

Ulčák, Zbyněk

Partnerské vztahy mezi zemědělci a spotřebiteli

Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. G, Řada sociálněvědná. 1997, vol. 46, iss. G39, pp. [263]-268

ISBN 80-210-1705-8

ISSN 1211-6815

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/111196>

Access Date: 20. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

ZBYNĚK ULČÁK*

PARTNERSKÉ VZTAHY MEZI ZEMĚDĚLCI A SPOTŘEBITELI

Současný spotřebitel si začíná uvědomovat, jak je podřízen pravidlům, která mu diktují supermarket. Je schopen se z nich vymanit? Odpovědí na tuto otázku se zabývá Wendel Berry ve své práci *Zemědělská krize: Krize kultury* (Berry, 1977). Dochází k závěru, že vytváření tradičních organizací zákazníků tento problém neřeší. Vždyť ustavení organizace spotřebitelů vlastně institucionalizuje jejich podřízenost. Autor tím nepochybně nutnost ochrany práv zákazníků, avšak zdůrazňuje, že neexistuje organizace, která by apelovala na spotřebitelovu *zodpovědnost* – je totiž v povaze instituce, že hájí práva svých členů, ale není schopna reprezentovat jejich povinnosti. *Zodpovědnost, závazek*, má privátní charakter; je možné mu dostat či jej nesplnit, ale není možné se ho zbavit.

Zodpovědný konzument je konzumentem kritickým, odmítá nakupovat nízkou kvalitu, tvrdí Berry. A je také skromným konzumentem – zná své potřeby a nenakupuje více, než je nutné, zvažuje své touhy a snaží se je omezit. Podobné úvahy zazněly již vícekrát, ale Berry k nim dodává, že opravdu zodpovědný konzument je také do jisté míry producentem. Využívá svých zdrojů a schopností k uspokojení části vlastních potřeb. Domácnost, která odmítá nakupovat hotová jídla, t. j. která nakupuje pouze suroviny a připravuje si jídlo sama, ovlivňuje celý systém moderního zemědělského a potravinářského průmyslu (stejně tak ten, kdo je schopen se sám bavit, stává se nezávislým na plytké komerční zábavě). Je rozdíl mezi zodpovědným konzumentem a konzumentem organizovaným – zodpovědný konzument se vlastně vyčleňuje z kategorie konzumentů, je zodpovědný, protože zodpovědně žije.

Berry v závěru práce formuluje doporučení, jejichž uplatnění by řešilo příčiny krize průmyslového zemědělství. Klade důraz na změny, ke kterým má přistoupit jedinec dnes netušící, že je nedílnou součástí zemědělského sys-

* Adresa autora: Ing. Zbyněk Ulčák, Ústav krajinné ekologie, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, 613 00 Brno, e-mail: zbynek@mendelu.vszbr.cz

tému.¹ Berry mimo jiné zdůrazňuje co největší soběstačnost regionů jako prostředku získání nejlevnějších (redukce konzervace, balení a přepravních nákladů) a nejčerstvějších potravin. Toho má být dosaženo navázáním těsných vztahů mezi zemědělci a spotřebiteli. Je zajímavé sledovat, jak se právě toto doporučení stává skutečností, jak rychle dochází k proměně spotřebitelských návyků u nezanedbatelné části populace v některých vyspělých zemích. Například v Japonsku prodává svou produkci přímo, bez přítomnosti mezičlánku 60 procent zemědělců, ve Francii 25 procent, v USA a v Německu 15 procent. Dodejme, že zaznamenaníhodný je nástup tohoto trendu i v České republice.

Změny přístupu spotřebitelů k zemědělcům spočívají v zakládání či rozvoji zemědělsko-odběratelských družstev, městských ploch s produkcí zeleniny, trhů s výhradně lokální produkcí (velice populární v USA) či v činnosti nadací pečujících o půdu způsobem našich zahrádkářských osad (DeLind, 1994). Velice zajímavým příkladem je vznik systémů, umožňujících přímé vztahy mezi zemědělci a jejich odběrateli, kteří se mění ze zákazníků v partnery, což platí zejména v případě tzv. „komunitou podporovaného zemědělství“ – Community Supported Agriculture. (Tento text bude používat zkratku CSA). Pro tyto systémy je charakteristický zájem odběratelů o produkci ekologického zemědělství², což je plně v souladu s Berryho charakteristikou zodpovědného konzumenta. Některé z nich jsou inspirovány japonským družstvem Seikatsu, které vzniklo v polovině 60. let jako sdružení dvou set tokijských žen, nakupujících mléko přímo od producenta. V současnosti dosáhl počet členů 200 000; jeho úspěch je podmíněn i specifiky japonské společnosti. Japonská asociace ekologického zemědělství formulovala v roce 1978 deset principů, na kterých je založeno partnerství mezi tamními zemědělci a jejich zákazníky (OECD, 1994):

1. Vzájemná pomoc – základem partnerství není obchod, ale přátelský vztah mezi lidmi. Zemědělci i konzumenti si mají pomáhat na základě vzájemného porozumění.

2. Uspokojení potřeb konzumentů – zemědělci mají na základě domluvy s odběrateli plánovat sortiment a množství své produkce.

3. Přijímání produkce – konzumenti mají odebrat veškerou produkci, na jejímž složení se dohodli s producenty, měli by konzumovat především ji.

4. Vzájemná dohoda při tvorbě cen – producenti berou při tvorbě cen v úvahu snížení svých nákladů (na třídění, balení, konzervaci, dopravu,

1 Berry kriticky cituje novinářské sdělení: „96 procent americké pracovní síly je osvobozeno od produkce potravin“.

2 Tzv. ekologické zemědělství je založeno na přirozeném koloběhu látek a energie, šetří neobnovitelné zdroje a vylučuje používání většiny pesticidů a minerálních hnojiv. Zemědělská produkce je řízena směrnici a kontrolována. Zemědělec, který dodrží stanovené požadavky, může označovat svou produkci názvem „bio“; které zpravidla přináší i vyšší finanční ohodnocení. V zahraničí je tento systém znám pod více názvy – alternativní, organické, biologické aj. zemědělství.

odpad) a jistotu odběru, zákazníci oceňují výhodu snadného získání čerstvé, kvalitní a chutné produkce známého původu.

5. Osobní vztahy – rozvoj partnerství vyžaduje prohlubování osobních vztahů.

6. Distribuce svépomocí – transport produkce je zajišťován buď zemědělci či konzumenty bez zapojení profesionálních dopravců.

7. Demokratické vedení – obě skupiny (producenti i konzumenti) se vyhýbají závislosti na malé skupině entuziastických „vůdčů“, snaží se zapojit všechny členy.

8. Dobrovolné vzdělávání – obě skupiny se snaží poučit se ze svých zkušeností a pokouší se rozšířit své aktivity mimo distribuci potravin.

9. Udržení přijatelné velikosti skupin – dodržování předchozích bodů je obtížné, jestliže skupiny mají příliš mnoho členů či pracují-li na velkém území. Hnutí by se tedy mělo šířit vznikem nových skupin a jejich vzájemnou spoluprací.

10. Trpělivost – výhody systému neužívají nové skupiny okamžitě, proto musí svorně vyvinout úsilí k dosažení optimálního stavu.

Tyto zásady jsou uplatňovány (i nevědomě) také v systémech přímých styků zemědělců a zákazníků v Evropě a Severní Americe.

V současnosti se nejvíce rozvíjí systém pravidelných dodávek produkce (hlavně zeleniny) zákazníkům. Složení dodávky se mění s ročním obdobím a je určováno především výběrem pěstitele, který produkci dopraví přímo do domu či složí více balení (používá se dřevěná líska na ovoce) u jednoho z odběratelů, od kterého si je ostatní tentýž den vyzvednou. Tento „distributor“ je odměněn dodávkou zeleniny se slevou či malým poplatkem od členů skupiny. Současně působí jako prostředník mezi odběrateli a pěstitelem a pravidelně hlásí počet požadavků na příští období, což je důležité zejména v období dovolených. Odběratelé platí zpravidla předem – mají tedy vždy předplacenu následující dodávku, což je dostatečným stimulem k tomu, aby si své dodávky od distributora včas vyzvedli. Podle většiny ohlasů lidé ochotně přijímají sezónní změny ve skladbě dodávek a akceptují i pro ně neznámé druhy zeleniny, dokonce oceňují i s tím spojený moment překvapení.

Pěstitel má aktivně udržovat spojení s odběrateli, občasně je informovat o průběhu sezóny, o skladbě dodávek, o novinkách, o možnosti individuálních objednávek – mnoho farem tak činí prostřednictvím letáku, příkladného do bedničky s dodávkou. Velmi vítaná jsou rovněž pozvání na farmu spojená například s dožínkami³. Na tomto principu pracují v ČR kluby ekologického zemědělství, kterých je založeno celkem osm, z toho tři v Praze, kde se uplatnil i vliv početné americké komunity (Szykitka, 1997), a i někteří ekologičtí zemědělci, kteří dodávají svou produkci okruhu stálých zákazníků. Příkladem může být rolník z Lubníku u Lanškrouna, který kromě zeleniny

3 V ČR probíhají každoročně i celostátní „bio-dožínky“, organizované svazem ekologických zemědělců PRO-BIO Šumperk na různých ekologických farmách.

a brambor dodává i mléko, které odběratelé dostávají do „svých“ lahví, neboť každá z nich je označena jmenovkou (!).

Pravděpodobně nejzajímavější je systém CSA, který opouští úroveň pouhé směny zemědělských produktů a který umožňuje bezprostřední zapojení konzumenta-odběratele do života farmy. Jednotliví zájemci jsou vyzváni k získání podílu na produkci farmy, která může být v soukromém vlastnictví hospodáře, či dokonce bývá majetkem skupiny (jak je tomu často v USA). Podíly se obvykle kupují na celý rok dopředu a je možno je uhradit nejen finančně jednorázově či ve splátkách, ale i formou práce na farmě v průběhu roku. O výši podílů se rozhoduje na společném shromáždění, kde jsou podílníci seznámeni se záměry farmy na příští rok, s osevními plány a sortimentem produktů, a s předpokládanými náklady farmy, na jejichž základě se určí hodnota podílu. Výsledkem bývá smlouva se závazkem farmáře dodat produkci do hodnoty či téměř do hodnoty podílu. V průměrném roce podílníci získávají množství produkce, jehož hodnota obvykle podstatně převyšuje hodnotu jimi zaplaceného podílu.

Cílem tohoto systému není jen vytvoření podmínek pro udržení a prosperitu ekologicky příznivého zemědělství v regionu. Ve skutečnosti je umožněna a rozvíjena existence místní komunity skrze zemědělství, prostřednictvím farem. Vede k vytvoření vědomí sounáležitosti s regionem, s jeho obhospodařováním; zapojením podílníků do práce na farmě přispívá k poznání úlohy zemědělství pro tvorbu životního prostředí a pro život obce. V podmínkách Velké Británie se rovněž výhodně doplňuje s existencí místních systémů bezhotovostní směny, známých pod zkratkou LETS (Steele, 1995).

V USA existovalo v roce 1990 třicet skupin CSA, v roce 2000 se jejich počet odhaduje na 5 000; ve Velké Británii je zájem o přímý odběr produkce takový, že se tvoří pořadníky. Navzdory dynamickému rozvoji postrádáme potřebné informace o složení a motivech účastníků skupin. Zejména by byly cenné údaje o zákaznících, kteří jsou různorodější skupinou než producenti.

Výjimku tvoří Velká Británie, kde byl zemědělskou kolejí University of London proveden celobritský průzkum složení, motivací a problémů jak zemědělců, tak konzumentů (Hamir, 1996). Do výše uvedených partnerských systémů je zapojeno přibližně 20 000 britských konzumentů, kteří odebírají produkci v hodnotě 5 milionů liber (je to však pouze 0,5 procenta hodnoty prodeje největšího supermarketu J. S. Sainsbury). Zajímavá je v této souvislosti (finanční „nevýznamnost“ hodnoty prodeje) velká pozornost, kterou alternativním systémům věnují média, díky kterým si je britská veřejnost vědoma problému produkce a distribuce potravin⁴. Z výzkumu dále vyplývá,

4 Problém „cestování“ potravin se stal aktuální s rozvojem supermarketů (Delow, 1994). Více než třetina potravin, spotřebovaných ve Velké Británii, je importována a obsah průměrného evropského nákupního vozíku procesoval 3 500 km (Blythman 1993 in: Hamir 1996). S touto skutečností je spojeno jak poškozování životního prostředí způsobené transportem, balením a konzervací potravin tak i ztráty nutriční hodnoty potravin ve srovnání s místní produkcí. Tyto skryté náklady se však neodrážejí v ceně potravin, protože nízká cena pohonných hmot způsobuje, že pro supermarkety je výhodnější import la-

že zájem konzumentů o zapojení se do některého sdružení je stále velký, avšak očekává se, že s dalším rozvojem se poptávka nasytí a producenti budou muset vynakládat prostředky na přilákání a udržení zákazníků (jak je tomu již v USA). Jestliže se skupina stane početnou, nastávají problémy s administrativou a je méně prostoru k udržování vpravdě přátelských partnerských vztahů. Je třeba také brát ohled na „cestování“ potravin a limitovat rozlohu oblasti, ve které partneři působí. I přesto má 90 procent sdružení zájem na svém početním růstu.

Většina zákazníků patří do věkové skupiny 30–49 let, má vyšší vzdělání a nadprůměrné příjmy. K zapojení se do sdružení je přivedla snaha získat ekologicky vyprodukované potraviny pohodlně a cestou šetrnou k životnímu prostředí. Z výzkumu rovněž vyplývá jistá rezervovanost britských zákazníků (ve srovnání s jinými evropskými zeměmi a USA), pro které není příliš atraktivní systém CSA, kde partnerské vztahy jsou mnohem těsnější a i rizika neúrody jsou sdílena společně.

*

V průběhu posledních dvaceti let nabývají na intenzitě spory o dosavadních trendech rozvoje zemědělství, které vyústily ve formulaci řady definic trvale udržitelného zemědělství (Edwards et al., 1990, Gold, 1994). Od počátku 80. let, kdy se pojmu trvale udržitelné zemědělství začalo užívat, však došlo k výraznému posunu v jeho chápání. Trvale udržitelné zemědělství přestává být pojímáno jen jako soubor praktik šetrných k životnímu prostředí (Rodale, 1983, Jackson, 1980). Současná koncepce respektuje nedílnost a vzájemnou podmíněnost udržitelnosti sociální, ekonomické i environmentální, včetně aspektů kulturních, morálních a etických (WCED, 1987, IUCN-UNEP-WWF, 1991, UNCED, 1992). Za jednu ze základních složek „post-industriálního“ (Nath et al, 1993) trvale udržitelného zemědělství je uznávána i preference lokálních vstupů a produkce a marketing se snahou o co nejrychlejší dodávku kvalitních produktů spotřebiteli. Stabilní venkovská komunita má umožňovat různé typy aktivit, šetrných k životnímu prostředí, finančně životaschopných, vytvářejících dostatek příležitostí k lokálnímu oběhu finančních prostředků a umožňujících participaci jednotlivce na rozhodování (Ritchie, 1992).

Charakterizované alternativy přímých vztahů mezi zemědělci a spotřebiteli těmito kritériím vyhovují a představují posun k náplni pojmu trvale udržitelný život, který je svým obsahem nadřazen trvalé udržitelnosti zemědělství jako jedné z mnoha lidských aktivit a složek života. Zapojení do CSA či do jiného sdružení může představovat změnu dosavadního způsobu života, skrze kterou Berryho zodpovědný konzument opouští kategorii konzumentů, jimž jde jen o jejich „práva“, a uvědomuje si svou zodpovědnost.

LITERATURA:

- BERRY, W. : *The Agricultural Crisis: A Crisis of Culture*. 1. vyd. , Myrin Institute Proceedings No. 33, New York, 1977, 41 s.
- DELIND, L. B. : *Organic Farming and Social Context: A Challenge for us all*. Amer. J. Alt. Agric. 9. s. 146-147
- DELOW, C. E. : *A survey of three direct marketing schemes in Devon*. University of Exeter, M. Sc., Dissertation, 1994, 128 s.
- EDWARDS, C. A. et al. : *Sustainable Agricultural Systems*. Soil and Water Conservation Society, Ankeny, 1990. 425 pp.
- GOLD, M. V. : *Sustainable Agriculture: Definitions and Terms*. USDA – National Agricultural Library, Beltsville, 1994, 10 s.
- HAMIR, A. : *Survey of Motivations and Problems of Producers Participating in Direct Food Link Schemes*. Wye College, University of London, M. Sc. Dissertation, 1996, 73 s.
- IUCN/UNEP/WWF: *Caring for the Earth*. Gland, 1991, 168 s.
- JACKSON, W. : *New Roots for Agriculture*. in: Yunlong, C. – Smit, B. : *Sustainability in Agriculture: A General review*. Agric. Ecosystems Environ. 49, 1994, s. 299 – 307
- NATH, B. et al. : *Environmental Management, Vol. 2 – The Ecosystem Management*. VUB PRESS, Brusel, 1993, 252 s.
- OECD: *Towards Sustainable Agricultural Production: Cleaner Technologies*. Paris, 1992, 99 s.
- RITCHIE, M. : *Free trade versus sustainable agriculture*. *The Ecologist*, 22, 1992, s. 221 – 227
- RODALE, R. (1983): *Breaking new ground: The search for sustainable agriculture*. in: Yunlong, C. – Smit, B. : *Sustainability in Agriculture: A General review*. Agric. Ecosystems Environ. 49, 1994, s. 299 – 307
- STEELE, J. : *Local Food Links*. Soil Association, Bristol, 1995, 61s.
- SZYKITKA, K.: *Osobní sdělení*, 1997
- UNCED: *Agenda 21, Rio de Janeiro*, 1992, 326 s.
- WCED : *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford, New York, 1987, 287 s.