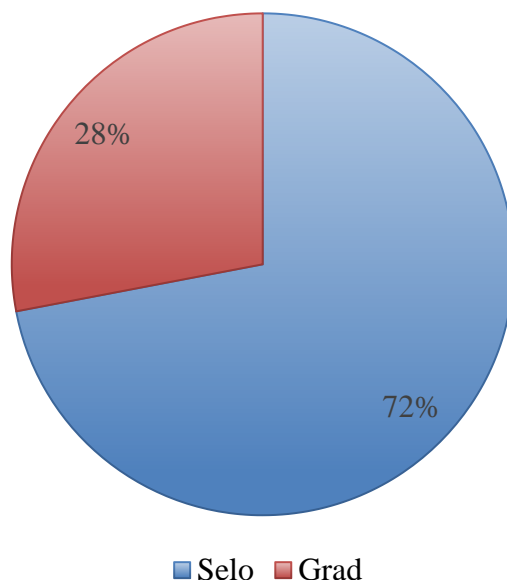
Grafikon 5. Mjesečna primanja ispitanika

Mjesečna primanja ispitanika prikazana su u grafikonu 5. Najveći postotak, njih 30%, izjavio je da imaju mjesečna primanja u rasponu od 1.000 do 1.500 eura. Zatim ih slijede ispitanici s primanjima od 500 do 1.000 eura, što čini 26%. Nadalje, od 1.500 do 2.000 eura primanja čine 24%, dok najmanji udio, po 10%, ima manja od 500 eura i veća od 2.000 eura.



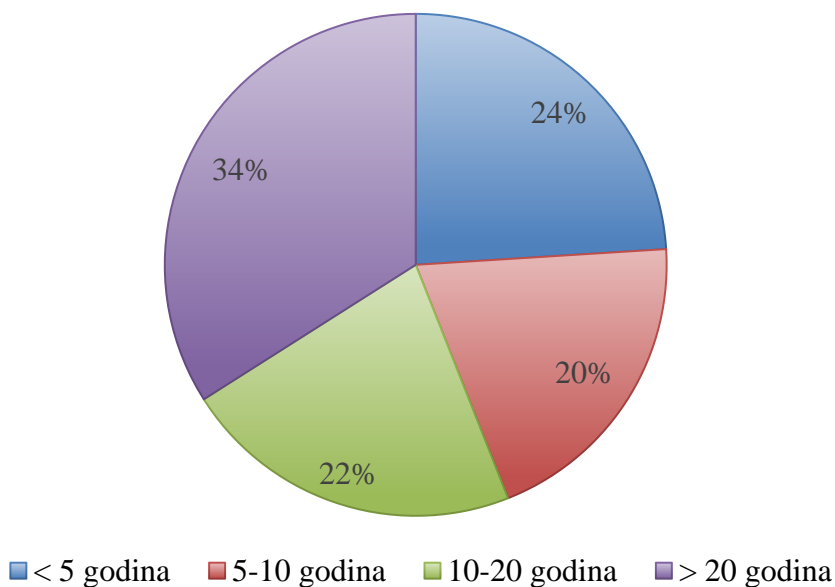
Grafikon 6. Struktura ispitanika po županijama

U grafikonu 6. prikazana je lokacija proizvođača prema županijama Slavonije i Baranje. Iz grafikona je vidljivo da se 46% ispitanika nalazi na području Brodsko-posavske županije, 30% je iz Osječko-baranjske županije, a 24% iz Vukovarsko-srijemske županije.



Grafikon 7. Struktura ispitanika po mjestu boravka

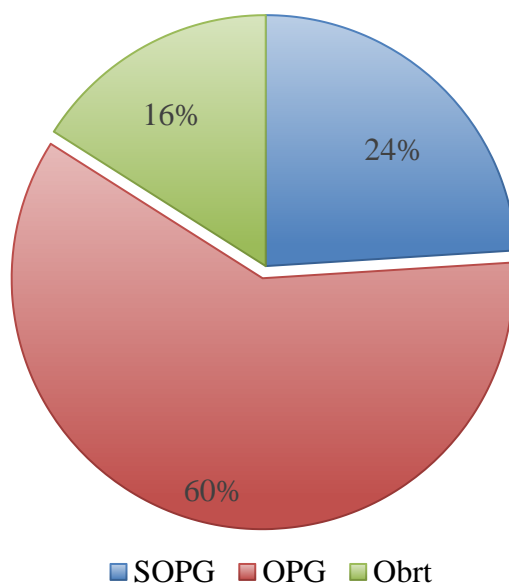
U grafikonu 7. prikazano je mjesto boravka ispitanika. Veći postotak osoba koji su sudjelovali u anketi živi na selu, njih 36 (72%). Dok u gradu živi njih 14 (28%).



Grafikon 8. Iskustvo bavljenja poljoprivrednom proizvodnjom

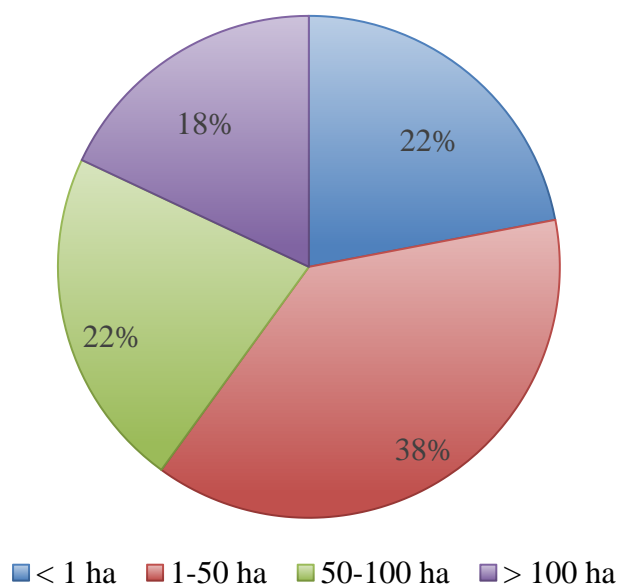


Iz grafikona 8. vidljivo je da se 34% ispitanika bavi poljoprivredom više od 20 godina, njih 24% manje od 5 godina, 22% ispitanih od 10 do 20 godina, dok se 20% bavi poljoprivredom između 5 i 10 godina.



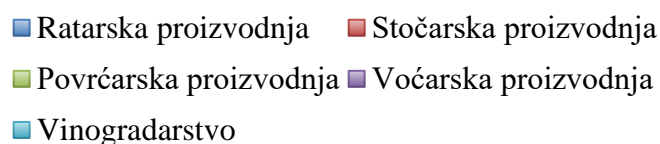
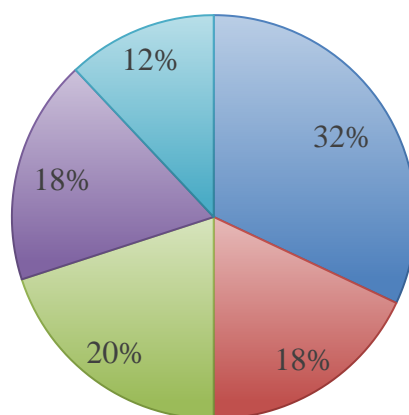
Grafikon 9. Vrsta organizacijskog oblika

Iz grafikona 9. vidljivo je da 60% ispitanika ima Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG). Samoopkrbno poljoprivredno gospodarstvo (SOPG) ima 24%, dok je 16% registriralo svoje poslovanje kao obrt.



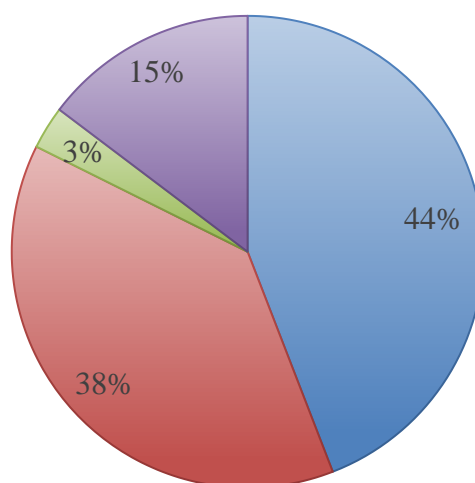
Grafikon 10. Veličina gospodarstva

Iz grafikona 10. vidljivo je da su najzastupljenija gospodarstva s površinom od 1 do 50 hektara, što čini 38%. Gospodarstva s manje od 1 hektara i ona s površinom od 50 do 100 hektara obuhvaćaju po 22% ispitanika. Gospodarstva veća od 100 hektara čine 18%.



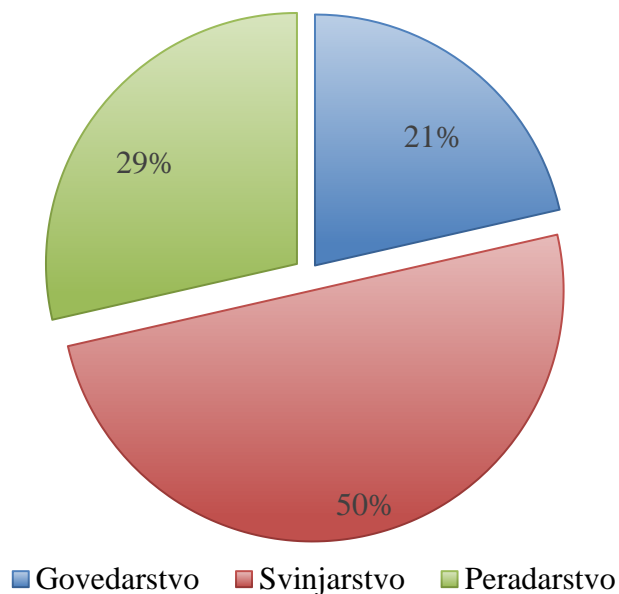
Grafikon 11. Vrste poljoprivredne djelatnosti

Iz grafikona 11. uočava se da je najzastupljenija ratarska proizvodnja s udjelom od 32%. Zatim slijedi povrćarska proizvodnja s udjelom od 20%. Stočarska i voćarska proizvodnja podjednako su zastupljene s udjelom od 18% ispitanika. Vinogradarstvom se bavi njih 12%.



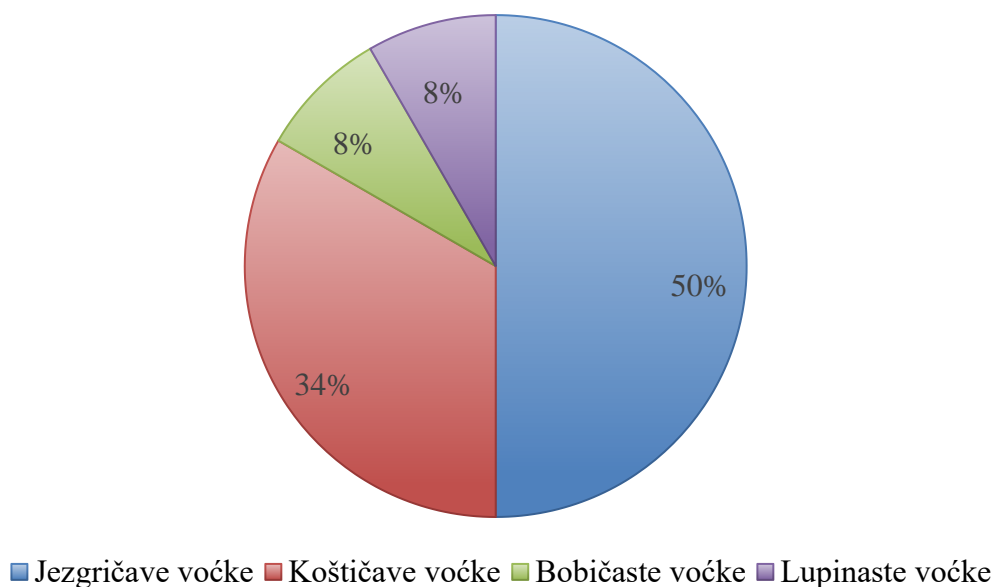
Grafikon 12. Struktura ratarske proizvodnje

Iz grafikona 12. vidljivo je da među ispitanicima koji se bave ratarskom proizvodnjom, dominantna proizvodnja žitarica kojom se bavi njih 44%. Slijedi proizvodnja uljarica s udjelom od 38%, dok se 15% bavi proizvodnjom krmnog bilja. Samo 3% ispitanika se bavi proizvodnjom mahunarki.



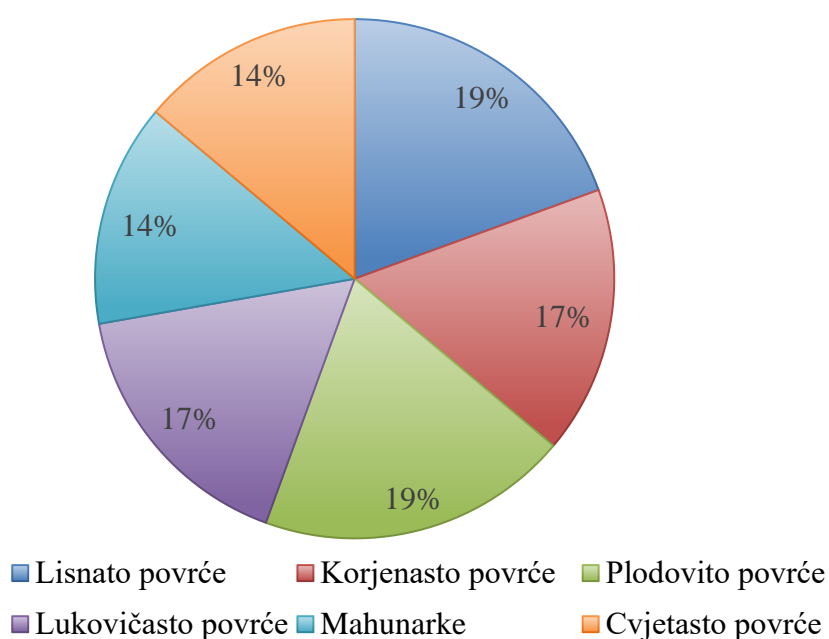
Grafikon 13. Struktura stočarske proizvodnje

Iz grafikona 13. uočava se da je među ispitanicima koji se bave stočarskom proizvodnjom, dominantna grana svinjogojstvo, kojom se bavi 50% ispitanih. Slijedi peradarstvo s udjelom od 29%, dok se njih 21% bavi govedarstvom.



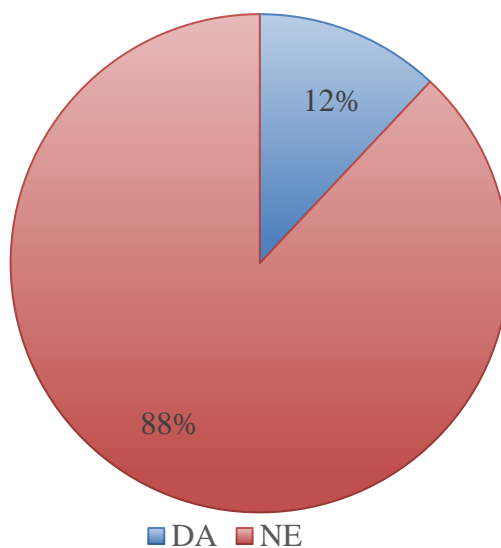
Grafikon 14. Struktura voćarske proizvodnje

Iz grafikona 14. vidljivo je da među ispitanicima koji se bave voćarskom proizvodnjom, dominantna grana proizvodnje jezgričavog voća, kojom se bavi njih 51%. Slijedi proizvodnja koštićavog voća s udjelom od 33%, dok se 8% bavi proizvodnjom bobičastog i citrusnog voća.



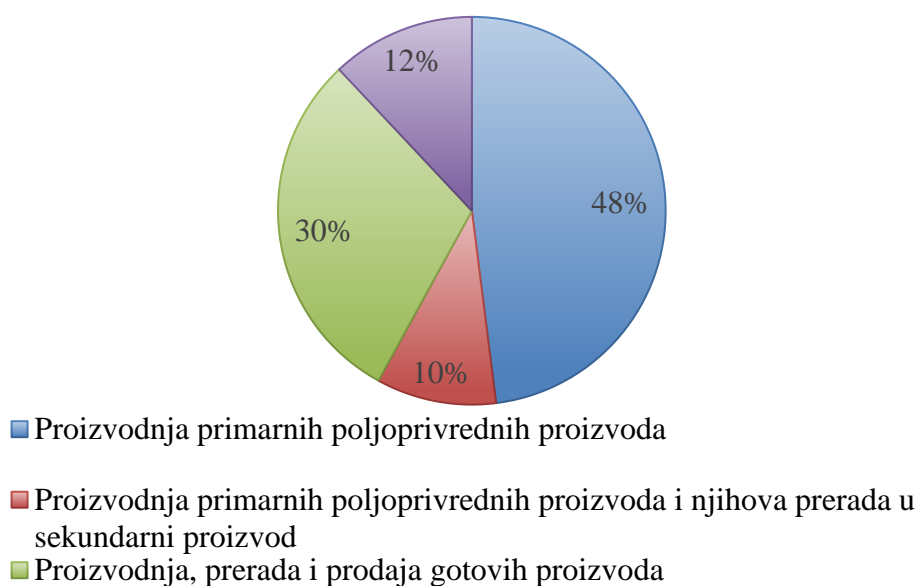
Grafikon 15. Struktura povrćarske proizvodnje

Grafikon 15. prikazuje strukturu povrćarske proizvodnje, 19% njih proizvodi lisnato i plodovito povrće. Slijedi korjenasto i lukovičasto povrće s udjelom od 16%, dok se 13% ispitanika bavi proizvodnjom cvjetastog povrća i mahunarki.



Grafikon 16. Omjer konvencionalne i organske proizvodnje

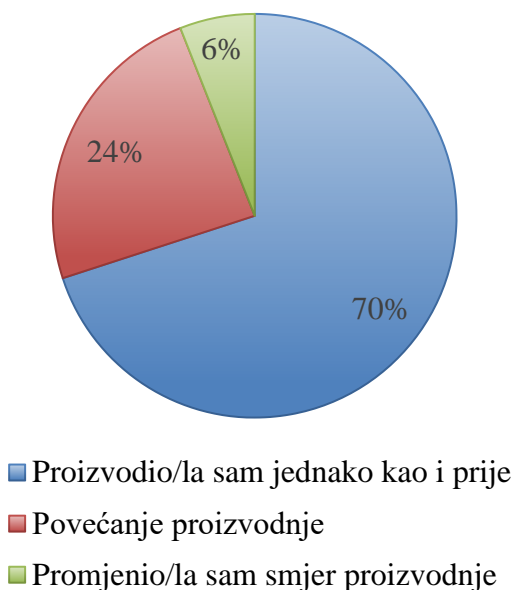
U grafikonu 16. vidljivo je kako se samo 12% ispitanika bavi organskom proizvodnjom, dok se njih 88% bavi konvencionalnom poljoprivrednom proizvodnjom.



Grafikon 17. Struktura proizvodnje prije pandemije Covid-19

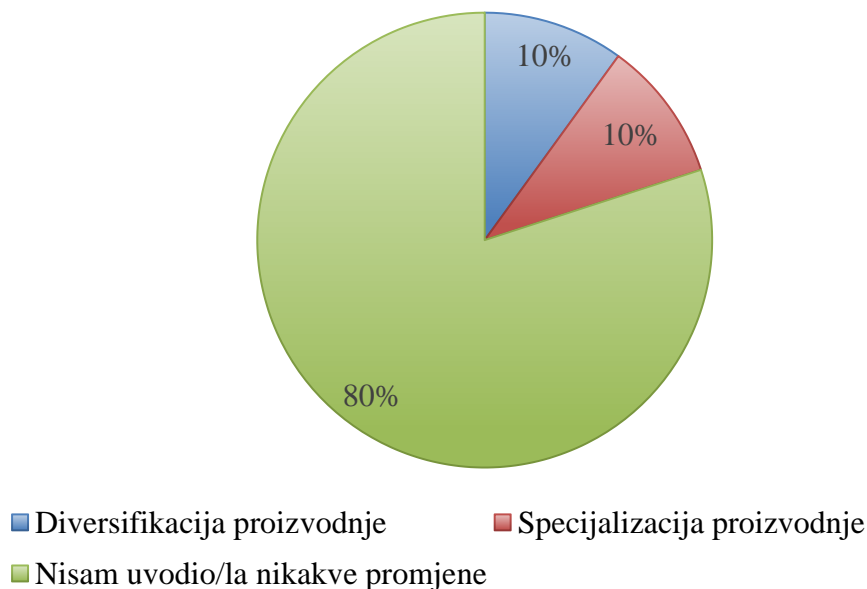
Grafikon 17. prikazuje proizvodnu orijentaciju ispitanika prije pandemije Covid-19. Najveći udio, 48% izabrao je prvi odgovor, što znači da se bave samo proizvodnjom primarnih poljoprivrednih proizvoda. Zatim, 30% se bavi proizvodnjom primarnih poljoprivrednih proizvoda i njihovom preradom u sekundarne proizvode. Deset posto ispitanika se bavi

proizvodnjom, preradom i prodajom gotovih proizvoda. Šest posto ispitanika se bavi proizvodnjom, preradom, prodajom i dopunskim djelatnostima poput ugostiteljstva.



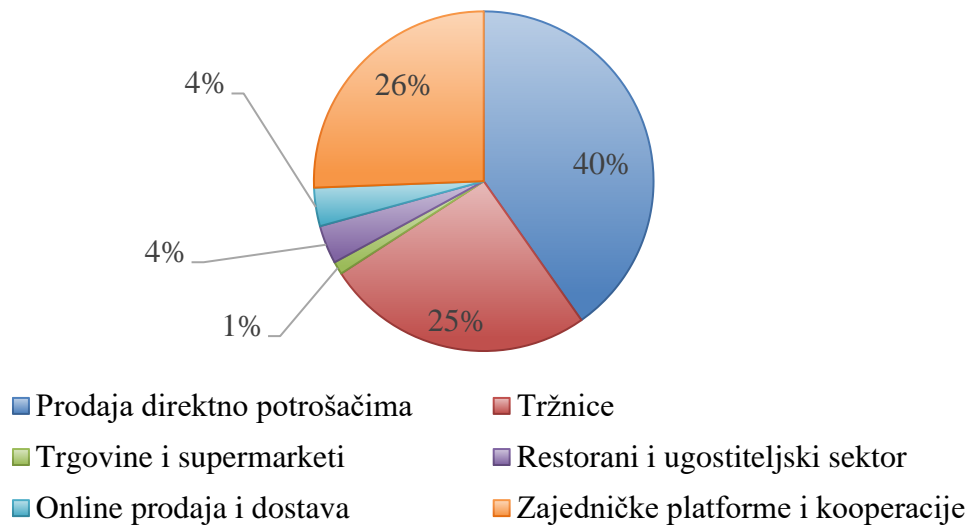
Grafikon 18. Utjecaj pandemije Covid-19 na proizvodnju

Iz grafikona 18. uočava se da je tijekom pandemije Covid-19, 70% ispitanika proizvodilo jednako kao i prije. Njih 12% svjedoči povećanju proizvodnje, dok je 6% osoba koje su ispunile anketni upitnik promijenilo smjer proizvodnje.



Grafikon 19. Promjena strukture proizvodnje

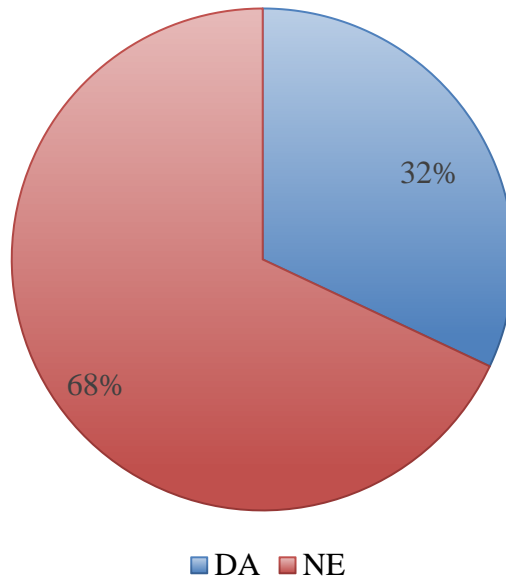
Iz grafikona 19. uočava se da 80% ispitanika nije uvelo nikakve promjene u strukturi proizvodnje tijekom pandemije Covid-19. Međutim, po 10% preoblikovalo je postojeću proizvodnju prema potrošačkim trendovima (specijalizacija proizvodnje), dok je isto toliko ispitanika diversificiralo proizvodnju dodavanjem novih proizvoda ili usluga.



Grafikon 20. Distribucijski kanali prodaje poljoprivrednih proizvoda prije pandemije Covid-19

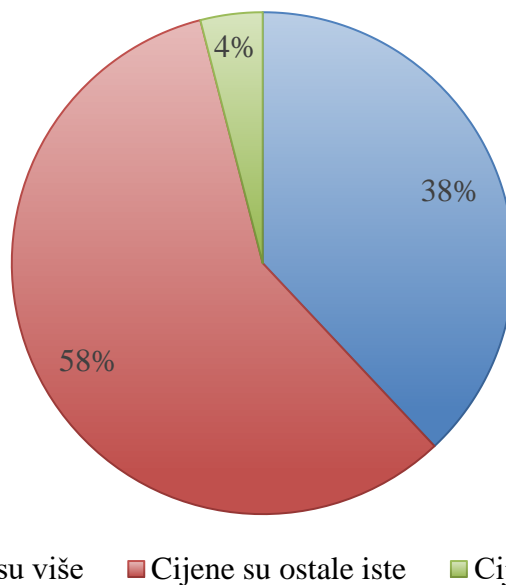
Iz grafikona 20. vidljivo je da 40% ispitanika svoje poljoprivredne proizvode prodavalo direktno potrošačima. Po 25% koristilo je tržnice i zajedničke platforme te kooperacije kao kanale prodaje. Restorani i ugostiteljski sektor, kao i online prodaja i dostava, činili su 3% prodajnih kanala. Samo 1% ispitanika koristilo je trgovine i supermarkete za prodaju svojih proizvoda.

O promjeni kanala distribucije tijekom pandemije Covid-19, od 32 ispitanika koji su potvrdili da su mijenjali kanale distribucije tijekom pandemije, 100% njih odgovorilo je da su kao novi kanal distribucije poljoprivrednih proizvoda uveli online prodaju i dostavu.



Grafikon 21. Promjena distribucijskih kanala tijekom pandemije Covid-19

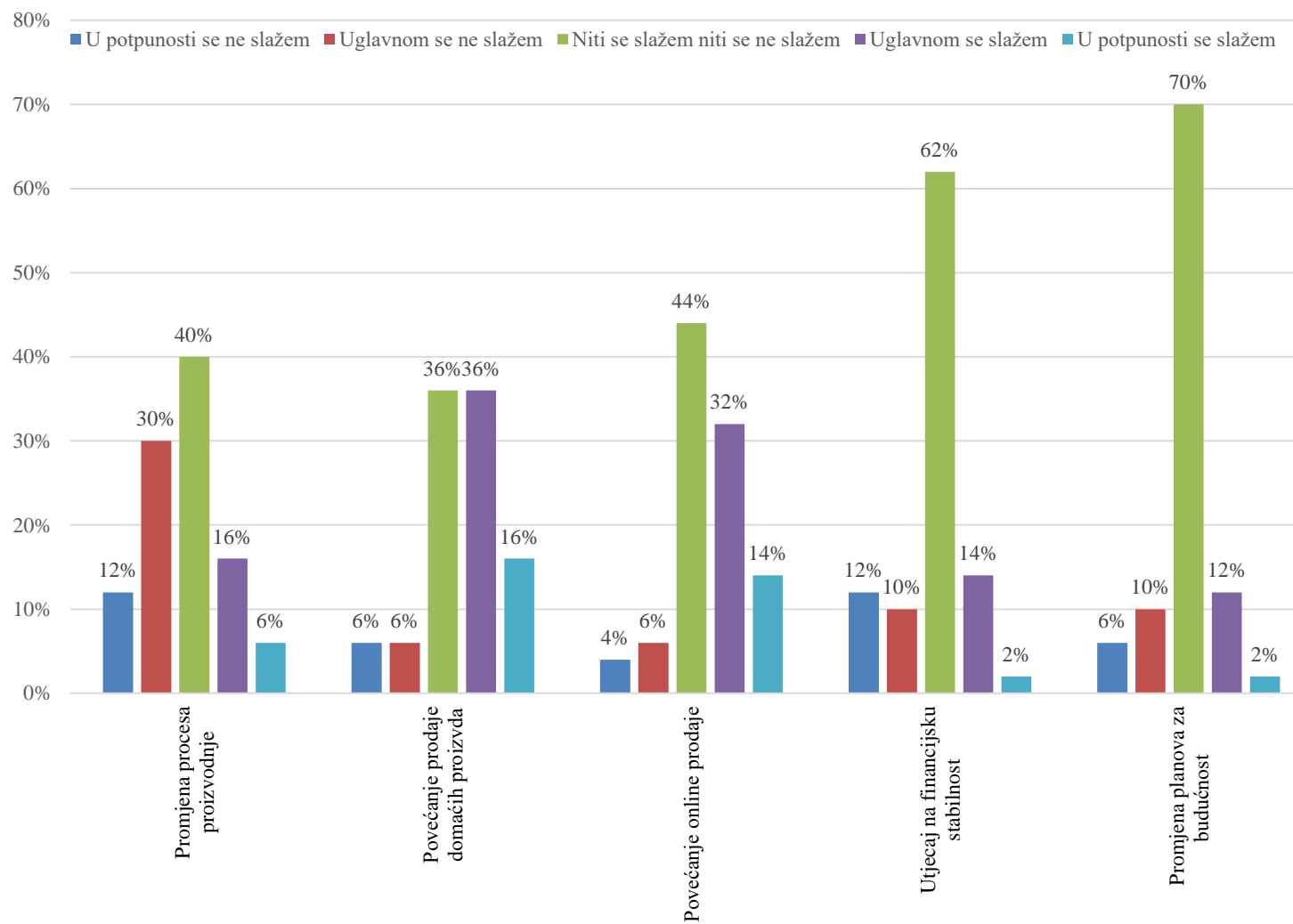
Iz grafikona 21. vidljivo je da je samo 32% ispitanika mijenjalo kanale distribucije tijekom pandemije Covid-19, dok je njih 68% ostalo pri starim kanalima distribucije.



Grafikon 22. Promjena cijene proizvoda tijekom pandemije Covid-19

Iz grafikona 22. vidljivo je da 58% ispitanika misli da su cijene ostale iste, 38% smatra da su cijene povećane, dok 4% njih misli da su cijene niže.





Grafikon 23. Promjene u proizvodnji i prodaji poljoprivrednih proizvoda

Grafikon 23. pomoću Likertove skale prikazuje ocjenu svakog pojedinačnog ispitanika od 1 do 5. Ocjenama su pridružene sljedeće tvrdnje: 5 (u potpunosti se slažem), 4 (uglavnom se slažem), 3 (niti se slažem, niti se ne slažem), 2 (uglavnom se ne slažem) i 1 (u potpunosti se ne slažem).

Mišljenja ispitanika da su u razdoblju pandemije znatno promijenili proces proizvodnje poljoprivrednih proizvoda, većina ispitanika njih 40% niti se slaže niti se ne slaže, dok se 30% uglavnom ne slaže, 12% se u potpunosti ne slaže, 16% uglavnom slaže, i najmanje, 6%, se u potpunosti slaže. Mišljenje ispitanika da je pandemija dovela do povećanja prodaje domaćih poljoprivrednih proizvoda, jednak broj, njih 36%, odgovorilo je niti se slažem niti se ne slažem i uglavnom se slažem, dok se 16% njih u potpunosti slaže, 6% uglavnom ne slaže, i 6% u potpunosti ne slaže.

Ispitanici su mišljenja da je pandemija dovela do povećanja online prodaje poljoprivrednih proizvoda, 44% ispitanika niti se slaže niti se ne slaže, 32% njih se uglavnom slaže, 14% se u potpunosti slaže, dok se 6% uglavnom ne slaže i 4% u potpunosti ne slaže. Mišljenje ispitanika o tome da li je pandemija utjecala na njihovu financijsku stabilnost, 62% ispitanika niti se slaže niti ne slaže, 14% ih se uglavnom slaže, 12% se u potpunosti ne slaže, 10% ih se uglavnom ne slaže, a samo 2% ih se u potpunosti slaže.

Mišljenje ispitanika o promjeni planova za budućnost zbog iskustva tijekom pandemije, 70% ispitanika niti se slaže niti ne slaže, 12% ih se u potpunosti slaže, 10% uglavnom ne slaže, 6% ih se uglavnom slaže, dok se samo 2% ispitanika u potpunosti slaže.

## 5. RASPRAVA

Istraživanje je provedeno putem online anonimne ankete uz sudjelovanje 50 ispitanika. Prvih 6 pitanja odnosila su se na osnovne informacije o ispitaniku kao što su spol, razina obrazovanja, status zaposlenja, mjesečna primanja, lokacija proizvođača te mjesto boravka. Dok se ostalih 18 pitanja bavi strukturom proizvodnje i načinima prodaje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda prije i tijekom pandemije Covid-19.

Od ukupno 50 ispitanika prevladava muška populacija kojih je bilo je 34 (68%) dok je u istraživanju sudjelovalo 16 (32%) žena. Razlika između onih sa završenom srednjom školom (48%) i fakultetom (46%) u pogledu pitanja o obrazovanju je mala. Iako formalna razina obrazovanja nije presudna za kvalitetno vođenje proizvodnje, može poslužiti kao dobra osnova za dodatno neformalno obrazovanje. Takvo obrazovanje omogućuje stjecanje tehničko-tehnoloških i organizacijsko-ekonomskih znanja potrebnih za određene aspekte proizvodnje u gospodarstvu. Za uspješno poslovanje, osim znanja, bitne su i određene vještine koje se, za razliku od prirodnih sposobnosti, smatraju općenito "naučenim ili stečenim dijelom ponašanja" (Grgić, 2021.).

Podaci iz Državnog zavoda za statistiku na tromjesečnoj razini pokazuju da unatoč pandemiji bolesti Covid-19 nije došlo do očekivanog značajnog porasta broja nezaposlenih osoba. Ovo je dijelom rezultat potpora za očuvanje radnih mjesta i ublažavanje epidemioloških mjera koje su stupile na snagu od polovice svibnja ([www.dzs.hr](http://www.dzs.hr)). Ova anketa dodatno potvrđuje trend, pokazujući da je najveći postotak zaposlenih osoba, njih 70%.

Glavni čimbenici rizika u poljoprivrednoj proizvodnji uključuju prirodne uvjete i biološki karakter poljoprivrede. Oni utječu na promjenjivost prinosa i cijena poljoprivrednih proizvoda, što rezultira oscilacijama u ostvarenim rezultatima proizvodnje na prihode i profit gospodarstva (Karić, 1993.). Najveći udjel ispitanika, njih 30%, izjavio je da imaju ukupna mjesečna primanja od 1.000 do 1.500 eura, dok 26% ispitanika ima primanja od 500 do 1.000 eura. Ispitanici sa mjesečnim primanjima od 1.500 do 2.000 eura čine 24%, dok samo 10% ispitanika ima primanja manja od 500 eura i veća od 2.000 eura.

Anketa je provedena na području Slavonije i Baranje te obuhvaća 3 županije. Od ispitanika, 46% dolazi s područja Brodsko-posavske županije, 30% je iz Vukovarsko-srijemske

županije, dok 24% potječe iz Vukovarsko-srijemske županije. Ruralna područja u određenoj zemlji obuhvaćaju sela i manje gradove. Ona predstavljaju potpuni kontrast u odnosu na urbane prostore i ostala razvijena područja (Kušen, 2003). Na pitanje o mjestu boravka, većina ispitanika, čak 72%, izjavila je da živi na selu.

Za unapređenje ruralnih područja, Republika Hrvatska nastoji suzbiti iseljavanje seoskog stanovništva i potaknuti što veći broj mladih ljudi da se nastave baviti poljoprivrednom djelatnošću. Promjene su neophodne jer velik broj staračkih domaćinstava posjeduje značajan dio poljoprivrednog zemljišta, ali njihov rad nije uvijek efikasan (Ivković, Barković, 2010.). Iz istraživanja se vidi da je dužina bavljenja poljoprivredom na području Slavonije i Baranje raznolika. Najviše ispitanika, njih 34%, bavi se poljoprivredom više od 20 godina, dok se 24% ispitanika bavi poljoprivredom manje od 5 godina. Iskustvo od 10-20 godina bavljenja poljoprivredom ima 22%, dok 20% ispitanika ima iskustvo od 5-10 godina.

Prema anketi, 60% ispitanika ima obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG), što je organizacijski oblik gospodarskog subjekta poljoprivrednika fizičke osobe. OPG samostalno i trajno obavlja djelatnost poljoprivrede i s njom povezane dopunske djelatnosti, temeljeći se na korištenju vlastitih i/ili unajmljenih proizvodnih resursa te na radu, znanju i vještinama članova obitelji. SOPG ima 24% ispitanika, što označava samoopskrbno obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. To su poljoprivrednici koji se bave poljoprivredom isključivo za osobne potrebe, koristeći prirodna bogatstva zemlje te prodajući ili mijenjajući neprerađene proizvode dobivene iz tih djelatnosti. Obrt ima registrirano 16% ispitanika. Prema definiciji Hrvatske obrtničke komore, obrt predstavlja samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti na tržištu, uključujući proizvodnju, promet ili pružanje usluga (<https://www.apprrr.hr.>).

Istraživanjem se utvrdilo kako su najčešća gospodarstva s poljoprivrednim površinama od 1 do 50 hektara, što čini 38%. Gospodarstva manja od 1 hektara te veličine između 50 i 100 hektara obuhvaćaju po 22%, dok su gospodarstva veća od 100 hektara zastupljena s 18%. Jedan od glavnih uzroka nestabilnosti poljoprivredne proizvodnje je fragmentacija posjeda i mali poljoprivredni posjedi koji ne pogoduju učinkovitoj proizvodnji. U Republici Hrvatskoj, obiteljska poljoprivredna gospodarstva uglavnom imaju površinu od oko 2,7 hektara, a često su rascjepkana na prosječno 5,3 zasebne parcele. U usporedbi s drugim

zemljama EU, poljoprivredna zemljišta u Hrvatskoj su znatno manja, čak šest puta manja u odnosu na prosječnu veličinu zemljišta u tim zemljama (Ivković, i sur., 2010.).

Žimbrek (2020.) definira poljoprivredu kao gospodarsku djelatnost uzgoja biljaka i životinja koja se sastoji od više grana kao što su ratarska proizvodnja, stočarska, povrćarska, voćarska i vinogradarstvo. Rezultati istraživanja potvrđuju da najviše proizvođača, njih 32%, se bavi ratarskom proizvodnjom. Povrćarska proizvodnja je zastupljena s 20%, dok se 18% proizvođača bavi stočarskom i voćarskom proizvodnjom. Vinogradarstvom se bavi 12% proizvođača.

U Republici Hrvatskoj, ratarska proizvodnja je jedna od najzastupljenijih grana poljoprivrede. Osim toga, ratarska proizvodnja je temelj u prehrani ljudi i stoke, pružajući osnovne prehrambene potrebe, te također služi kao osnova za prerađivačku industriju. Nadalje, ratarstvo obuhvaća proizvodnju različitih kultura na oranicama, uključujući žitarice, uljarice, mahunarke, industrijske kulture te krmno bilje. Prema istraživanju u ratarskoj proizvodnji, najviše je onih koji se bave proizvodnjom žitarica, što čini 44%. Slijedi proizvodnja uljarica s udjelom od 38%, dok se 15% proizvođača bavi proizvodnjom krmnog bilja. Samo 3% proizvođača se bavi proizvodnjom mahunarki.

Stočarstvo obuhvaća proizvodnju žive stoke, uključujući priplod i tov stoke, te proizvodnju mlijeka, jaja, kože, vune, perja i slično. Također, stočarstvo generira i sporedne proizvode poput stajnjaka i gnojovke. Raznolikost stočarske proizvodnje obuhvaća uzgoj goveda, konja, svinja, ovaca, koza te peradi poput kokoši, gusaka, patki i pura. Ovisno o vrsti stoke, razvijene su raznovrsne grane poput govedarske, svinjogojske, ovčarske, kozarske, peradarske i konjogojske proizvodnje. Rezultati istraživanja potvrđuju da je u stočarskoj proizvodnji najzastupljenija grana svinjogojstvo, kojom se bavi 50% proizvođača. Slijedi peradarstvo s udjelom od 29%, dok se 21% bavi govedarstvom.

Voćarstvo je grana poljoprivrede koja se bavi uzgojem voćaka i proizvodnjom voća i voćnih sadnica. Voće se razvrstava u nekoliko skupina, uključujući jezgričasto, koštičavo, bobičasto, luminasto te agrume. Također, postoji podjela na kontinentalno i južno voće. Rezultati istraživanja potvrđuju da je u voćarskoj proizvodnji najzastupljenija grana proizvodnja jezgričavog voća, kojom se bavi 51% proizvođača. Slijedi proizvodnja

koštičavog voća s udjelom od 33%, dok se 8% proizvođača bavi proizvodnjom bobičastog i citrusnog voća.

Povrtno bilje obuhvaća proizvodnju krumpira te raznovrsnog drugog povrća, koje se dalje dijeli na nekoliko skupina poput lisnatog, korjenastog, plodovitog, lukovičastog, mahunastog i cvjetastog povrća. Rezultati istraživanja potvrđuju da u povrćarskoj proizvodnji 19% njih proizvodi lisnato i plodovito povrće. Slijedi korjenasto i lukovičasto povrće s udjelom od 16%, dok se 13% proizvođača bavi proizvodnjom cvjetastog povrća i mahunarki.

Vinogradarstvo je grana poljoprivrede koja se bavi uzgojem loze, proizvodnjom grožđa i loznih sadnica. Grožđe se dijeli na stolno i vinsko grožđe, te postoji podjela na bijelo i crno grožđe. Enologija je znanost koja se bavi kultiviranjem vinove loze, proizvodnjom i čuvanjem vina. Istraživanje potvrđuje da se svi proizvođači čija je glavna poljoprivredna djelatnost vinogradarstvo bave proizvodnjom vina.

Proizvodnja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda dijeli se na konvencionalnu proizvodnju kojom se prema anketi bavi 88% ispitanika, te organsku proizvodnju (ekološka poljoprivreda) kojom se bavi 12% ispitanika.

Proizvođači bi trebali povećati proizvodne kapacitete i proizvodnju kako bi postigli veću cjenovnu konkurentnost na tržištu, ali i više se orijentirati na preradu ekoloških proizvoda, čime bi mogli ostvariti veće prodajne cijene u odnosu na primarne proizvode (Deže i sur, 2026.).

Što se tiče zadaće poljoprivrede, ona ima ključnu ulogu u održivom razvoju Republike Hrvatske. Prva i najvažnija zadaća poljoprivrede je osigurati dovoljnu količinu visokokvalitetnih prehrambenih proizvoda za domaće stanovništvo po što nižim troškovima proizvodnje. Druga zadaća je opskrbiti industriju sirovinama poljoprivrednog podrijetla. Treća zadaća je ostvariti što veću vrijednost izvoza poljoprivrednih proizvoda kako bi se poboljšao devizni priljev zemlje. Prema Grahovac (2005.) osim navedenih zadaća, ističe i doprinos poljoprivrede razvoju nepoljoprivrednog sektora (dopunskim djelatnostima). Proizvodnu orijentaciju ispitanika prije pandemije Covid-19. Vidljivo je da se 48% bavi

samo proizvodnjom primarnih poljoprivrednih proizvoda. Također, 30% njih se bavi proizvodnjom primarnih poljoprivrednih proizvoda i njihovom preradom u sekundarne proizvode, dok se 10% bavi proizvodnjom, preradom i prodajom gotovih proizvoda. Manji udjel, 6%, ispitanika se bavi proizvodnjom, preradom, prodajom te dodatnim djelatnostima poput ugostiteljstva.

U tradicionalnoj poljoprivredi, proizvodni program se određuje prema vlastitim potrebama, raspoloživim resursima, prirodnim uvjetima i plodoredu. Međutim, tehnološki napredak i razvoj tržišnih odnosa su utjecali na to da očekivani profit postane glavni kriterij za odabir strukture proizvodnje čak i u poljoprivredi. Istraživanjem je utvrđeno da tijekom pandemije Covid-19, 70% ispitanika proizvodilo jednako kao i prije. Njih 12% svjedoči povećanju proizvodnje, dok je 6% ispitanika promijenilo smjer proizvodnje.

Rezultati istraživanja pokazuju da većina ispitanika, njih 80%, nije uvela nikakve promjene u strukturi proizvodnje tijekom pandemije Covid-19. Međutim, po 10% ispitanika je ili preoblikovalo postojeću proizvodnju prema potrošačkim trendovima (specijalizacija) ili diversificiralo proizvodnju dodavanjem novih proizvoda ili usluga. Težnja za većom profitabilnošću zahtijeva specijalizaciju, što znači promjenu postojećeg sustava proizvodnje. Bitna posljedica je eliminiranje dosadašnje zaštite proizvođača od prirodnih i tržišnih rizika. Specijalizacijom se osigurava profitabilnost suvremene poljoprivrede, ali istovremeno povećava rizičnost proizvodnje. Za ublažavanje tih rizika može se koristiti diverzifikacija. Prema tome, odluka o strukturi proizvoda temelji se na izboru između željene profitabilnosti i prihvatljive rizičnosti proizvodnje (Sturrock, 1971.).

Jedna od ključnih funkcija prodaje jest pronalaženje novih kupaca na postojećim ili novim tržištima putem različitih distribucijskih kanala i kooperacije s drugim sudionicima na tržištu. Važno je napomenuti da prodaja i distribucija imaju različite značenja. Distribucija, poznata i kao kanali marketinga, odnosi se na odabir kanala putem kojih se proizvodi distribuiraju od proizvođača do krajnjih kupaca. S druge strane, prodaja se odnosi na način na koji se proizvodi ili usluge nude na tržištu, pri čemu se prodaja definira kao konkretni čin prijenosa vlasništva robe od proizvođača do krajnjeg potrošača ili kupca, izravno ili u trgovini. Vrste distribucijskih kanala mogu se klasificirati na sljedeće načine: Prema posrednicima: izravni ili neizravni. Prema ciljnom tržištu: potrošački ili poslovni (<https://plaviured.hr>). 40% ispitanika prodavalo svoje poljoprivredne proizvode direktno

potrošačima, dok je 25% koristilo tržnice i zajedničke platforme i kooperacije za prodaju. Samo 3% je svoje proizvode plasiralo preko restorana i ugostiteljskog sektora, kao i putem online prodaje i dostave, dok su trgovine i supermarketi bili kanal prodaje za samo 1% poljoprivrednika.

Problem distribucije ili prodaje često se navodi kao jedan od najvećih izazova s kojima se suočavaju hrvatski poljoprivredni proizvođači. Postoji nekoliko uobičajenih distribucijskih kanala, pri čemu neki proizvođači koriste jedan, dok drugi koriste više kanala distribucije. Tipični kanali uključuju gradske tržnice, internet, posredničke trgovine, izravnu prodaju i prodaju na kućnom pragu (Grgić, 2021.). Istraživanjem je utvrđeno da je 68% ispitanika ostalo pri starim kanalima distribucije, dok je 32% njih promijenilo kanale distribucije tijekom pandemije.

Tijekom pandemije Covid-19, zaključuje se da od 32% ispitanika koji su potvrdili promjenu kanala distribucije, 100% njih je odabralo novi kanal distribucije poljoprivrednih proizvoda - online prodaju i dostavu.

Kako bi se približila ponuda i potražnja poljoprivredno prehrambenih proizvoda te kako bi se pomoglo u situaciji gdje je komunikacija poljoprivrednika s tržištem otežana, a distribucijski lanci poljoprivredno prehrambenih proizvoda narušeni, važno je raditi na razvoju online platformi. Zbog novonastale situacije nastale su brojne "online" platforme i inovacije koje potrošačima omogućuju jednostavnu kupovinu iz vlastitog doma. Ove platforme olakšavaju povezivanje poljoprivrednika i potrošača te doprinose održavanju opskrbe domaćim proizvodima.

Inicijativa "HRana" ima za cilj osigurati visoku razinu zaštite zdravlja ljudi i interesa potrošača u vezi s hranom, pružajući građanima brze informacije o povlačenju ili opozivu proizvoda s tržišta koji predstavljaju rizik za zdravlje ili okoliš.

(<https://hrana.mps.hr/HRana/>)

"Tržnica.hr" je platforma koju je pokrenulo Ministarstvo poljoprivrede, na kojoj se mogu kupiti poljoprivredni proizvodi iz cijele Hrvatske, uključujući 550 poljoprivrednih proizvođača. Javni naručitelji mogu pronaći dobavljače i objaviti potrebe za nabavom



domaćih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, obvezujući se na nabavu domaće, svježe i kvalitetne hrane iz kratkih lanaca opskrbe. (<https://www.e-trznica.hr/>)

"Platforma za predstavljanje hrvatskih OPG-ova" služi kao polazna točka za obiteljska poljoprivredna gospodarstva i građane zainteresirane za njihove proizvode. Nositelji OPG-ova mogu samostalno unositi podatke, predstaviti svoje obiteljsko gospodarstvo i dodavati proizvode.

Anketa je također obuhvatila sudjelovanje članova iz niza Facebook grupa koje su osnovane kako bi olakšale umrežavanje i prodaju domaćih poljoprivrednih proizvoda tijekom pandemije Covid-19. Ove grupe su usmjerene na geografska područja poljoprivrednika te i dalje aktivno podržavaju razmjenu dobre prakse. Građani mogu izravno stupiti u kontakt s OPG-ovima ili koristiti online tržnice koje nude organiziranu dostavu. Među tim grupama su:

- "Online tržnica Vukovarsko-srijemske županije"
- "Osječka online tržnica"
- "Online tržnica Osječko-baranjske županije"
- "Hrani se lokalno - Brodsko-posavska"
- "Tržnica Slavonski Brod"

Cijena robe rezultat je tržišnih kretanja, veličine ponude i potražnje, te brojnih drugih faktora koji nisu direktno tržišni (Lazibat i sur., 2017.). Cjenovna varijabilnost predstavlja jedan od glavnih izvora rizika u poljoprivredi. Glavni izvori cjenovnog rizika uključuju endogenu varijabilnost i egzogene šokove. Endogena varijabilnost proizlazi iz specifičnosti samog proizvoda, poput suše, nedostatka vlage, bolesti i drugih nepovoljnih uvjeta u biljnoj i stočarskoj proizvodnji. Egzogeni šokovi nastaju od vanjskih faktora poput vremenskih katastrofa, ratova, trgovinskih ratova ili institucijskih regulacija. Istraživanjem se utvrdilo kako većina ispitanika (58%) smatra da su cijene ostale iste, dok 38% smatra da su se cijene povećale, a samo 4% njih misli da su cijene niže.

Početak ovog stoljeća sve veći naglasak stavlja se na orijentaciju proizvođača prema lokalnom tržištu i zadovoljavanju potrošačkih potreba proizvodima iz vlastitog okruženja. Koncept trženja poznat kao "kratki lanac opskrbe" sve je prisutniji kako u teoriji tako i u praksi, kako ističe Fehér (2007.) naglašavajući da ovakve distribucijske kanale uglavnom

koriste mali i srednji poljoprivrednici. Slično tome, Aubert (2015.) sugerira da je "kratki lanac opskrbe hranom" marketinški kanal koji odgovara rastućoj potražnji i zahtjevima potrošača u smislu kvalitete. Rezultati istraživanja pokazali su da 40% od ukupnog broja, niti se slažu niti se ne slažu, dok se 30% uglavnom ne slaže, 12% se u potpunosti ne slaže, 16% uglavnom slaže, i najmanje, 6%, se u potpunosti slaže.

Kao rezultat prisutnosti pandemije bolesti Covid-19, primjetno je da su se hrvatski potrošači više orijentirali na kupovinu domaćih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda te odlučili podržati domaću proizvodnju. Pandemija bolesti Covid-19 je dovela do povećanja prodaje domaćih poljoprivrednih proizvoda. Rezultati istraživanja pokazali su da jednak broj ispitanika, njih 36%, niti se slažem niti se ne slažem i uglavnom se slaže, dok se 16% njih u potpunosti slaže, 6% uglavnom ne slaže, i 6% u potpunosti ne slaže.

Rezultati istraživanja pokazuju da je pandemija bolesti Covid-19 je dovela do povećanja online prodaje poljoprivrednih proizvoda, 44% ispitanika niti se slaže niti se ne slaže, 32% njih se uglavnom slaže, 14% se u potpunosti slaže, dok se 6% uglavnom ne slaže i 4% u potpunosti ne slaže. Promjene u načinu prodaje poljoprivrednih proizvoda postale su značajnije s zatvaranjem granica i smanjenjem uvoza, što je potaknulo domaće potrošače da više koriste lokalne proizvode, lokalnih poljoprivrednika. U skladu s tim razvile su se platforme koje su omogućile poljoprivrednicima da brže, jednostavnije i učinkovitije pronađu tržište za proizvode, dok su kupci postali sigurniji u nabavi prehrambenih proizvoda domaćih proizvođača s lokalnog tržišta. (Stjepanović, 2021.).

## 6. ZAKLJUČAK

Rezultatima provedenog istraživanja potvrđena je kompleksnost i dinamiku koja je oblikovala poljoprivredni sektor tijekom pandemije bolesti Covid-19. Ovi rezultati jasno pokazuju da su se hrvatski poljoprivrednici suočili s brojnim izazovima, ali su isto tako iskoristili prilike koje su se pojavile u ovom kriznom razdoblju. Naglašena promjena u potrošačkim navikama, s većim naglaskom na lokalnoj i domaćoj proizvodnji, predstavlja ključni trend koji se pojavio kao odgovor na krizu. Ova promjena nije samo potaknula rast online prodaje poljoprivrednih proizvoda, već je također potaknula inovacije u distribucijskim kanalima. Tradicionalni pristupi prodaji i distribuciji izloženi su transformaciji, a nova rješenja, poput online platformi i lokalnih inicijativa, postaju sve značajniji čimbenici u povezivanju proizvođača i potrošača. Ovaj rad doprinosi znanstvenim i stručnim spoznajama o prilagodljivosti poljoprivrede u Hrvatskoj na novonastale situacije. Prikupljeni su opći podaci o poljoprivrednicima na području Slavonije i Baranje te njihova mišljenja o utjecaju pandemije Covid-19. Također je dobiven uvid u njihov način proizvodnje, distribucije i daljnjeg poslovanja. Zaključeno je da su hrvatski poljoprivrednici pokazali značajnu otpornost i inovativnost u suočavanju s izazovima pandemije, što će biti osnova za budući razvoj i održivost poljoprivrednog sektora.

## 7. LITERATURA

1. Aubert, M. (2015.) The determinants of selling through a short food supply chains: an application to the French case, 9. Journées de recherches en sciences sociales (JRSS), Dec 2015, Nancy, France, Actes des journées JRSS 2015, 25 p.
2. Deže, J., Kanisek, J., Ranogajec, Lj., Tolušić, Z., Lončarić, R., Zmaić, K., Tolić, S., Sudarić, T., Kralik, I., Turkalj, D., Kristić, J., Crnčan, A. (2008.) *Agroekonomika*, priručnik. Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Osijek
3. Deže, J., Ranogajec, Lj., Lončarić, R., Rabik, M. (2016). Mogućnosti razvoja poduzetništva u ekološkoj poljoprivredi Vukovarsko-srijemske županije. *Poljoprivreda*, 22(2), 64-69
4. Fehér, I. (2007.) Direct Marketing Practice in Hungarian Agriculture. *Agricultural Economics* 53 (5), p. 230–234.
5. Grahovac, P. (2005.) *Ekonomika poljoprivrede. Golden marketing-Tehnička knjiga*. Zagreb
6. Grgić, I., Beinrauch, G. (2021.) Proizvodnja i trženje povrća u vrijeme pandemije Covid-19. *Glasnik Zaštite Bilja*, 44(6): 24-31.
7. Ivković, M., Barković, Đ., Baćani, S. (2010.) Komasacija zemljišta i ruralni razvoj., *Geodetski list* 4, str. 297-312.
8. Karić, E. (1993.) Izbor strukture poljoprivredne proizvodnje i kontrola rizika, *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, Vol. VI No. 1, 1993. 33-46.
9. Knežević, S., Bilić, N. i Petrović, T. (2015.): Utjecaj novih komunikacijsko informacijskih tehnologija na ponašanje potrošača u kupovini proizvoda. *Zbornik radova Veleučilište u Šibeniku*.
10. Kolačko, I. (2022.) *Gospodarski rast i poljoprivreda*. Ekonomski fakultet Osijek, Osijek
11. Kušen, E. (2003.) *Uređenje, razvoj i obnova hrvatskog ruralnog prostora*. Institut za turizam, Zagreb
12. Lazibat, T., Baković, T., Štulec, I. (2017.) *Terminska trgovina na robnim burzama*, Ekonomski Fakultet Zagreb, Zagreb
13. Pauzi, S. F. F., Thoo, A. C., Tan, L. C., Muharam, F. M. & Talib, N. A. (2017.) Factors influencing consumers intention for online grocery shopping-a proposed framework
14. Salitrežić, T. (1972.) *Organizacija proizvodnje i poslovanja poljoprivrednih poduzeća*. Ekonomski fakultet Osijek, Osijek

15. Stjepanović, I. (2021.) Utjecaj pandemije COVID-19 na prodaju poljoprivrednih proizvoda. Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Osijek
16. Sturrock, F. (1971.) Farm Accounting and Management, Pitan Publishing, London, p. 181.
17. Šafran, L. (2023.) Utjecaj pandemije COVID-19 na distribuciju poljoprivredno prehrambenih proizvoda na području Varaždinske županije. Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, Osijek
18. Tomek, W.G., Robinson, K.L. (1981.) Agricultural Product Prices. Cornell University Press, Ithaca and London, p. 90, 894
19. Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, AZTN, (2002.). <https://www.aztn.hr/ea/wp-content/uploads/2017/12/Pojam-poljoprivredni-i-prehrambeni-proizvod-svjezi-proizvod-i-krug-osoba-na-koje-se-ZNTP-ne-primjenjuje.pdf>, pristupljeno: 01.04.2024.
20. Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju, APPRRR, (2019.). <https://www.apprrr.hr/u-cavtatu-svecano-otvorena-56-panta-rhei-konferencija/> , pristupljeno: 11.05.2024.
21. Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju, APPRRR, <https://www.apprrr.hr/upisnik-poljoprivrednika/>, pristupljeno: 15.06.2024.
22. Državni zavod za statistiku, [https://www.dzs.hr/Hrv/Covid19/zaposlenost\\_aktiv.html](https://www.dzs.hr/Hrv/Covid19/zaposlenost_aktiv.html) , pristupljeno: 18.04.2024.
23. E-tržnica.hr, (<https://www.e-trznica.hr/> , pristupljeno: 1.7.2024.
24. Eurokonzalting, Poljoprivreda, <https://eurokonzalting.com/index.php/component/spsimpleportfolio/item/7-consectetur-ex-quis> , pristupljeno: 01.04.2024.
25. Europska središnja banka (2021). Ukratko o protekloj godini., Godišnje izvješće ESB-a za 2021. (europa.eu) , pristupljeno: 01.04.2024.
26. HRana, <https://hrana.mps.hr/HRana/> , pristupljeno: 1.7.2024.
27. Hrvatska obrtnička komora, "Obrt i oblici obrta" <https://www.hok.hr/gospodarstvo-i-savjetovanje/registracija-obrta/obrt-i-oblici-obrta>, pristupljeno: 16.04.2024.
28. Plavi ured, Što je prodaja, a što distribucija, <https://plaviured.hr/sto-je-prodaja-a-sto-distribucija/>, pristupljeno: 08.05.2024.
29. Poljoprivreda, Osnovni pojmovi, [https://www.agr.unizg.hr/upload/nastava/upisi-pripreme\\_poljoprivreda\\_osnovni\\_pojmovi.pdf](https://www.agr.unizg.hr/upload/nastava/upisi-pripreme_poljoprivreda_osnovni_pojmovi.pdf), pristupljeno: 16.04.2024.

## 8. SAŽETAK

Pandemija Covid-19 utjecala je na sve gospodarske sektore pa tako i na poljoprivredu. Rezultati istraživanja utjecaja pandemije bolesti Covid-19 na hrvatski poljoprivredni sektor pokazali su promjene u proizvodnji, s naglaskom na lokalnu i domaću proizvodnju. Također, došlo je do promjena i inovacija u distribuciji što je potaknulo rast online prodaje poljoprivrednih proizvoda. Tradicionalni prodajni kanali su se prilagodili, a online platforme i lokalne inicijative postale su važni pokretači transformacije. Istraživanje se fokusiralo na poljoprivrednike u Slavoniji i Baranji, prikupljajući njihove stavove o utjecaju pandemije, te načine proizvodnje i distribucije. Zaključeno je da su poljoprivrednici pokazali otpornost i inovativnost, što je temelj za budući razvoj i održivost sektora.

Ključne riječi: Covid-19, poljoprivreda, proizvodnja, distribucija, prodaja

## **9. SUMMARY**

The Covid-19 pandemic affected all economic sectors, including agriculture. The results of a study on the impact of the Covid-19 pandemic on the Croatian agricultural sector showed changes in production, with an emphasis on local and domestic production. Additionally, there have been changes and innovations in distribution have driven the growth of online sales of agricultural products. Traditional sales channels have adapted, while online platforms and local initiatives have become important drivers of transformation. The study focused on farmers in Slavonia and Baranja, gathering their views on the impact of the pandemic, as well as their methods of production and distribution. It was concluded that farmers have demonstrated resilience and innovation, which forms the foundation for the future development and sustainability of the sector.

Key words: Covid-19, agriculture, production, distribution, sales

## 10. POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Struktura poljoprivrednih gospodarstava prema tipu i spolu (%) .....	2
Grafikon 2. Struktura ispitanika prema spolu.....	9
Grafikon 3. Razina obrazovanja ispitanika.....	10
Grafikon 4. Status zaposlenja ispitanika .....	10
Grafikon 5. Mjesečna primanja ispitanika.....	11
Grafikon 6. Struktura ispitanika po županijama .....	11
Grafikon 7. Struktura ispitanika po mjestu boravka.....	12
Grafikon 8. Iskustvo bavljenja poljoprivrednom proizvodnjom .....	12
Grafikon 9. Vrsta organizacijskog oblika.....	13
Grafikon 10. Veličina gospodarstva .....	13
Grafikon 11. Vrste poljoprivredne djelatnosti.....	14
Grafikon 12. Struktura ratarske proizvodnje .....	14
Grafikon 13. Struktura stočarske proizvodnje .....	15
Grafikon 14. Struktura voćarske proizvodnje.....	15
Grafikon 15. Struktura povrćarske proizvodnje .....	16
Grafikon 16. Omjer konvencionalne i organske proizvodnje.....	17
Grafikon 17. Struktura proizvodnje prije pandemije Covid-19.....	17
Grafikon 18. Utjecaj pandemije Covid-19 na proizvodnju .....	18
Grafikon 19. Promjena strukture proizvodnje .....	18
Grafikon 20. Distribucijski kanali prodaje poljoprivrednih proizvoda prije pandemije Covid-19 .....	19
Grafikon 21. Promjena distribucijskih kanala tijekom pandemije Covid-19 .....	20
Grafikon 22. Promjena cijene proizvoda tijekom pandemije Covid-19 .....	20
Grafikon 23. Promjene u proizvodnji i prodaji poljoprivrednih proizvoda.....	21



**PROIZVODNO PRODAJNA ORIJENTACIJA  
POLJOPRIVREDNIH PROIZVOĐAČA U UVJETIMA PANDEMIJE COVID-19**

**Dora Miskrić**

**Sažetak:**

Pandemija Covid-19 utjecala je na sve gospodarske sektore pa tako i na poljoprivredu. Rezultati istraživanja utjecaja pandemije bolesti Covid-19 na hrvatski poljoprivredni sektor pokazali su promjene u proizvodnji, s naglaskom na lokalnu i domaću proizvodnju. Također, došlo je do promjena i inovacija u distribuciji što je potaknulo rast online prodaje poljoprivrednih proizvoda. Tradicionalni prodajni kanali su se prilagodili, a online platforme i lokalne inicijative postale su važni pokretači transformacije. Istraživanje se fokusiralo na poljoprivrednike u Slavoniji i Baranji, prikupljajući njihove stavove o utjecaju pandemije, te načine proizvodnje i distribucije. Zaključeno je da su poljoprivrednici pokazali otpornost i inovativnost, što je temelj za budući razvoj i održivost sektora.

**Rad je izrađen pri:** Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

**Mentor:** prof.dr.sc. Ljubica Ranogajec

**Broj stranica:** 36

**Broj grafikona i slika:** 23

**Broj tablica:** 0

**Broj literaturnih navoda:** 29

**Jezik izvornika:** hrvatski

**Ključne riječi:** Covid-19, poljoprivreda, proizvodnja, distribucija, prodaja

**Datum obrane:** 18.07.2024.

**Stručno povjerenstvo za obranu:**

1. Prof.dr.sc. Ružica Lončarić, predsjednik
2. Prof.dr.sc. Ljubica Ranogajec, mentor
3. Prof.dr.sc. Jadranka Deže, član

**Rad je pohranjen u:** Knjižnica Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vladimira Preloga 1.

## **BASIC DOCUMENTATION CARD**

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek  
University Graduate Studies, Agroecomics**

**Graduate thesis**

### **PRODUCTION AND SALES ORIENTATION OF AGRICULTURAL PRODUCERS IN THE CONDITIONS OF THE COVID-19 PANDEMIC**

**Dora Miskrić**

#### **Summary:**

The Covid-19 pandemic affected all economic sectors, including agriculture. The results of a study on the impact of the Covid-19 pandemic on the Croatian agricultural sector showed changes in production, with an emphasis on local and domestic production. Additionally, there have been changes and innovations in distribution have driven the growth of online sales of agricultural products. Traditional sales channels have adapted, while online platforms and local initiatives have become important drivers of transformation. The study focused on farmers in Slavonia and Baranja, gathering their views on the impact of the pandemic, as well as their methods of production and distribution. It was concluded that farmers have demonstrated resilience and innovation, which forms the foundation for the future development and sustainability of the sector.

**Thesis performed at:** Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

**Mentor:** PhD Full Professor Ljubica Ranogajec

**Number of pages:** 36

**Number of figures:** 23

**Number of tables:**0

**Number of references:** 29

**Original in:** Croatian

**Key words:** Covid-19, agriculture, production, distribution, sales

**Thesis defended on date:** 18.07.2024.

#### **Reviewers:**

1. PhD Full Professor Ružica Lončarić, president
2. PhD Full Professor Ljubica Ranogajec, mentor
3. PhD Full Professor Jadranka Deže, member

**Thesis deposited at:** Library, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Vladimira Preloga 1.