

# KRITÉRIA PRE OBCHOD S AGRÁRNymi PRODUKTMI V SR CRITERIONS FOR BUSINESS WITH AGRARIAN PRODUCTS IN SLOVAKIA

*BRIESTENSKÝ Marek, (SR)*

---

## **ABSTRACT**

Intro Slovak Republic entry to European Union gains ground question of trading generally and with agrarian products particularly, therefore these problems are main idea of contribution. I want to analyse availability of trading integrated system with agrarian products in Slovak republic. Listed system may help producers to obtain appropriate informations about agrarian business state, following those may realize their activities. If however we want to find solution of business problem with agrarian commodities, we must define criterions, that should verify existent system.

## **KEY WORDS**

criterions, system, business, agriproduct

---

## **ÚVOD**

Koniec osemdesiatych rokov 20. storočia bol poznamenaný zmenami prechodu od jedného spoločensko-ekonomického systému k druhému. V krajinách strednej a východnej Európy sa naštartovala ekonomická reforma, ktorej cieľom bolo vytvorenie zdravého konkurenčného prostredia, ktoré malo zvýšiť výkonnosť ekonomík týchto štátov.

Otvorením trhu sa objavili doposiaľ nepoznané skutočnosti. Na územie SR začali smerovať veľké množstvá zahraničného tovaru, čím sa podstatne zostrila konkurencia na domácom trhu, na čo neboli naši výrobcovia pripravení. Tuzemskí producenti si začali uvedomovať vážnosť situácie a snažili sa o čo najrýchlejšiu adaptáciu novým podmienkam. To predpokladalo zvyšovanie efektívnosti a produktivity práce za účelom dosiahnutia zvýšenej konkurenčnej schopnosti a získanie nových obchodných partnerov. Zmenu orientácie v štruktúre hospodárstva a v zahraničnom obchode si vyžadovalo okrem úsilia domácich producentov jednoznačné zapojenie do európskych a medzinárodných štruktúr.

Súčasný stav na trhu s poľnohospodárskymi produktmi je výsledkom určitého vývojového procesu. Rozvoj agrárneho obchodu výraznou mierou ovplyvňuje štát so svojou politikou protekcionizmu. Štát má k dispozícii širokú škálu protekcionistických a regulačných nástrojov, ktorými sa snaží riešiť existujúce problémy. Zásahy štátu výrazne ovplyvňujú prostredie trhu s poľnohospodárskymi produktmi a následne aj správanie jednotlivých subjektov trhu. Týmito zásahmi sa síce štát snaží riešiť existujúce problémy, je to však za cenu vysokých nákladov. Navyše efektívnosť týchto štátnych zásahov sa vplyvom globalizácie a integrácie značne znižuje. Niektoré problémy pri obchodovaní s poľnohospodárskymi produktmi je možné riešiť aj inými spôsobmi.

Obchod je miesto, kde sa tvoria hodnoty. Podnikateľský subjekt ako ekonomická jednotka, môže byť hodnotený len podľa kritérií, ktoré sú podmienené trhovou charakteristikou. Hodnota ako ekonomická kategória vzniká až na trhu a predtým ju merať nemožno. Trh je miesto, kde sa jednotlivé podnikateľské subjekty denne stretávajú bojujú o svoje postavenie prostredníctvom snáh získať zákazníka. Úspešnosť na trhu je jediným ekonomickým meradlom, na základe ktorého sa môžeme presvedčiť o hospodárskej prosperite podniku.

Začiatky obchodovania možno hľadať už prehistorickom období. S rozvojom ľudskej spoločnosti sa rozvíjal aj obchod a jeho jednotlivé druhy. Spočiatku boli ľudia sebestační,

pretože vyrábali všetko, čo potrebovali, výmena výsledkov ich práce nebola potrebná. V naturálnom hospodárstve je vzťah medzi výrobou a spotrebou bezprostredný. Vplyvom poľnohospodárstva sa výmena tovarov stáva nevyhnutným prvkom života ľudí.

*Viestová* (1), ktorá konštatuje, že „nové javy vo výrobe však spôsobujú, že nastáva oddelenie výroby od spotreby v priestore a čase. To má za následok, že na jednej strane vznikajú výhody v rozvoji, racionalizácii výroby, rastie produktivita práce vo výrobe atď., a na druhej strane to spôsobuje problémy spojené s výmenou tovaru“.

Poľnohospodárstvo a agrárny trh nemôže stáť osobitne od diania, ktoré prebiehajú v ekonomike štátu. Transformácia, ktorá prebehla v poľnohospodárstve sa najcitlivejšie prejavila vo vývoji agrárneho trhu a zahraničného obchodu s agrárnymi produktmi. Podľa *Ižákovvej* (2) „osobitosti agrárneho trhu sú dôvodom, kvôli ktorým nemôže byť tento trh úplne liberalizovaný. V prvých rokoch transformácie, až do roku 1994 sa agrárny trh na Slovensku vyvíjal živelne s typickými výkyvmi a výraznou disproporcialitou ponuky a dopytu s prevahou ponuky, ktorej vývoj bol v danom období determinovaný predovšetkým dopytom na domácom trhu pretože export sa ešte nerozvinul. To viedlo k postupnému zníženiu poľnohospodárskej výroby, najmä živočíšnej, ale aj k nízkym cenám poľnohospodárskych produktov“. Návod na určité riešenie vzniknutej situácie možno nájsť u *Krettera* (3), ktorý konštatuje „Vytváranie marketingových odbytových poľnohospodárskych podnikov sa stáva jedným z predpokladov ich podnikateľskej úspešnosti. ... združovaním ponuky vytvárajú trhovú rovnováhu ich dopytu“. K danej problematike uvádza *Vicen* (4) nasledovné: „Rozvíjanie konkurencieschopnej agrárnej politiky Slovenska možno realizovať iba na základe dôkladných znalostí o stave a tendenciách vývoja svetového trhu potravín. To znamená, že je nutné analyzovať situáciu na trhu v jednotlivých skupinách trhu agrárnych komodít v rámci sveta i určitých geografických oblastí“. Naše poľnohospodárstvo sa v tomto období zmenilo na nepoznanie, prekonáva obzvlášť dôležité obdobie svojho vývoja. Riešenie problémov agrárneho sektoru si vyžaduje odhaliť príčiny, ktoré ich spôsobili. V mnohých prípadoch sa rieši otázka hodnoty ceny a dotácií. *Malejčík* (5) konštatuje, že „..., je potrebné si uvedomiť, že cena neskrýva v sebe žiadnu objektívnu realitu, ktorú je možné odmerať či stanoviť pred vstupom na trh (aj v monopolných podmienkach). Cena sa vytvára jedine na trhu za účasti síl ponuky a dopytu a prostredníctvom ich pôsobenia sa postupne dosahuje rovnovážneho stavu tzv. Paretoho optima. Jedine konkurencia vedie k ekonomickej efektívnosti a najväčšiemu uspokojeniu všetkých účastníkov trhu. Myšlienka, že existuje nejaká nezávislá hodnota, ktorú v sebe skrýva tovar sa často objavuje v hlavách poľnohospodárov (aj v EÚ), marxistov a tých, ktorí požadujú rôzne dotácie do svojho odvetvia, alebo podniku. V „ekonomických“ diskusiách sa títo predstavitelia dožadujú „spravodlivej odmeny“ za prácu, alebo presnejšie ceny, ktorá by im pokryla ich výrobné náklady. Takéto argumenty, aj keď často zmetené, odrážajú široko rozšírený pocit, že výroba sama ukladá do výrobkov určitú hodnotu a že poľnohospodári sú podceňovaní a znevýhodňovaní. Funkciou ceny je vysielat' správne signály o situácii na trhu, rozmiestňovať výrobné faktory v hospodárstve štátu v súlade s preferenciami spotrebiteľov (dopytu). Akýkoľvek pokus využiť ceny k iným účelom, predovšetkým na zaistenie určitej príjmovej hladiny výrobcov, alebo pokrytie ich výrobných nákladov vedie k neefektívnosti a poruchám trhu. Situácia na slovenskom trhu s agrárnymi produktmi dáva týmto tvrdeniam jednoznačný dôkaz.

Vychádzajúc z predznačených charakteristík chceme v predloženom príspevku vymedziť kritéria pre obchod s agrárnymi produktmi.

## **MATERIÁL A METÓDY**

Použité metodologické postupy sme sa snažili vybrať tak, aby nám efektívne napomohli k zmapovaniu súčasnej situácie v agrárnom rezorte. Pri spracovaní problematiky v agrárnom rezorte sme použili komparáciu teoretických poznatkov a praktických skúseností.

Súčasný smer vývoja slovenského poľnohospodárstva je neudržateľný predovšetkým vzhľadom k hospodáreniu s prírodnými zdrojmi a využitiu ľudského potenciálu. V súčasnej dobe sa dostáva do popredia problematika budúcej poľnohospodárskej politiky, ktorá rozhodne o poslaní a smerovaní tohto rezortu. V súčasnosti sa táto problematika stáva vysoko aktuálnou z hľadiska nášho členstva v EÚ. Potreba riešiť túto problematiku vyplýva z dôvodu, že v našich hospodárskych intenciách ide o závažnú otázku, najmä v súvislosti s potrebou otvárania sa domáceho trhu zahraničnej konkurencii. Navrhnutím vhodného systému obchodovania môžeme pomôcť výrobnjej sfére prostredníctvom získania informácií o stave agrárneho obchodu, na základe ktorých môžeme uskutočňovať svoje aktivity. Štátna sféra naopak, môže mať informácie, ktoré jej prispievajú k vhodnému návrhu zákonov a opatrení pre túto oblasť hospodárstva štátu. Životaschopnosť hospodárstva každého štátu je podmienená v značnej miere funkčnosťou obchodného systému. Každý agrárny podnikateľ v poľnohospodárskej prvovýrobe si musí sám a priamo nachádzať obchodných partnerov pre nákup svojich výrobkov. Takýto obchodný systém je veľmi nepružný a v samotnej podnikateľskej jednotke sa tejto činnosti musí venovať značné množstvo pracovníkov. Hlavnými kritériami rozvoja obchodných systémov s agrárnymi produktmi v SR sú popri existujúcich problémoch v distribúcii aj nízka informovanosť a nedostatok podnikateľskej predvídavosti a myslenia za horizont niekoľkých rokov. Progresívne metódy predaja, ktoré sa zavádzajú možno považovať za krok vpred, ale know-how väčšiny našich predajcov ešte stále zaostáva za obchodnými sieťami vyspelých západných krajín.

## VÝSLEDKY A DISKUSIA

Poľnohospodárstvo patrí k najproblematickejším odvetviam hospodárstva nielen na Slovensku, ale aj v celej Európskej únii, resp. vo svete. V rámci pričleňovania kandidátskych krajín k tomuto spoločenstvu nejde len o aproximáciu noriem a technických predpisov, ale základom tohto procesu musí byť priblíženie sa charakteru a obsahu Spoločnej poľnohospodárskej politiky SPP a štrukturálnej politiky.

Napriek tomu, že v EÚ sa uplatňuje SPP, každý agrárny podnik či individuálny farmár je priamo zodpovedný za svoje hospodárenie. Aplikácia SPP pohlcuje najvyššiu finančnú čiastku z rozpočtu EÚ cez dotačné príspevky podnikateľom v oblasti poľnohospodárstva. Zmyslom dotácií do poľnohospodárstva v EÚ nie je podporovať výrobu, ale zabezpečovať primeraný dôchodok farmárov, čo musí byť krédom aj pre našu vládu a agropodnikateľov. Každý agrárny podnik alokuje svoje výrobné prostriedky efektívne podľa pravidiel dosiahnutia maximálneho zisku. Výsledkom všetkých jednotlivých rozhodnutí výrobcov a spotrebiteľov je potom taká kombinácia cien a množstiev výrobkov a služieb, ktorá zabezpečuje uspokojenie všetkých. Toto sú abstraktné požiadavky v skutočnosti nemerateľné. V podmienkach trhovej ekonómie túto rovnováhu medzi výrobcom a spotrebiteľom zabezpečuje trh. Cieľom nášho výskumného projektu je navrhnúť taký systém obchodovania s poľnohospodárskymi produktmi, ktorý by tento stav realizoval v optimálnom časovom režime a zohľadňoval potencionálne možnosti výroby slovenských agropodnikateľov. Ak chceme nájsť riešenie deklarovaného problému, treba odpovedať na otázku, čo chceme dosiahnuť, t.j. aké kritéria obchodovania by mal daný systém spĺňať.

- V súčasnosti vo svetovom obchode dochádza k zrýchleniu obehu kapitálu, preto prvou podmienkou musí byť časový horizont, aby sa obchody uzatvárali čo v najkratšom čase. Uvedeným riešením možno znížiť objem kapitálu viažuceho sa k obchodným transakciám. Efektívne sa zhodnotí vložený kapitál do výroby a agrárne podniky nemusia zápasíť s vysokým stavom zásob a výrobkov.

- Obchod sa uzatvára medzi dvoma obchodnými partnermi. Keď neexistuje anonymita, každý z partnerov sa snaží získať informácie o slabínach druhého, ktoré by mohol využiť pri obchodných jednaniach. Najvýhodnejšie sa preto javia také obchody, u ktorých k bezprostrednému kontaktu obchodných partnerov nedochádza. Každý z partnerov potom môže v obchode riešiť iba problém množstva a ceny.
- Týmto spôsobom organizovaný obchod bude adekvátne odrážať situáciu trhových síl jednotlivých partnerov a bude efektívny, ak sa na ňom zúčastní čo najviac podnikateľských subjektov. V navrhovanom projekte chceme aplikovať také riešenie, aby ľubovoľný obchodný partner mohol vstupovať na trh bez obmedzenia. Čím viac obchodných partnerov sa zúčastní obchodu, tým bude transparentnejší. V takto chápanom systéme bude trh vhodný aj pre zahraničných obchodníkov, nakoľko nemusia zložito získavať informácie o agrárnom obchode na Slovensku a následne zložito uzatvárať samotné obchody.
- K zrýchleniu a zdokonaleniu obchodu dôjde aj v dôsledku možnosti obchodovania z ľubovoľného obchodného miesta. Cestovanie za obchodným partnerom bude zbytočné. Z príslušného obchodného miesta bude možnosť spojiť sa s ľubovoľným partnerom, ktorý o obchod s agrárnymi produktmi má záujem. Vytvorí sa vhodný priestor pre zahraničných obchodných partnerov a aj pre naše podniky poľnohospodárskej prvovýroby.

## ANOTÁCIA

V rámci vstupu SR do EÚ sa dostáva do popredia otázka obchodovania všeobecne a s agrárnymi produktmi zvlášť, preto tieto problémy sú základnou ideou príspevku. Vo svojom príspevku chcem analyzovať vhodnosť integrovaného systému obchodovania s agrárnymi produktmi v Slovenskej republike. Uvedený systém by pomohol výrobcovi získať vhodné informácie o stave agrárneho obchodu, na základe ktorých môžu uskutočňovať svoje aktivity. Ak však chceme nájsť riešenie problému obchodovania s agrárnymi komoditami, musíme vymedziť kritéria, ktoré by mal spĺňať daný systém.

## KLÚČOVÉ SLOVÁ

kritéria, systém, obchodovanie, agroprodukt

## LITERATÚRA

1. VIESTOVÁ, K.: Teória obchodu. Bratislava: Sprint, 2001. ISBN 80-88848-88-1
2. CHMELKOVÁ, L.: Svetový obchod. Bratislava: Sprint, 1995. ISBN 80-7137-239-0
3. IŽÁKOVÁ, V.: Analýza regulácie agrárneho trhu. Bratislava: VÚEP, 1997. ISBN 80-88731-83-6
4. KRETTNER, A.: Marketingové odbytové združenia a ich prínos pre poľnohospodárske podniky. Nitra: SPU, 2002. ISBN 80-8069-014-6
5. VICEN, M.: Nová spoločná poľnohospodárska politika EÚ. Nitra: ES SPU, 2000. ISBN 80-7137-822-4
6. ŠAJBIDOROVÁ, M.: Úroveň vnútropodnikového manažmentu vo vybraných hospodárskych subjektoch PPK. Nitra: SPU, 2000. ISBN 80-7137-773-2
7. NAGYOVÁ, L.: Zhodnotenie marketingu v podnikoch potravinárskeho priemyslu. Nitra: SPU, 1997. ISBN 80-7137-437-7
8. MALEJČÍK, A.: Začne sa obrovský tlak. Hospodársky denník, 2003/45, 47

9. FRIEDMAN, M.: Svoboda volby. Praha: Liberální institut, 1992.  
ISBN 80-85467-85-2
10. HAMBÁLKOVÁ, M.: Globalizačné tendencie svetového a európskeho obchodu a ich vplyv na formovanie obchodných systémov s potravinárskym tovarom v SR. Nitra: SPU, Medzinárodné vedecké dni 2001 – Manažment a marketing trvalo udržateľného rozvoja, I. zväzok. ISBN 80-7137-866-6

**KONTAKTNÁ ADRESA**

Ing. Marek Briestenský, Katedra manažmentu a marketingu, Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, tel.: 0905 981 904, marek@bax.sk

Oponent: Ing. Serenčేశ, PhD.