

## **K NĚKTERÝM EKOLOGICKÝM PROBLÉMŮM ZEMĚDĚLSKÉHO MARKETINGU**

P. Procházka

Ústav řízení a marketingu PEF VŠZ v Brně, Zemědělská 5, 613 00 Brno

### **Anotace:**

České zemědělství prochází v současnosti složitým procesem transformace, který je charakterizován sporem o budoucí charakter zemědělské prvovýroby. Ostrá konkurence zahraničních výrobků a nepřipravenost našich výrobců jí čelit jsou příčinou značných problémů v oblasti odbytu vyrobených komodit. Výrazný vliv na situaci zemědělských podniků má také spor mezi koncepcí trvale udržitelného a tržního zemědělství. K nejdůležitějším úkolům zemědělského marketingu patří snahy o hledání nových trhů, zvyšování úrovně balení potravin, zlepšování zpracovatelských procesů a zkracování distribučních kanálů.

### **Summary:**

At present, Czech agriculture is passing through a rather complicated process of transformation. An increasing and sharp competition of foreign products as well as an inability of Czech producers to face it result in the occurrence of considerable problems in the sphere of marketing of produced commodities. The controversy of two opposing concepts, i.e. sustainable agriculture vs. free trade shows a marked effect on agricultural enterprises. Efforts to find new markets, to increase the standard of package of produced foodstuffs, to improve the processing of agricultural products and to shorten the distribution channels belong to the most important tasks of agricultural marketing.

### **Klíčová slova:**

zemědělský marketing; ekologie; trvale udržitelný rozvoj; tržní ekonomika

### **Key words:**

agricultural marketing; ecology; sustainable agriculture; market economy

Zemědělství, podobně jako celá naše společnost, prochází v současné době složitým procesem transformace a privatizace. Tento proces však bohužel není jen složitý, ale také značně zdoluhavý a nevyjasněný, a to zejména na bývalých státních statcích, kde u celkového počtu 316 dosud nezprivatizovaných jednotek existují schválené privatizační projekty na 53 podniků a 57 projektů je v současné době schvalováno. U bývalých JZD je situace poněkud příznivější, ekonomické a politické tlaky však i tam vytvářejí prostředí velmi nejisté a pro rozvoj podnikatelských aktivit značně nepříznivé. Proces transformace zemědělství je přehnaně zpolitizován, dobré jméno zemědělců a zemědělství je v očích veřejnosti značně zkresleno a zásluhou tendenčních informací převážně většiny hromadných sdělovacích prostředků se vytváří obecný názor, že české zemědělství je z převážné míry nerentabilní, neekologické a nevykonné.

I když snahou Ministerstva zemědělství a výživy České republiky je snaha o podporu a ochranu domácí zemědělské prvovýroby, o zajištění výroby relativně levných a zdravých potravin, které budou schopny konkurovat cizím výrobkům jak na domácích, tak také zahraničních trzích, je nutno konstatovat, že až dosud se v této oblasti nepodařilo dosáhnout výraznějších výsledků. Vzhledem k velmi rozdílným ekonomickým, politickým, přírodním a výrobním podmínkám, které existují v České republice a ve vyspělých zemích západní Evropy či Severní Ameriky je však třeba zdůraznit, že naše zemědělství určitou formu podpory a ochrany potřebuje a že názory ekonomických pragmatiků, kteří jsou jednoznačně proti jakémukoli ochranářství či dotování zemědělství, jsou přinejmenším nesprávné, ne-li dokonce nebezpečné a škodlivé. Svědčí o tom především vleklé a stále ještě nevyřešené spory, jež jsou vedeny v rámci tzv. uruguajského kola Všeobecné dohody o clech a obchodu (General Agreement on Tariffs and Trade) a problémy vyplývající z podpisu Severoamerické smlouvy o volném obchodu mezi Kanadou, USA a Mexikem (North American Free Trade Agreement).

Pokud se týká jednání GATT, největší problémy existují mezi zeměmi Evropských společenství - zejména Francií a Velkou Británií - na straně jedné a USA, Austrálií a Novým Zélandem na straně druhé. Protekcionářská a dotační Společná zemědělská politika zemí ES vyvrcholila v posledním desetiletí v krizi z nadvýroby, jež je příčinou obrovských problémů s odbytem potravin a dalších zemědělských produktů. Čeští zemědělci se o tom mohli přesvědčit na vlastní kůži jak v minulých letech, tak také v roce 1993, neboť například jen otevření našeho trhu pro dovoz řezaných květin, brambor a jablek ze zemí ES mělo za následek téměř kolaps domácí produkce těchto komodit. Také podpis Severoamerické smlouvy o volném obchodu znamenal (NAFTA) konec dotačního systému, který chránil drobné farmáře a spotřebitele před výkyvy trhu. Společným jmenovatelem obou těchto smluv je rozpor, který lze vysledovat i v našich podmínkách, tj. spor dvou diametrálně rozdílných koncepcí zemědělské výroby, z nichž jedna usiluje o nastolení tzv. trvale udržitelné zemědělské výroby (sustainable agriculture) a druhá o důslednou aplikaci pravidel volného trhu a svobodné konkurence v této oblasti lidské činnosti.

Trvale udržitelné zemědělství je založeno na snahách o ochranu životního prostředí a zemědělství; hlavní důraz je přitom kladen na ochranu půdního fondu, vodních zdrojů a biologické diversity krajiny, na ekonomickou podporu rodinných farem a venkovských komunit, na omezování spotřeby chemikálií a snižování energetické náročnosti způsobů hospodaření a na zavádění takových marketingových praktik, které by redukovaly čas, vzdálenosti a objem zdrojů potřebných k přepravě potravin z místa výroby do místa spotřeby. Dalším významným cílem této koncepce zemědělské výroby je snížení spotřeby konzervačních látek a zvýšení čerstvosti,

kvality a nutriční hodnoty potravinářských výrobků zkrácením doby jejich zpracování, balení a přepravy.

Koncepce "tržního zemědělství" naproti tomu sleduje ekonomickou efektivnost zemědělské prvovýroby a zdůrazňuje snahy o to, aby rostlinné i živočišné výrobky byly zpracovatelským odvětvím a průmyslovým uživatelům dodávány za minimální ceny. Tato koncepce vychází z názoru, že jakýkoli zásah státu do každodenních aktivit výrobců znamená jejich omezování a snižování ekonomické efektivity výroby. Cílem této politiky je likvidace všech dotací i opatření zaměřených na ochranu životního prostředí, odstranění všech celních bariér a otevření hranic všech zemí světa neomezenému a nekontrolovanému exportu a importu. Tuto politiku podporují jednak podniky zpracovatelské sféry, které usilují o to, aby zemědělské produkty nakupovaly za co nejnižší ceny a jednak dodavatelé vstupů potřebných pro zemědělskou výrobu, kteří naopak usilují o to, aby prodali co největší kvanta chemikálií, průmyslových hnojiv, zemědělské techniky a dalších komodit za ceny co nejvyšší. Jakým způsobem by tedy měl být tento problém řešen? Bude správné nechat pouze působit tržní síly a snažit se o dosažení maximální produktivity a efektivnosti nebo bude vhodné pamatovat i na kvalitu života a ochranu přírody a jejích zdrojů? Odpověď na tyto otázky je velmi obtížná, neboť obecný postoj veřejnosti je orientován spíše na snahy o uspokojování momentálních potřeb, o maximalizaci konzumu a maximalizaci kvality života, a to bez většího ohledu na možné budoucí následky. O hrozbách, kterým je lidstvo v současnosti vystaveno, již bylo řečeno i napsáno mnoho. Vyčerpávání neobnovitelných zdrojů energie, globální znečišťování životního prostředí, pokles morálky, růst agresivity a rozklad tradičních struktur lidské společnosti patří k těm nejmarkantnějším.

Úkolem zemědělství, jako jedné z nejstarších lidských činností, je proto trvale přispívat ke zvyšování kvality života a k ochraně a obnově životního prostředí. Kořistnický, technokratický přístup k přírodě a jejím zdrojům není možný, neboť zcela jednoznačně představuje cestu do záhuby. Problémem českého zemědělství není neschopnost vyrábět; problémem je neschopnost nalézt rozumný kompromis mezi snahami o co nejefektivnější výrobu potravin a o důslednou ochranu životního prostředí a přírodních zdrojů na straně jedné a neschopnost vyrobené komodity výhodně prodat na straně druhé. Dlouhodobý charakter výrobního cyklu zemědělcům bohužel neumožňuje rychle a pružně reagovat na negativní změny výrobních podmínek a vnějšího prostředí, což má za následek to, že se marketingová činnost musí přizpůsobovat povaze zemědělské produkce místo toho, aby se zemědělská výroba pružně přizpůsobovala změnám situace na trhu.

Na základě uvedených skutečností lze dospět k závěru, že v oblasti zemědělského marketingu patří v současném období k nejzávažnějším úkolům snahy o hledání nových trhů, zvyšování

úrovně balení vyrobených potravin, zlepšování zpracovatelských procesů a zkracování distribučních kanálů. Vedení podniků se musí včas rozhodnout o tom, co je třeba vyrábět, jak vyrobené zboží nabízet na trhu, kde a za jaké ceny získávat vstupy, kde a za jaké ceny prodávat finální výrobky a do jaké míry se věnovat marketingové činnosti. Zejména problému účinného marketingu musí být věnována prvořadá pozornost, neboť na umění nalézt vhodná odbytíště záleží budoucnost podniku a jeho přežití. Úkolem vlády pak je vytvořit takové konkurenční prostředí, které bude zajišťovat rovnocenné podmínky jak pro domácí, tak také zahraniční výrobce a prodejce zemědělských produktů.

### **Literatura:**

1. Futrell A.G.- Wisner R,N.:Marketing for farmers, 2nd Ed., 1987,Doane Inf.Services,St.Louis,USA, 306 s.
2. Kohls
- 3.Meadows Donella H.aj.: The Limits to Growth.1974, Universe Books, N.York, 205 s.
- 4.Tracy M.: Food and Agriculture in a Market Economy. 1993, Agric.Policy Studies, La Hutte, Belgium, 286 s.