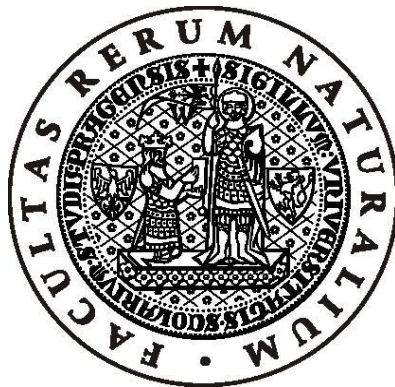


Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta
Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Geografie
Studijní obor: Geografie a kartografie



Alena Procházková

**PŘÍNOS FARMÁŘSKÝCH TRHŮ
PRO ČESKÉ FARMÁŘE**
**THE CONTRIBUTION OF FARMERS'
MARKETS TO CZECH FARMERS**

Bakalářská práce

Praha 2012

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Lenka Fendrychová

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze, 25. 08. 2012

Podpis

Poděkování

Ráda bych poděkovala Mgr. Lence Fendrychové za vedení mé bakalářské práce, její trpělivost a cenné rady.

Obsah

Obsah	4
Seznam příloh	5
Úvod.....	7
1. Teoretický úvod	8
1.1. Nové paradigma rozvoje venkova	8
1.2. Alternativní potravinové sítě	12
1.3. Farmářské trhy - nová šance pro farmáře?.....	16
1.4. Situace v zemědělství v České republice před a po roce 1989	19
2. Metodika.....	22
3. Výsledky výzkumu	24
3.1. Typy farmářů na farmářských trzích.....	24
3.2. Přínosy farmářských trhů pro farmáře	26
4. Srovnání výsledků s literaturou	31
Závěr	33
Seznam literatury	35
Příloha č. 1	37
Příloha č. 2	38
Příloha č. 3	39

Seznam příloh

Příloha č. 1: Seznam farmářů vytipovaných pro rozhovor	37
Příloha č. 2: Vybrané farmářské trhy	38
Příloha č. 3: Farmáři z Farmářského trhu Anděl.....	39

Abstrakt

Tématem této práce je přínos farmářských trhů venkovu. Cílem tohoto výzkumu je zjistit, zda mohou být farmářské trhy úspěšnou strategií pro české farmáře a zda jim přinášejí stejné výhody, jako uvádějí západní autoři. Teoretická část práce přibližuje problematiku tzv. nového paradigmatu rozvoje venkova, alternativních potravinových sítí, farmářských trhů a specifikaci podmínek českého zemědělství. Na základě rešerše literatury byly vymezeny hlavní přínosy a na tomto podkladě pak byly připraveny otázky pro rozhovory. Rozhovory byly prováděny s farmáři ze tří farmářských trhů v Praze. Z výsledků tohoto výzkumu je patrné, že vybrané farmářské trhy z části představují úspěšnou strategii pro farmáře i v odlišných podmínkách. Farmářské trhy mohou pro malého českého farmáře představovat alternativu prodeje, která zvýší jejich zisk a umožní jim získat větší část prodejní ceny produktu. Naopak příležitost ke vzniku nových pracovních míst nebyla potvrzena. Jen malá část farmářů potřebovala zaměstnat nového pracovníka.

Klíčová slova: farmářské trhy – farmář – přínosy – rozvoj venkova – Praha

Abstract

This paper is focused on the represented contributions of farmers' markets to farmers and rural areas. The goal of this research is to find out if farmers' markets can be a thriving strategy for Czech farmers and if they represent the same contributions as the western authors introduce. The theoretical portion of this paper provides a review of the new paradigm of rural development, alternative food networks, farmers' markets and specifies the conditions of Czech agriculture. The contributions based on the literature research were used as material for interviews with farmers from three selected farmers' markets in Prague. According to the results from the interviews, it seems that the farmers' markets are partly a thriving strategy for Czech farmers despite differing conditions in agriculture. The farmers' market can be, for small Czech farmers, a way to increase their profits as well as provide them with a larger portion of the sales price. By contrast, the potential to increase employment by generating new job opportunity was not proved to be true. Only a small part of farmers needed to employ another person.

Keywords: Farmers' market – Farmer – Contributions – Rural development – Prague

Úvod

Funkce zemědělství se během posledních let v rozvinutých zemích rozšířila z funkce zabezpečení dostatku potravin i na další jako ochrana životního prostředí, péče o krajinu nebo zajištění pracovních příležitostí a stálého příjmu pro obyvatelstvo ve venkovských oblastech. S tímto faktem vyvstává otázka, jakou roli hraje zemědělství v rozvoji venkova. Jinak řečeno hledá se nový význam zemědělství pro venkov. Nová intenzita zkoumání těchto otázek je spojena také s rozvojem alternativních potravinových sítí. Abychom pochopili roli těchto alternativních potravinových sítí, je nutný pohled na jejich přínosy jednotlivým farmářům. A právě tímto pohledem se zabývá předkládaná práce. V současné době se tématům rozvoje venkova, zemědělství nebo alternativních potravinových sítí věnují převážně západní vědci včetně geografů.

Zhruba před 30 lety se farmáři v západní Evropě a Severní Americe dostali do velkého tlaku zvyšujících se výrobních nákladů a stagnujících příjmů (van der Ploeg a kol., 2000). Částečné východisko z tohoto tlaku přinesly právě alternativní potravinové sítě. V České republice se trend alternativních potravinových sítí rozvíjí v posledních cca dvou letech avšak v odlišné situaci, v situaci transformující se ekonomiky. Alternativní potravinové sítě proto představují zajímavou oblast pro geografický výzkum. Nakolik je tento západoevropský trend vývoje zemědělství a potravinářského sektoru relevantní v České republice?

V České republice je nejmarkantnější trend farmářských trhů, který se stává cílem studia některých českých geografů, např. Spilková, Fendrychová, Syrovátková (2012). Tato práce navazuje na jejich výzkum spotřebitelů a pořadatelů farmářských trhů v Praze. V rámci této široké a komplexní problematiky se předkládaná práce zaměřuje na dílčí problematiku: roli producentů – farmářů. Hlavním cílem této práce je přispět k poznání, zda v našich podmínkách představují farmářské trhy úspěšnou strategii pro farmáře a zda jim přinášejí stejné přínosy, jaké uvádějí západní autoři.

1. Teoretický úvod

V této kapitole se pokusím přiblížit poznatky zahraničních autorů, převážně ze západní Evropy, Severní Ameriky a Austrálie, o problematice nového paradigmatu rozvoje venkova. V první podkapitole, (Nové paradigma rozvoje venkova), se zaměřím na vývoj směrů v paradigmatu rozvoje venkova, vystižení hlavních trendů, pomocí kterých autoři definují tzv. nové paradigma rozvoje venkova a díky nimž se o novém paradigmatu mluví, a na jeho definici podle van der Ploega. V druhé podkapitole, (Alternativní potravinové sítě), se zaměřím konkrétněji na dílčí část nového paradigmatu, a to alternativní potravinové sítě. Cílem je přiblížit alternativní potravinové sítě jako součást problematiky nového paradigmatu, představit jejich výhody i nevýhody a ukázat na základě klasifikace Rentinga a kol. příslušnost farmářských trhů k této problematice. Třetí podkapitola, (Farmářské trhy - nová šance pro farmáře?), se týká samotných farmářských trhů a producentů. Na základě rešerše studií provedených v západní Evropě, Severní Americe a Austrálii sestavím seznam přínosů, které podle literatury přinášejí farmářské trhy svým prodejcům. Tyto přínosy pak použiji ve svém vlastním výzkumu. V poslední podkapitole, (Situace v zemědělství v České republice před a po roce 1989), se budu věnovat situaci v zemědělství v České republice a uvedu podmínky, které odlišují situaci českých farmářů od situace západních farmářů.

1.1. Nové paradigma rozvoje venkova

Ellis a Biggs (2001) se ve své studii zaměřili hlavně na aspekt zemědělské produkce, který ovlivňuje rozvoj venkova. V období 50. let je dle autorů dominantní model duálního hospodářství, který klade důraz na zemědělství velkostatků. Podle Murdocha (2000) je pro toto období charakteristické silné zastoupení státní struktury a sektorových politik, které byly považovány za nutný doplněk ekonomie venkova. Představovaly ochranu před nepředvídatelností trhu a mohly pomoci v prosazování

ekonomických aktivit právě v oblastech venkova. Od 50. let se rozvíjí silná zemědělská politika a vznikají agentury pro rozvoj venkova (Murdoch 2000).

Během 60. let a 70. let se začíná prosazovat koncept zemědělské politiky založený na podpoře malých farem (Ellis a Biggs 2001). Důvod k této změně je založen na myšlence, že zemědělství představuje klíčovou roli v ekonomickém růstu chudých oblastí, přináší pracovní příležitosti, kapitál, potraviny a spotřební výrobky pro vznikající průmyslový sektor. Singh (1990, cit. v Ellis a Biggs 2001, s. 441) tvrdí: „Růst nezemědělského sektoru závisel na životaschopnosti zemědělského sektoru, bez zemědělského růstu by tak snižování chudoby nebylo možné.“ Od poloviny 70. let také slábne postavení státní moci ve prospěch trhu. Vynořuje se myšlenka, že by „ingrediencí úspěchu“ mohl být soukromý sektor (Murdoch 2000).

Ilbery a Maye (2005) považují 80. léta za vrchol modernizačního přístupu k zemědělství. Vrchol, který je doprovázen nárůstem počtu velkoobchodních výrobců potravin a charakterizován odklonem od přímého spojení producent – spotřebitel a celkové globalizace trhu s potravinami. Konec 80. let přináší změnu v přístupu k rozvoji venkova. Hlavním rozdílem je snaha o aktivní zapojení místních aktérů do procesu rozvoje venkova (Ellis a Biggs 2001). Jinak řečeno je třeba, aby se sami obyvatelé venkova rozhodovali o svých prioritách. Autoři vidí možnost v tzv. přístupu udržitelného živobytí (Carney 1998, cit. v Ellis a Biggs 2001). Tento přístup nepovažuje za nutné, aby se obyvatelé venkova živilí zemědělstvím. O pojmu udržitelného živobytí se zmiňují i Ashley a Maxwell (2001), kteří mluví o přístupu udržitelného živobytí nejen jako o zemědělské činnosti, ale spíše jako o komplexním modelu fungování venkova, kdy se propojují ekonomické, morální i ekologické potřeby venkovských oblastí. „Udržitelné živobytí jako model fungování venkova by měl být o přínosech venkovanů, o strukturách a procesech, které umožňují, aby se tyto přínosy měnily na příjmy,“ (Ashley a Maxwell 2001, s. 411). Na konci 80. let dochází k intelektuálnímu a praktickému vyčerpání modernizačního přístupu k rozvoji venkova, jehož důsledkem je výskyt závažných problémů jako nezaměstnanost či znečišťování životního prostředí (van der Ploeg a kol. 2000).

Na konci 90. let přichází van der Ploeg a kol. (2000) s tzv. teorií vyvíjení velkého tlaku na zemědělství „squeeze on producers“. Velký tlak autoři definují pomocí výše

příjmů zemědělců a jejich nákladů na výrobu. Od 50. let až do 90. let stoupá výše příjmů i výše nákladů. Zemědělství je stále výdělečné. Počátkem 90. let začíná růst výše příjmů stagnovat, ale náklady na výrobu se stále zvyšují. Jako důvod autoři uvádějí nárůst počtu počátečních investic, dražší technologie, ale i další nové investice na ochranu životního prostředí, ekologičtější chov zvířat a nezávadnost potravin. V neposlední řadě hraje roli nárůst cen dopravy a energií. Výsledkem těchto okolností je snižování rozdílu mezi příjmy a náklady na výrobu během 90. let, čímž se zemědělství dostává do velkého finančního i existenčního tlaku. „Tento trend velkého tlaku neproběhl všude ve stejnou dobu, ale lze říci, že nové paradigma rozvoje venkova je odpovědí na něj. Rozvoj venkova napravuje narušenou ekonomickou základnu ekonomie venkova i farmářského podniku.“ (van der Ploeg a kol. 2000, s. 395).

Samotný pojem rozvoj venkova definuje van der Ploeg a kol. (2000) na několika úrovních. Za prvé na obecném vztahu společnosti a zemědělství, kde vidí potřebu zachovat Evropě zelené plochy, ale i zemědělské systémy. Zároveň je ale nutné, aby tyto dva systémy sledovaly a přizpůsobovaly se novým potřebám a očekáváním, které klade dnešní společnost. Za druhé rozvoj venkova chápou jako nový rozvojový model pro zemědělský sektor, který by se měl vyvarovat chyb z dob modernizace. Nekladou důraz na vytvoření úplně nového modelu, nýbrž na pochopení toho, jaké prvky by tento nový model měly tvořit. „V tomto případě se musí pozornost věnovat otázce synergie. Je pozoruhodné, že v mnoha případech týkajících se rozvoje venkova, kde se tvoří soudržnost mezi činnostmi na úrovni jednotlivých farem, mezi farmami nebo mezi farmou a další venkovskou činností, se jeví synergie jako klíčový a strategický prvek. V tomto ohledu lze vidět rozvoj venkova jako naprosto odlišný od předchozího paradigmatu modernizace zemědělství,“ (van der Ploeg a kol. 2000, s. 393). Ve třetím bodě definují jednotku, na jejíž úrovni by mohl nový model rozvoje fungovat. Za ideální jednotky považují jednotlivé farmy. Za čtvrté, rozvoj venkova by se měl definovat na úrovni krajiny a jejích ekonomických aktérů. V tomto bodě vyvstávají otázky, kdo bude profitovat z tohoto modelu a zda je možná dělba práce a kooperace mezi rozdílnými aktéry. Za páté autoři uvažují úroveň institucionální a politickou. Programy rozvoje existují na úrovni evropské, národní i regionální. Důležité je podle nich, aby různé programy korespondovaly mezi sebou, fungovala mezi nimi synergie a realizace

institucionálních nařízeních byla prováděna v souladu s postupy týkajícími se rozvoje venkova. Konečně na poslední úrovni berou rozvoj venkova jako multifunkční model, který zahrnuje množství činností - od krajinného hospodářství přes agroturistiku a ekologické zemědělství k produkci vysoce kvalitních a specifických produktů.

Nutnost chápat problematiku rozvoje venkova komplexně zmiňují i další autoři. Lundvall (1992, cit. v Perlín, Kučera a Kučerová 2010) vidí rozvoj venkova v podpoře lokálních aktérů a zdůrazňuje nutnost využívání místních podmínek, lidského potenciálu, znalostí a inovací. Banks a Marsden (2000) shrnují, že důraz se již neklade jen na ekonomické cíle, ale i na sociální, kulturní a ekologické otázky rozvoje venkova. Toto je patrné také ve společné zemědělské politice Evropské unie (EU). V 90. letech se zaměřuje pozornost strukturálních fondů EU na rozvoj venkova v chudších zemědělských regionech a na podporu endogenního socio – ekonomického rozvoje¹ (Ward a McNicholas 1998, cit. v Goodman 2009). Program druhého pilíře společné zemědělské politiky EU má za cíl „změnu z přímého sektorového zaměření k více decentralizovanému modelu, ve kterém je multifunkční zemědělství klíčové pro komplexnější úspěchy v rozvoji venkova,“ (Goodman 2009, s. 4).

Z vývoje událostí v zemědělsko-potravinovém sektoru v Evropě Ilbery a Maye (2005) vyvozují tři možné cesty pro jeho další rozvoj. První možností je přiklonění se k udržitelným zemědělským metodám, jejichž aplikováním lze docílit šetrnějšího zacházení s životním prostředím. Jedním z navrhovaných způsobů je např. ekologické zemědělství (více např. Morgan a Murdoch 2000). Další dvě možnosti: a) zkrácení potravinových řetězců a b) nový způsob života spotřebitelů, který obnovuje zájem o místní produkci potravin a více se zaměřuje na kvalitu a územní a sociální zakořeněnost zemědělské produkce (více např. Murdoch 2000).

Cílem této části bylo ukázat vývoj přístupů k rozvoji venkova a představit nové paradigma rozvoje venkova. Západní literatura uvádí, že posledním trendem v západních zemích je vytvoření polyfunkčního venkovského prostoru. Důležitou roli v procesu utváření takového prostoru nese zemědělství a zemědělská produkce. Zemědělská produkce se orientuje a specializuje na produkci kvalitních, ekologických či lokálních

¹ LEADER, Liasons Entre Actions de Developpement de l'Economie Rural, program EU, který je realizován od r. 2006 v rámci IV. Osy Programu rozvoje venkova a je financován z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova.

potravin. Specializaci zemědělské produkce vidí literatura jako reakci na tzv. squeeze on producers a krizi se zdravotní závadností potravin. Takovouto produkci pak jmenuje jako tzv. alternativní potravinové sítě², kterým se věnuje následující kapitola. Bylo by ovšem mylné se domnívat, že klasické produkční zemědělství bylo plně nahrazeno alternativním. Naopak stále přetrvává a dlouhým potravinovým sítím dominují řetězce supermarketů a hypermarketů, které představují konkurenci alternativním potravinovým řetězcům, jak bude uvedeno v následující podkapitole.

1.2. Alternativní potravinové sítě

Alternivní potravinové sítě (APS) byly již dříve považovány za možné řešení problémů periferních venkovských oblastí (Renting, Marsden a Banks 2003). V posledních letech je možné sledovat rozvoj nových potravinových sítí, které se liší od produkčního modelu zemědělsko-potravinových sítí reprezentujícího modernizační období zemědělství. APS reorganizují vztahy mezi producenty a spotřebiteli (Venn a kol. 2006). Tato nová cesta pomáhá venkovu a rozšiřuje se i do oblastí Evropy³, které byly dříve považovány za centra rozvoje modernizovaného zemědělství (Renting, Marsden a Banks 2003).

Spotřebitelé se začali více zajímat o ekologii, zdraví a začala růst jejich nedůvěra v kvalitu a zdravotní nezávadnost potravin z produkce industrializovaného zemědělství. Objevila se řada problémů se zdravotní nezávadností průmyslově vyrobených a distribuovaných potravin. Autoři Knowles, Moody a McEachern (2007) shrnují výskyt nemocí a epidemií způsobené závadnými potravinami v rozmezí let 1986 a 2006 na území EU. Četnost případů epidemií ovlivnila a způsobila změnu v přístupu EU a jejích členských zemí k politice ochrany a bezpečnosti potravin a potravinových řetězců

2 Ne každý autor používá stejné pojmenování. Podstata odlišnosti nových sítí spočívá v zaměření se na nové, místní, kvalitní či nějakým jiným způsobem odlišné potravinové výrobky. Proto se v pracích různých autorů lze setkat s pojmem krátké potravinové řetězce, místní potravinové řetězce nebo alternativní potravinové řetězce.

3 Autoři zmiňují hlavně Spojené království Velké Británie a Severního Irska a Nizozemí.

(Knowles, Moody a McEachern 2007). I přes založení státních agentur pro kontrolu bezpečnosti potravin a ochranu spotřebitele (Berg a kol. 2005, cit. v Knowles, Moody a McEachern 2007) roste nedůvěra spotřebitelů v takto vyrobené potraviny (Goodman 1999, cit. v Renting, Marsden a Banks 2003). Masová produkce kontrolovaná agenturami uklidnila na pár desetiletí společnost, nicméně v posledních letech nedůvěra společnosti sílí. Lidé se již nechtějí spoléhat jen na rozhodnutí agentur, chtějí si o tom, co je bezpečné, rozhodovat sami (Renting, Marsden a Banks 2003).

Další faktor, který ovlivňuje rozhodování spotřebitelů, je vliv medií, který využívá a prohlubuje probíhající kulturní změny ve zvyklostech stravování (Goodman 2009). Ve společnosti roste zájem o rozmanité kulinářství, také o kvalitní potraviny a národní či regionální gastronomii. Média reagují pružně a vytvářejí kult kuchařských celebrit. Tištěná média přinášejí informace o vybraných restauracích, specializovaných prodejnách s potravinami apod.

Na straně producentů představuje volba APS variantu, jak se dostat z velkého tlaku, o kterém mluví van der Ploeg a kol. (2000). Přináší možnost úniku ze stále se zvyšujících nákladů na výrobu, jejichž návratnost zemědělcům je spíše nejistá. Na jedné straně pomáhají navyšovat zisky producentů – vysoce kvalitní produkty a ekologickou produkci lze prodávat za vyšší ceny. Vyšší ceny lze dosáhnout i redukcí počtu zprostředkovatelů prodeje produktu. Na druhé straně pomáhají snižovat počáteční náklady – zavedením nových inovativních metod (van der Ploeg a kol. 2000).

Řada zemědělců zkouší cestu alternativních forem produkce potravin spolu s novým marketingem v přesvědčení, že masová produkce potravin již nepředstavuje pro jejich farmu dostatečný příjem. „Krátké potravinové řetězce představují aktivní snahu producentů získat zpět pozici v dodavatelském řetězci cestou, která, doufejme, eliminuje problémy finančního tlaku,“ (Renting, Marsden a Banks 2003, s. 398). Podle těchto autorů je pro budoucí vývoj trhu s potravinami klíčové znovuzískání důvěry spotřebitelů a vytvoření nového institucionálního rámce pro kontrolu a garanci kvality potravin. Podle Ilbery a Maye (2005, s. 332) představují krátké potravinové řetězce udržitelnou variantu toho, „jak dostat biodiverzitu od farmáře na spotřebitelův talíř, jak uspořit energii a zredukovat dopravu potravin na velké vzdálenosti, jak zlepšit občanskou odpovědnost a uchovat ekonomické hodnoty v místní ekonomice.“ Goodman (2009) vidí v APS

možnost, jak uchopit rozšiřující se skupinu vztahů výroby a spotřeby. Změna poptávky stimuluje změny zemědělské produkce. Objevují se producenti, kteří se zaměřují na kvalitativní aspekt produktu (Renting, Marsden a Banks 2003). Dalším měřítkem je nárůst množství potravin prodaných prostřednictvím farmářských trhů, farmářských prodejen, nebo systémů předplatného (v České republice se jedná o tzv. bedýnky) (Holloway a Kneafsey 2000).

Na druhou stranu existuje i kritický pohled na APS. Goodman (2009) argumentuje tím, že APS představují sociálně exkluzivní strategii spotřebitelů s vyššími příjmy, kteří si mohou dovolit eliminovat spotřebu potravin považovaných za zdravotně závadné. McCarthy (2006) podobný argument zakládá na faktu, že APS jsou závislé na tom, zda budou spotřebitelé ochotni a schopni připlatit za lepší produkt a že ve skutečnosti je toto ochotno udělat jen relativně málo spotřebitelů. O další výhodě APS, snižování počtu prostředníků, diskutují např. Ilbery a Maye (2005), kteří tvrdí, že minimalizace počtu prostředníků mezi producentem a spotřebitelem automaticky neznamená i minimalizaci počtu kilometrů, které musí produkt urazit za svým spotřebitelem. Neřeší tedy úplně ekologický problém, který je vytýkán konvenčním potravinovým řetězcům. Příčinu vidí autoři v tom, že není jasně prostorově vyjádřená odlišnost mezi APS a konvenčními potravinovými řetězci. Další rozpor tito autoři vidí v zaměření se na kvalitu produktu. Podle nich toto zaměření může farmáře povzbudit k tomu, aby svou produkci prodávali za hranicemi svého regionu nebo země. Mohli by pak produkt využívat jako ekonomickou strategii, čímž by se vzdálili od ekologické a kulturní myšlenky nového paradigmatu rozvoje venkova. Renting, Marsden a Banks (2003) se zabývají otázkami, zda APS představují dlouhodobé anebo spíše krátkodobé řešení krize konvenčních potravinových řetězců, zda odolají tlaku na cenu, který je charakteristický pro konvenční potravinové řetězce. Autoři tvrdí, že ani APS nejsou imunní proti tlaku na prodejní cenu⁴. Goodman (2009) uvádí příklad z USA, kde se konvenční potravinové řetězce velmi rychle přizpůsobily a začaly produkovat vlastní řady čerstvých potravin a bio produktů. Anebo uvádí jiný příklad z Velké Británie, kde maloobchodní firma začala dodávat místní produkci většímu řetězci a nyní řetězec vlastní původní známku produktu.

⁴ Produkce sýru Parmigiano Reggiano je čím dál více pod finančním tlakem díky soutěži se sýry s podobnými vlastnostmi (Renting, Marsden a Banks 2003).

Pro snazší orientaci a lepší pochopení APS uvádím klasifikaci založenou na vztahu mezi producentem a spotřebitelem, kterou používají Renting, Marsden a Banks (2003). Tento vztah je zásadní pro způsob prodeje používaný v APS, a proto pokládám za důležité zmínit, na jakých úrovních se prodej v APS děje. Z výsledku studií IMPACT⁵ a COST vyvozují autoři dvě dimenze pro popis vztahu producent – spotřebitel v APS. První dimenze je výsledkem kombinací tří proměnných: vztah producent – spotřebitel, čas a prostor. Druhá dimenze popisující vztah producent – spotřebitel se orientuje více na specifické vlastnosti produktů. Zásadní je princip, který tvrdí, že čím je produkt odlišnější a více specifický, tím se stává na trhu vzácnějším. Prodejce tady zastává úlohu informátora a je v jeho moci přimět spotřebitele ke koupi produktu. Jelikož se v mé práci zaměřuji na farmářské trhy, představím blíže jen první dimenzi klasifikace, kde jsou farmářské trhy zahrnuty. Autoři v ní vymezují tři kategorie: osobní vztahy, blízké vztahy a vzdálené vztahy.

V případě osobních vztahů spotřebitel nakupuje produkt přímo od producenta. Díky tomu je zachována spojitost s lokalitou. Mezi aktéry prodeje funguje důvěra zprostředkovaná osobní komunikací mezi prodejcem a kupujícím. V podstatě se jedná o klasický případ přímého prodeje. Jako příklad APS této kategorie autoři uvádějí farmářské trhy, farmářský obchod nebo novější možnosti prodeje jako je nákup online nebo doručení domů.

Druhá kategorie, kategorie blízkých vztahů, se posouvá za hranici přímého prodeje. Oproti první kategorii se tady vyžaduje více institucionálních opatření, které zabezpečí chod APS. Prostorová souvislost je zde vystižena určitou blízkostí. Produkt je stále prodáván v místě produkce, a tak si je spotřebitel vědom, odkud produkt pochází a kde byl vyroben. Tuto informaci však dostane již zprostředkovanou jiným prodejcem – farmářské obchody sdružující více farem (v Praze např. obchod Český grunt).

Třetí kategorie vzdálených vztahů zahrnuje případy, kdy jsou produkty prodávány za hranicemi místa svého vzniku. Spotřebitel tedy nemusí mít vlastní zkušenost či znalost místa produkce. Produkty jsou většinou exportovány z regionálního trhu na národní, v některých případech i na mezinárodní trh. Produkty, které jsou takto obchodovány, jsou

5 Jedná se o program podporovaný Evropskou komisí. IMPACT, studie s názvem Socio - ekonomický dopad politik regionálního rozvoje: realita a možnosti., je evropským průzkumem, jehož koordinátorem je Henk Renting.

často považovány za regionální speciality. Příkladem je víno Champagne nebo sýr Parmigiano reggiano (de Rest 2000, cit. v Renting, Marsden a Banks 2003). Další variantou jsou produkty označované nějakým certifikátem, např. certifikát Fair Trade (Renard 1999, cit. v Renting, Marsden a Banks 2003). V této kategorii se neklade důraz na vzdálenost, kterou musí produkt urazit do místa prodeje, ale důležitá je zde přidaná hodnota produktu, která je spjatá s místem vzniku a pro kterou je produkt vyhledáván na trhu.

V této části jsem se zaměřila na představení APS jako součásti nového paradigmatu rozvoje venkova. Z literatury je zřejmé, že APS představují pro farmáře a venkov příležitost, jak ovlivnit své příjmy i svou konkurenceschopnost na trhu s potravinami. Jak je vidět na Rentingově klasifikaci, APS existují na mnoha úrovních. Pro potřeby této práce je stěžejní tzv. skupina osobních vztahů, do které jsou zařazeny právě farmářské trhy, na něž se zaměřuje následující část mé práce.

1.3 Farmářské trhy - nová šance pro farmáře?

Jak jsem již uvedla v závěru předcházející části, farmářské trhy⁶ představují jednu konkrétní variantu APS. Jsou zařazeny do kategorie osobních vztahů, ve které hraje důležitou roli přímý kontakt prodejce a spotřebitele. V této části se zaměřím na roli producentů – farmářů v novém paradigmatu rozvoje venkova a tedy i v APS. Jelikož je mým cílem zjistit, zda jsou v České republice relevantní závěry západních autorů, pokusím se poté jmenovat přínosy, které farmářské trhy přinášejí farmářům podle západních autorů.

Alternativní formy zemědělství, které vycházejí a využívají vědomosti farmářů, a ekologicky více šetrné metody považují Morgan a Murdoch (2000) za dobrou kombinaci umožňující farmářům stát se hlavními aktéry potravinových sítí a kontrolovat vztahy s dalšími aktéry v potravinovém řetězci a vlastní produkci farmy. Goodman (2009)

⁶ Coster a Kennon (2005, s. 6) definují farmářský trh jako „trh s převážně čerstvými potravinami, který se koná pravidelně v ústředních veřejných prostorách, které poskytují vhodné podmínky pro farmáře a výrobce potravin, aby mohli prodávat vlastní vypěstované a vyrobené potraviny přímo zákazníkům.“

zmiňuje, že ve schopnosti ovlivnit své příjmy a výdaje je podle dosavadní literatury role farmáře strategická a centrální. Podle van der Ploega a kol. (2000) je farmář ten, který udržuje a zvyšuje své příjmy a míru zaměstnanosti na své farmě díky novým přístupům v problematice rozvoje venkova, které mu to umožňují.

Na základě své studie shrnují Coster a Kennon (2005) přínosy farmářských trhů producentům a venkovu:

- Podporují a stimulují obchodování, které přináší zisk a růst obchodu nezávislým producentům potravin, malým farmám nebo domácím zahrádkářům.
- Působí příznivě na ekonomické, sociální a ekologické problémy (nabízejí prodejům způsob, jak dostat za své produkty větší část prodejní ceny, potraviny nemusejí být dopravovány na velké vzdálenosti, čímž se snižují náklady i negativní dopad na krajinu)
- Pomoc při rozvoji sortimentu a zavádění novinek (v podstatě testovací prostředí) a zvednutí obchodnického sebevědomí

S těmito přínosy se víceméně shoduje i Brown (2002, cit. v Spilková, Fendrychová a Syrovátková 2012), který zmiňuje hlavně výhody spojené s ekonomikou venkova. Kromě zisku většího podílu ceny mluví i o vzniku dalších pracovních míst, diferenciaci regionálního zemědělství a nárůstu zájmu turistů, ke kterému se pojí i zisky, které turisté přinášejí. Detre a kol. (2011) zkoumali vliv přímého prodeje produkce na příjem farem na území USA. Potvrdil se jim původní předpoklad, že farmy, které se vydaly cestou alternativních potravinových sítí, variantami přímého prodeje, vykazovaly větší zisky než farmy, které tyto metody nepřijaly. Je nutné ovšem dodat, že pravdivost této hypotézy závisí na velikosti farmy a na její poloze. „Obecně lze říci, že menší farmy, které nejsou schopny konkurovat ve výrobních nákladech, vydělají nejvíce na zavedení praktik přímého prodeje...“ (Detre a kol. 2011, s. 31). Z jiné studie na území Velké Británie (Lobley 2009) vzešly výsledky týkající se zaměstnanosti. Autor srovnává farmy fungující v konvenčním modelu zemědělství a farmy, které se vydaly cestou alternativních metod. Výsledkem je potvrzení dřívějšího zjištění⁷, že farmy používající alternativní metody

⁷ Lobley cituje Padela a Lampkina (1994), kteří odhadovali, že zaměstnanost na alternativních farmách je zhruba o 10 % až 25 % vyšší než u konvenčních farem.

zaměstnávají více lidí a že větší podíl zaměstnanců představují nerodinní příslušníci.

Následující odstavec přináší shrnutí a seznam výše jmenovaných přínosů farmářských trhů farmářům. Farmářské trhy přináší farmářům možnost vyššího zisku, obchodní růst jejich podniku a nárůst obchodnického sebevědomí. Nejvýraznější je takový nárůst u nezávislých producentů potravin, malých farem nebo domácích zahrádkářů. Další citovaným přínosem je možnost dostat za své produkty větší část prodejní ceny, a to hlavně díky tomu, že farmáři své výrobky prodávají sami svým zákazníkům a nemusí se dělit o marži s dalším zprostředkovatelem prodeje. V neposlední řadě farmáři využívají trhy jako testovací prostředí. Zkoušejí zde zavádění nových produktů a tím mohou trhy přispět k rozvoji sortimentu farem. Přínos uváděný ve spojitosti s vlivem na rozvoj venkova je podnět ke vzniku dalších pracovních míst. Nárůst zisku a nových zákazníků nutí farmáře zvýšit počet zaměstnanců na farmách, čímž se zvyšuje zaměstnanost ve venkovských oblastech. V zahraniční literatuře byly jako další přínosy uváděny diferenciací regionálního zemědělství a nárůstu zájmu turistů, který je spojen i se zisky, které turisté s sebou přinášejí. Poněkud specifickým případem jsou farmy používající alternativní metody – biofarmy. Podle studie (Lobley 2009) je jejich výhodou, že zaměstnávají více lidí a že větší podíl zaměstnanců představují nerodinní příslušníci.

Seznam přínosů farmářských trhů farmářům podle západní literatury

- podpora prodeje a zvýšení obrátu podniku farmáře
- vznik nových pracovních míst
- příležitost získat větší část z prodejní ceny produktu
- zvednutí obchodnického sebevědomí
- možnost testování nových výrobků

1.4. Situace v zemědělství v České republice před a po roce 1989

Tuto podkapitolu jsem zahrнула do teoretického úvodu práce proto, že je třeba zde zmínit specifické podmínky vývoje našeho hospodářství. Zemědělství před r. 1989 prošlo více než čtyřiceti lety socialistického vývoje a ztratilo svůj původní charakter. Zároveň je nutné si uvědomit, že i když se na území dnešní České republiky zemědělská politika dlouhou dobu ubírala směrem plánovaného hospodářství, dnes se České republiky, jako člena Evropské unie, další vývoj problematiky rozvoje venkova týká. Ať už z pohledu Společné zemědělské politiky EU, která reaguje na nové paradigma rozvoje venkova, či vzhledem k potřebě restrukturalizace venkovských oblastí, která vyplynula v průběhu transformace českého hospodářství. Závěrečná zpráva (COST Action A12 2003)⁸ shrnuje, že otázka rozvoje venkova je důležitá nejen pro státy Evropy, které čelí výzvě v podobě změn v zemědělské a strukturální politice, ale i pro státy střední a východní Evropy, které čelí radikální transformaci vlastních zemědělských a regionálních politik.

Vývoj zemědělsko-potravinového sektoru v západní Evropě se odehrával v duchu tržní ekonomiky. V České republice však vývoj probíhal v rámci ekonomiky centrálně plánované. Hlavní důraz, podobně jako v zemích s tržní ekonomikou, byl kladen na „maximální soběstačnost tehdejšího Československa“, které bylo dosaženo silnou agrární politikou a intenzifikací zemědělství (Bičík a Jančák 2005, s. 50). Podle Bičíka (1984) je pro zemědělství socialistického Československa typický intenzivní proces socializace. Jeho podstata spočívala v tom, že původní struktura malých hospodářství v soukromém vlastnictví byla nahrazena velkovýrobními formami hospodaření v kolektivním či státním vlastnictví. Proces socializace dělí Bičík (1984) do několika fází: aplikace pozemkové reformy, založení zemědělských družstev, rozvoj mechanizace, sjednocování družstev do větších závodů a jejich spolupráce. Proto v roce 1989 hospodařily rodinné farmy jen na 3 % zemědělského půdního fondu České republiky (Bičík a Jančák 2005).

⁸ COST, Co-operation in the field Scientific and Technical Research, nástroj Evropské komise, který spojuje vědce zajímající se o stejný problém.

Nejen v socialistických zemích je charakteristický odliv pracovníků ze zemědělského sektoru vlivem industrializace zemědělství. Seják a Zavíral (2007) uvádějí, že u nás v roce 1948 pracovalo v zemědělství 33 % ekonomicky aktivních obyvatel, zatímco v roce 1987 jich v zemědělství pracovalo jen 10 %.

Proces transformace z centrálně plánované ekonomiky na ekonomiku tržní probíhající u nás od začátku 90. let se vyznačuje přechodem ze státního na soukromé vlastnictví, tzv. privatizací⁹. V zemědělsko-potravinovém sektoru jde o privatizaci zemědělských družstev a obchodních sítí s potravinami. Podle Driese a kol. (2004) se v polovině 90. let projevuje silící globalizace českého obchodního sektoru. Na trh vstupují a investují zde nadnárodní potravinové řetězce, které zakládají vlastní dodavatelská centra a centrální sklady. Bičík a Jančák (2005) uvádějí, že v rámci restitucí se zemědělská půda vrátila původním vlastníkům. Zemědělská družstva se tak stala spíše družstvy vlastníků půdy. Celkově se zvýšil počet rodinných farem, které obhospodařují zhruba čtvrtinu zemědělské půdy, a zmenšila se průměrná velikost zemědělských podniků. Podle dat z Agricultural statistics (2005) obhospodařuje v České republice zemědělský podnik v průměru 143,8 ha zemědělské půdy. Na větší rozloze zemědělské plochy hospodaří v rámci Evropské Unie už jen podniky na Slovensku. Průměrná výměra zemědělské plochy na podnik je v EU15 24 ha (Agricultural statistics 2005).

Dále je proces doprovázen další vlnou odlivu pracujících ze zemědělství¹⁰ (Seják a Zavíral 2007). Bičík a Jančák (2005) uvádějí, že relativně vysoký podíl zaměstnaných v primárním sektoru v totalitním režimu byl způsoben nezemědělskými aktivitami zemědělských družstev a státních podniků. Podle Sejáka a Zavírala (2007) je přechod na tržní ekonomiku v České republice doprovázen stagnací růstu zisků zemědělských producentů. „Vlivem inflace se ceny pro spotřebitele téměř zčtyřnásobily, ale zisky producentů zůstaly téměř nepozměněny,“ (Seják a Zavíral 2007, s. 237). Bičík a Jančák (2005) vysvětlují nízké zisky zemědělců, kromě přechodu na reálné ceny potravin, nadbytkem zemědělské produkce a konkurencí zemědělských produktů Evropské unie.

⁹ V ČR proběhly 3 specifické transformační procesy: restituce, privatizace a transformace (Bičík a Jančák, 2005).

¹⁰ Autoři uvádějí, že tempo poklesu počtu zaměstnaných v zemědělství se zrychlilo oproti období centrálně plánované ekonomiky, a dokonce je tempo poklesu rychlejší než v členských zemích EU 15. V roce 1990 tvoří zaměstnanost v zemědělství 9,5 % a v roce 2004 již jen 2,9 % (EU 15 3,9 %).

Další faktory ovlivňující zemědělství podle těchto autorů jsou např. změna dotační politiky, změna spotřebního chování spotřebitelů v tržním prostředí, ztráta vývozních oblastí (státy bývalé RVHP¹¹), které nejsou schopné platit, a ztráta investic zemědělců vložených do intenzifikace zemědělství během minulého režimu. Tyto okolnosti vedly na počátku transformace k velkým finančním problémům zemědělců. České zemědělství je tak od 90. let „nevýdělečným podnikem“ a jeho fungování je závislé na státních či evropských dotacích (Seják a Zavíral 2007, s. 237). Nástrojem české dotační politiky byl Podpůrný garanční rolnický a lesnický fond, a. s. a z fondů EU programy SAPARD, PHARE a ISPA. Po vstupu do EU jsou plány finanční pomoci udělovány prostřednictvím Operačního programu Zemědělství (Bičík a Jančák 2005). Dalším faktorem ovlivňující české zemědělství je institucionální rámec, který udává Společná zemědělská politika EU, a výrobní kvóty stanovené zemědělcům při vstupu České republiky do EU platné až do roku 2013 (Fajmon 2006, cit. v Seják a Zavíral 2007). Vliv výše jmenovaných faktorů a dopady socializace venkova na venkovský prostor (rozorání mezí, vylidňování a stárnutí venkova, ekologické problémy) si vyžádaly během transformačního procesu svou pozornost a nutnost potřeby hledat jejich řešení. Podle Bičíka a Jančáka (2005) se dotační politika od 90. let více zaměřuje na podporu mimoprodukčních odvětví zemědělství a nutnost restrukturalizace a obnovy venkovského prostoru se promítá ve strategických cílech Horizontálního plánu rozvoje venkova.

Cílem této obsáhlé kapitoly bylo představení problematiky nového paradigmatu rozvoje venkova, přiblížení trendu alternativních potravinových sítí a bližší zaměření na jeho dílčí část – farmářské trhy. Dále tato kapitola specifikovala podmínky českých farmářů v posledních zhruba 30 letech, kdy došlo k zásadním změnám v systému hospodářství. Nejdůležitějším cílem této kapitoly však bylo nashromáždění podkladů pro mou výzkumnou otázku, na jehož základě byly sestaveny otázky pro vlastní výzkum. Následující kapitola se bude věnovat metodice, jakou byl tento výzkum proveden.

11 Rada vzájemné hospodářské pomoci

2. Metodika

Tato část práce je věnovaná metodice výzkumu, odůvodnění zvolené metody, představení výzkumné oblasti, zvolených otázek rozhovoru a popsání průběhu šetření.

Jak již bylo řečeno v úvodu práce, trend farmářských tržišť je v Česku relativně novou záležitostí. Tomu odpovídá i míra poznání tohoto fenoménu. Prvotní výzkumy se zaměřovaly spíše na spotřebitele (např. Spilková Fendrychová a Syrovátková, 2012). Po počátečním boomu farmářských trhů a relativním ustálení počtu fungujících tržišť se zdá být ideální čas na prověření přínosů farmářských trhů z pohledu farmářů, kteří mohou zhodnotit uplynulý rok a podělit se o vlastní zkušenost s trhy. Jelikož jsou farmářské trhy v České republice prozatím jen málo prozkoumané, rozhodla jsem se pro kvalitativní výzkum. Volba kvantitativní metody výzkumu nebyla dost dobře možná díky absenci dat, která jsou potřeba k získání odpovědi na mou výzkumnou otázku. Jak uvádí Hendl (2005, s. 52) mezi hlavní výhody kvalitativního výzkumu patří „získání podrobného popisu a vhledu při zkoumání fenoménu, zkoumání v přirozeném prostředí pomáhá při počáteční exploraci fenoménu.“ Tato práce vychází z vlastního terénního šetření, během kterého jsem pomocí strukturovaných rozhovorů zajistila podklady.

Při volbě výzkumné oblasti jsem vycházela z výsledné typologie farmářských trhů v Praze, kterou rozlišuje Spilková, Fendrychová a Syrovátková (2012). Záměrem tedy bylo porovnání většího městského trhu konaného o víkendu s menším příměstským trhem konaným ve všední den. V průběhu pořizování rozhovorů jsem však v důsledku nedostatečného počtu farmářů z menšího trhu zvolila jinou variantu. Vybrala jsem velký víkendový Farmářský trh na Kulaťáku a další dva trhy - Farmářský trh Anděl a Farmářské tržiště Pankrác, které se konají ve všední dny. Vybrané trhy jsou situované v socioekonomicky odlišných pražských čtvrtích a jsou konané občanským sdružením a městskou částí. Pro rozhovor jsem původně zvolila jen farmáře nabízející základní potraviny, tedy zelináře a ovocnáře, mlékaře a sýraře, rybáře, prodejce vajec a masa. Avšak díky malému počtu farmářů – pěstitelů a chovatelů, jsem do cílové skupiny dotazovaných farmářů přidala i další výrobce. Jmenovitě výrobce uzených výrobků,

včelích produktů a producenty moštů. Takto vybraní farmáři¹², kteří souhlasili s rozhovorem a jeho využitím pro účely této práce, byli dotazováni na otázky (viz níže), které měly za cíl v první části zjistit základní informace o farmářích, aby byla schopná charakterizovat typ farmářů účastnících se trhů. Druhá část otázek se již týkala přínosů farmářských trhů, které uvádí literatura.

- Jak dlouho se věnujete farmaření?
- Jakého typu je Váš podnik? (rodinná farma, zemědělské družstvo, jiné)
- Co všechno produkuje Vaše farma, jaké výrobky?
- Jak dlouho se účastníte farmářských trhů? Kterých?
- Jaká byla struktura odbytišť Vaší produkce před účastí na farmářských trzích?
- Změnila se tato struktura vlivem prodeje na farmářských trzích?
- Pracují na Vaší farmě zaměstnanci na zaměstnanecký poměr? A kolik?
- Pracují u Vás na farmě rodinní příslušníci bez zaměstnaneckého poměru?
- Vedla účast na farmářských trzích k zaměstnání nových lidí?
- Pokud jste se účastnil farmářských trhů v loňském roce, mohl byste zhodnotit, zda pro Vás byla účast na nich finančně zisková, ztrátová či na nule?
- Pokud byla zisková, lze výše zisků z farmářských trhů srovnat se zisky z jiných forem prodeje?
- Zaznamenal jste nárůst počtu zákazníků od doby, co se účastníte trhů?
- V čem vidíte přínos přímého kontaktu se zákazníkem?

Rozhovory, byly realizovány po domluvě při osobním setkání nebo na jednotlivých trzích, pokud byl prodejce ochoten se rozhovoru věnovat. Na základě počtu stánků na vybraných trzích a sortimentu, který nabízejí, jsem vybrala celkem 30 farmářů, jež jsem požádala o rozhovor. Z vybraných 30 farmářů souhlasilo s rozhovorem 25 farmářů. Příloha č. 1 obsahuje seznam farmářů tříděný podle jejich sortimentu, umístění jejich farmy a trhů, na nichž prodávají.

¹² Pod výrazem farmář se dále myslí účastník prodeje na farmářském trhu. Nemusí se jednat jen o zemědělce, pěstitele a chovatele, ale může jít i o výrobce.

3. Výsledky výzkumu

V této kapitole budu na základě provedených rozhovorů hledat odpověď na svou výzkumnou otázku, tedy zda jsou v našich podmínkách farmářské trhy úspěšnou strategií pro farmáře a zda jim přinášejí stejné výhody, které uvádí západní autoři. Nejdříve bylo mým cílem zjistit, o jaké farmáře se jedná: a) jak dlouho se věnují své činnosti, b) kolik lidí zaměstnávají a na jaký pracovní poměr a c) jak vypadala struktura odbytišť produkce před vstupem na farmářské trhy. O těchto zjištěních bude pojednávat první polovina této kapitoly. Dále jsem se při dotazování soustředila na zkušenosti farmářů s farmářskými trhy. Nejvíce mě zajímalo: a) jak dlouho se trhů účastní a kterých, b) jestli byla či je účast na farmářských trzích zisková či ztrátová, jakým způsobem ovlivnila strukturu jejich odbytišť – přinesla jim účast na trzích více zákazníků a větší obrát, c) zda zaznamenali potřebu zaměstnat nové pracovníky po vstupu na trhy a d) v čem oni sami vidí výhody farmářských trhů a přímého prodeje zákazníkům. Na tuto část výpovědí se zaměřím v druhé polovině této kapitoly.

3.1. Typy farmářů na farmářských trzích

Na základě pořízených rozhovorů lze říci, že farmáři účastníci se trhů jsou v podstatě dvojího typu. Prvním typem jsou farmáři, kteří na začátku 90. let v restitucích dostali zpět od státu pozemky a začali se nějakým způsobem znovu věnovat přerušnému typu farmaření, kterým navázali na dřívější rodinnou tradici. Podnikání a farmaření se již věnují nějakou dobu, řádově dvacet let. Nejsou tedy ve farmaření úplnými nováčky. Druhý typ jsou naopak farmáři, kteří ke své farmářské činnosti přešli od jiné činnosti během posledních let, kvůli malým ziskům v předchozím povolání či podnikání, farmaření není jedinou činností, kterou se živí. Příkladem prvního typu farmáře a jeho farmy je např. pstruhařství pana Bláhovce z jižních Čech, zelárna pana Kysely ze Starého Kolína, ovocné sady rodiny Žertů z Kolínska, včelařství manželů Turčínů z Dolních Dunajovic, rodinná farma pana Jambora, farma pana Berana nebo krutí farma Druhá.

Společným jmenovatelem těchto a jiných farmářů je to, že jejich farmářská živnost začala v 90. letech a od té doby se jejich farmy vyvíjejí, rozrůstají anebo mění podle podmínek, které udává trh. Pan Bláhovec postupně rozšiřuje své pstruhařství, které v současné době sestává ze tří provozoven. Manželé Žertovi se zaměřili na pěstování ovoce a jeho prodej a také na specializovanou výrobu, od ovocných sirupů a moštů po speciality jako je třeba jahodové víno. Pan Beran se posledních cca 17 let věnuje chovu kuřat. *„Původně jsem choval hlavně pro Vodňanské kuře, ale před asi 6 lety jsem začal část kuřat nechávat déle na své farmě a dodávat je rodině a jiným zákazníkům,“* říká pan Beran. Dalším příkladem je včelařství manželů Turčínů, kteří obhospodařují poměrně velké množství včelstev, ale vlivem nízkých výkupních cen medu jsou nuceni se přizpůsobit a hledají nová odbytiště. Druhý typ farmáře představuje pan Plzák, uzenář z Plzně. Jak sám říká, uzenářství se věnuje celkem krátkou dobu, asi 4 roky, ale v prostředí řeznictví a zabíjaček se pohyboval odmala. *„Uzením se zabývám dohromady už sedm let. Jsem vyučený vlastně v oboru, mám výuční list z řeznictví, ale až v posledních letech mě napadlo, že bych mohl spojit znalosti, ve kterých jsem vlastně vyrůstal, s prací,“* vypráví pan Plzák, který spolu se svou manželkou vyrábí výborné uzenářské výrobky. Dalším příkladem je pan Studený, včelař od Berouna, který se včelaření věnuje zhruba 4 roky, ale samotné včelaření by ho neuživilo, a tak se věnuje i další podnikatelské činnosti. Pštroší farma pana Krejného vznikla v roce 2001 a do dneška se vypracovala v prosperující podnik. Pan Krejný dbá na neustálý rozvoj, hledání nových obchodních příležitostí a zatím se mu to vyplácí. Na pomezí těchto dvou skupin je pan Meizner a jeho rodinný podnik spolupracující s Třeboňským kaprem. Jeho podnikání bylo založeno zhruba před 4 roky, a jak sám říká, fungují jako zprostředkovatel a dovozce ryb Třeboňského kapra.

Co se velikosti jednotlivých farem týče, jedná se spíše o rodinné podniky, často v podobě s.r.o., které zaměstnávají maximálně do 15 stálých zaměstnanců. Výjimkou nejsou však ani rodinné podniky 2 spolumajitelů, často manželů. Všichni dotazovaní farmáři uvedli, že na jejich farmách pracují stálí zaměstnanci, většinou rodinní příslušníci, na pracovní poměr.

Struktura odbytišť výrobků farmářů před trhy se lehce různí podle typu výrobku. Obecně, dominantní postavení měly odběry restaurací a prodej do výkopen nebo obchodů. Menší část příjmů pak farmářům zaručovala určitá přímá forma prodeje –

prodej přímo na farmě, z maloobchodů, kam dodávali, nebo internetový obchod či zásilková služba. Řeznictví pana Příbyla z Čáslavi distribuovalo svou produkci do své prodejny, do okolních prodejen i do restauračních zařízení. Švagr pana Bláhovce mi prozradil, že před vstupem na farmářské trhy tvořily jejich hlavní odbytiště restaurace: *„Asi 90 % odbytu přišlo na restaurace, zbytek se prodal u nás na pstruhařství.“* Pan Kysela zase uvádí, že velká část odbytu připadla na prodejny, kam dodává, poté restaurace. Pan Palyza, který dodává ovoce a zeleninu uvádí: *„Před vstupem na farmářské trhy šla většina úrody na výkup nebo do prodejen, případně do restaurací.“* Podobné informace dostávám hlavně od prodejců zeleniny a ovoce. *„Od roku 1993 jsme veškerý sortiment prodávali do výkopen, maloprodejen anebo u nás ze dvora,“* říká paní Turčínová z Dunajovic. Dále dodává, že: *„Díky nízkým cenám, které výkupny za med nabízely, jsme museli udělat změnu. Je tu silná konkurence dováženého medu ze zahraničí, které nemůžeme cenově konkurovat. Český med je prostě drahý.“*

3.2. Přínosy farmářských trhů pro farmáře

Téměř všichni dotázaní uvedli, že se farmářských trhů účastní téměř od počátku, zhruba třetí rok. Pan Plzák prozrazuje, že začínal jezdit na malé trhy v okolí Prahy a postupně se dostal díky pověsti svých uzených výrobků až na trh v Dejvicích a později i na Anděl. *„...vlastně jsem si nemusel dělat reklamu, zboží to udělalo za mě. Zákazníci si o mně předali zprávy a pak v loňském roce přišlo pozvání od organizátorů farmářských trhu na Andělu. Dlouho jsem tam nechtěl, ale nakonec jsem kývnul,“* pochvaluje si pan Plzák. Pan Jambor říká, že: *„Trhů jsme se účastnili už předtím, než začaly farmářské trhy v Praze.“* Prakticky žádný farmář se neúčastní jen jednoho trhu, většina jich navštěvuje několik po celé republice. Za uplynulý rok se podle prodejců ukázalo, které trhy jsou organizačně lépe zvládnuté, a tak se setkávám s velmi podobným výčtem objížděných trhů. Na území Prahy jsou nejčastěji mezi navštěvovanými trhy citované farmářské trhy na Jiřáku, dejvický trh Kulat'ák, Anděl, Pankrác, Kobylisy, Holešovice či Klánovice. Pan Bláhovec to shrnuje slovy: *„Naše zkušenost z loňského roku je různá. Na některých trzích se objevili překupníci anebo trhy celkově upadly. Postupně jsme se tak rozhodli k odstupu*

z takových trhů a v současné době se soustředíme na osvědčené trhy v Klánovicích, na Kulaťáku, v Holešovicích nebo v Kobylisích.“ Podobný názor má i pan Kysela: „Vloni jsme jezdili na trhy do Dejvic, na Zličín, do Karlína. Letos převažuje hlavně dejvický trh.“

Při otázce, jak účast na farmářských trzích změnila strukturu odbytišť jejich produkce, se odpovědi různí. První část farmářů se téměř absolutně přeorientovala na prodej na farmářských trzích nebo ve svém obchodě či prodeji z farmy. Jedná se hlavně o drobné farmáře, kteří jsou na začátku svého podnikání nebo kterým se prodej jinde moc nevyplatí. Do této skupiny patří prodejci medu, někteří uzenáři a farmáři s netradičními mléčnými produkty, např. kozími sýry. Další skupina si zachovala původní odbytiště, ke kterým přibýly farmářské trhy, ale velmi výrazně objem prodeje v původní struktuře neovlivnily. Příkladem takových jsou někteří řezníci a zelináři. Pak je poslední skupina farmářů, kterým farmářské trhy ovlivnily původní strukturu celkem výrazně a převzaly na sebe větší část zisku z prodeje. Od první skupiny se tito farmáři liší tím, že si stále ponechávají i původní odbytiště, která pro ně představují určitý zisk. Do této skupiny lze zařadit v podstatě ostatní nejmenované farmáře, se kterými byl udělán rozhovor. Jmenovitě rybáři, menší zelináři a ovocnáři, producenti moštů, mlékaři, prodejci masa a vajec. Z výsledků se také zdá, že určitou roli hraje druh potravin, který farmáři nabízejí. Specifický případ představují ryby, jejichž prodejci zaznamenali na farmářských trzích úspěch. Patrně proto, že to nebyl v Česku hojně vyhledávaný druh potravin, který by byl všude k sehnání v čerstvé podobě. *„Prodej ryb na trzích tvoří zhruba 60 % našich tržeb. Zbylý prodej se uskutečňuje při tradičních výloveh rybniků nebo slavnostech, které se konají třikrát nebo čtyřikrát ročně. Celkově mohu říct, že od doby, co prodáváme na trzích, se náš obrat zvedl řádově o 70 %. Předtím jsme dováželi jen do restaurací plus ty tradiční akce na rybnících během roku. Lidi neměli jinou možnost, jak si koupit naše ryby. Neprodávali jsme ani tady v Třeboni,“* říká pan Meizner. Víceméně stejný názor má i pan Bláhovec: *„Od té doby, kdy se účastníme trhů, přešla většina prodeje na ně. Předtím jsme nejvíce vydělávali na prodeji restauracím.“* *„Myslím, že to je skvělý úspěch pro naše ryby ale i ryby obecně, dokonce podle nedávné statistiky se zvedla roční spotřeba ryb na osobu v Česku. Samozřejmě neprodáváme jen na trzích, restaurace zavážíme dál. Taký je patrný zájem o internetový obchod. Takže cestou na tržiště v podstatě zavážíme i tyhle objednávky, které si zákazníci mohou*

vyzvednout na trhu nebo je dovezeme na místo.“ Ke spokojeným prodejcům se přidal i pan Studený z Berouna, včelař. „Je to náročné, účastním se několika farmářských trhů po Praze a hledám i jiné alternativy, třeba postavit si stánek u metra, když je možnost, ale pořád je to výhodnější než prodávat med do výkupny za malou cenu,“ říká. Rozšíření povědomí o své farmě a nárůst zisků z prodeje připouští i pan Pešička, který provozuje kozí farmu. „Myslím, že zisky z farmářských trhů by se daly přirovnat k mým ziskům z prodeje z naší farmy. Výhodou je pro mě ale to, že se tady dostanu do povědomí nových zákazníků, které bych jinak nemohl oslovit,“ říká pan Pešička, který se účastní trhů sám nebo se svou manželkou. Podle svých slov si nemohou stěžovat ani uzenáři z uzenářství Sváček, kteří v letošním roce na dejvickém trhu na Kulaťáku mají hned několik stánků. „Nevím, jestli jde říct, že se zisky z farmářských trhů rovnají ziskům z našich kamenných obchodů, ale jistě pomohly rozšířit povědomí o našem lahůdkářství a přinesly nové a dnes stále zákazníky,“ vypráví sympatický prodejce Štěpán. Pro pana Berana představují farmářské trhy prosperující odbytiště. Sám říká: „Dodávat do velkoobchodů se mi už moc nevyplácelo. Boom farmářských trhů byl skvělou příležitostí. I když teď už to také opadá. Nicméně zákazníci se vracejí, ví jak chutná dobré kuře.“ Stejným nadšením ovšem neoplývá pan Kysela, který prodává kysané a krouhané zelí a další kysanou zeleninu. „Určité zisky z prodeje na trzích mám, ale v konečném součtu to není žádné terno. Když poplatím celkem vysoké poplatky za stánek a dopravu, začíná se mi to pomalu nevyplácet. Lidé taky stále více zjišťují, že v supermarketu seženou zboží levněji. Původní odbytiště proto pro mě zůstávají stále důležitá,“ říká pan Kysela. Lehce skeptičtí v tomto ohledu jsou i manželé Turčínovi, kteří si museli vzít půjčku na předělání provozovny podle norem. „Farmářské trhy nahradily z větší části původní odbytiště, tj. výkupny. Dá se říct, že máme větší zisky díky prodeji na nich, ale prvotní zadlužení zisky zatím sráží v podstatě na nulu. Prodávat na trzích je tak pro nás zatím hlavně nutnost,“ shrnují manželé.

Dotazovaní farmáři jsou většinou se zisky z farmářských trhů spokojeni a dá se říci, že zkoumané trhy si farmáři pochvalují. Někteří ale druhým dechem dodávají, že ne vždy je to tak růžové. „Každý trh je jiný a má různou klientelu. Hlavně zpočátku to byl dost risk. Nevíte, jestli prodáte, na koho narazíte,“ líčí své počátky manželé Turčínovi. S podobným tvrzením přichází i pan Bláhovec a dále dodává: „Na některých trzích se potkáte s velkou konkurencí, různými překupníky, kteří tlačí cenu dolů.“ Výjimku mezi

dotazovanými farmáři tvoří pan Kysela. Víceméně jako jediný uvedl, že jeho zisky z prodeje na farmářských trzích jsou spíše na nule a že tendence je spíše klesající. Jako vysvětlení uvádí, že: *„Poslední dobou trhy upadají a řeknu vám proč. Stává se z toho spíše výdělečná činnost pro městské části. Konkrétně třeba trh na Kulaťáku. Když poplatím poplatky za stánek a cestu, tak mi to začíná pomalu převyšovat zisky z prodeje. Podle mě mají farmářské trhy význam hlavně pro malé zemědělce, kteří se ne zrovna snadno dostávají na trh, ale mně se to přestává vyplácet,*“ dodává pan Kysela.

Většina dotazovaných farmářů nepotřebovala kvůli farmářským trhům zvýšit počet zaměstnanců. Zhruba 1/5 dotázaných farmářů uvedla, že během sezóny farmářských trhů (jaro a podzim) nárazově nabírají brigádníky na rozvoz po trzích. Většina ale uvádí, že se farmářských trhů účastní výrobce osobně anebo někdo ze stálých zaměstnanců. *„Týden máme rozdělený tak, že od pondělí do středy jsme ve výrobě, kde nám pomáhá maminka, ve čtvrtek prodáváme tady v Plzni v našem obchodě a pátek a sobotu trávíme na trzích v Praze na Andělu a v Dejvicích,*“ vypráví pan Plzák z Plzně. Paní Turčínová zase přiznává, že trhy objíždějí sami hlavně z finančních důvodů. *„Kvůli účasti na trzích jsme museli předělat provozovnu, aby odpovídala normám a předpisům a museli jsme si vzít půjčku,*“ říká paní Turčínová. Výjimkou je pan Meizner. Během rozhovoru mi vysvětlil, že jeho rodinný podnik vznikl zhruba před třemi roky jako partner podniku Třeboňský kapr. *„V podstatě jsme zprostředkovateli prodeje,*“ říká pan Meizner, který zaměstnává 4 stálé zaměstnance. Nelze říci, že by jeho podnik vznikl na popud zvyšujícího se prodeje na farmářských trzích. Nicméně zvyšující se prodej a poptávka na trzích vytváří pro něj a jeho zaměstnance pracovní příležitost.

Při poslední otázce, v čem vidí přínos farmářských trhů a přímého prodeje, se farmáři shodli. Všichni uvedli, že vidí přínos hlavně v tom, že mohou poznat přímo své zákazníky a mohou si s nimi popovídat a sdělit jim bližší informace o svých produktech. *„Nejpříjemnější na tom všem je, že můžu předávat informace přímo lidem, a ani nemusím čekat na příležitost, lidi se sami ptají,*“ vychvaluje si pan Studený zájem zákazníků. *„Na dejvický trh se vždycky těším. Znáám už své pravidelné zákazníky, vím, kdy přichází na trh a občas je netrpělivě vyhlížím, abych se dozvěděl, co nového. Třeba co budou vařit dnes k obědu,*“ říká prodavač Štěpán z uzenářství Sváček. Pan Plzák si chvíle ve stánku užívá spolu se svou manželkou: *„Je to pro nás příjemná změna, polovinu týdne, trávíme*

zavřeni ve výrobě, to se člověk potom mezi lidmi hrozně těší. Navíc je důležité, že se nám dostane odezva od zákazníků, kteří se vrátí. Hned mám lepší pocit ze své práce.“ Další výhodou vidí farmáři v tom, že je to výborný způsob, jak se dostat do povědomí lidí. *„Řekl bych, že je to pro nás lepší než reklama. Od té doby, co tu prodáváme, roste naše pověst a naše firma není známá už jen u nás v Třeboni a okolí,“* říká pan Meizner, prodejce ryb. Poslední jmenovanou výhodou je nárůst počtu zákazníků. *„V poslední době bylo kolem vajec hodně humbuku. Zdražovala, na Velikonoce nebyla v obchodech k dostání ta bílá. Na trzích je o naše vejce zájem a noví zákazníci přibývají,“* říká prodejce vajec z Plzně, který nechtěl být jmenován. *„Časem jsme si vytvořili dobrou klientelu. Máme i zákazníky, kteří za našimi produkty chodí na vícero trhů. Takové je radost potkávat, většinou už tuším, co si dají,“* říká pan Bláhovec, prodejce ryb. Prodejce zeleniny a ovoce pan Palyza i mlékař pan Laušman přiznávají, že se jim ozývají zákazníci na prodej přímo od nich z farmy na základě zkušeností z trhů. Někteří farmáři jsou ale trochu skeptičtí při výhledu do budoucna. *„Z farmářských trhů se stává pouť. Můžete sem přijít, dát si kafe koupit si dort a zase jít,“* zklamaně konstatuje majitel zelárny pan Kysela. Sama jsem byla zaskočena, když jsem na farmářském trhu na Andělu viděla stánek s ručně vyrobenými šperky, ušitými utěrkami nebo vařečkami. *„Na farmářském trhu očekáváte hlavně potraviny, ne doplňkové zboží,“* dodává pan Kysela.

V této kapitole jsem se věnovala samotným výpovědím farmářů. Představila jsem hlavní typy farmářů, kteří jsou na trzích v zastoupení zemědělců i výrobců, kteří prodávají na vybraných trzích. Shrnula jsem základní informace o fungování jejich podniku před vstupem na farmářské trhy a změny, ke kterým došlo po vstupu na ně.

4. Srovnání výsledků s literaturou

Jak je již řečeno v úvodu, cílem této práce je zjistit jaké jsou přínosy farmářských trhů pro české farmáře. V této části práce budu své výsledky konfrontovat se zahraniční literaturou.

Podle západních autorů jsou farmářské trhy hodnoceny jako místo, kde mají farmáři šanci zvýšit svůj zisk, získat nové zákazníky a nabýt nové zkušenosti. Díky tomu, tak mohou trhy pomoci farmářům v obchodním růstu. Podle Costera a Kennona (2005) stimulují farmářské trhy hlavně rozvoj drobnějších nebo začínajících farmářů. Výsledky mého výzkumu na třech pražských farmářských trzích tuto teorii potvrzují. Mozaika dotazovaných farmářů byla tvořena převážně menšími nebo začínajícími farmáři. Většina z nich také uvedla, že prodej produktů na farmářských trzích jim zvedl obrát a navýšil zisky. Nutno dodat, že některým farmářům tento zisk krátí splátky na investice, které museli vynaložit, aby se trhů mohli vůbec účastnit. Patrná je také změna ve struktuře odbytišť farmářů. Farmářské trhy zaujaly v některých případech ve struktuře odbytišť dominantní postavení. Pevně u začínajících farmářů, kteří za pomoci farmářských trhů rozjíždějí svůj obchod. V jiných případech zaujaly stálé postavení ve struktuře odbytišť a přinesly nové zákazníky. Důvod, proč jsem se na trzích setkala spíše s farmáři s drobnými podniky, souvisí se základní myšlenkou farmářských trhů, kterou definují Coster a Kennon (2005). Autoři vidí farmářských trhů jako ideální místo pro přímý prodej vlastní vypěstované či vyrobené produkce. V České republice se jedná o ideální prodejní místo pro menší soukromé zemědělce, kteří těžko konkurují cenově výhodnějším dováženým potravinám (Dries a kol, 2004). Fakt, že v českém zemědělství jsou menší zemědělci v menšině díky okolnostem způsobeným minulým režimem (Bičík a Jančák, 2005), je příčinou toho, že se na různých trzích lze setkat se stejnými farmáři.

Podle Brownové (2002, cit. ve Spilková, Fendrychová a Surovátková 2012) přináší zvýšení zisku a obchodní růst farmářů potenciální možnost vytvoření nových pracovních míst. Na základě rozhovorů o zaměstnancích se toto nepotvrdilo. Někteří farmáři mají během hlavní sezóny farmářských trhů, která je na jaře a na podzim, potřebu najmout pomocnou sílu na dopravu nebo na prodej u stánku. Většina farmářů si však

vystačí sama se svými stálými zaměstnanci. Vybrané farmářské trhy nezvyšují zaměstnanost v zemědělství, jak předpokládá zahraniční literatura.

Zvýšení zisku je podle literatury spojeno s faktem, že při prodeji na trzích farmáři nepřicházejí o část prodejní ceny, o kterou by v případě prodeje produktu třetí osobou přišli. Podle van der Ploega a kol. (2004) je to jedna ze základních příčin vzniku alternativních prodejních kanálů. Také tato, západními autory citovaná, výhoda byla na vybraných trzích potvrzena. Hlavně prodejci medu, mléčných výrobků a zeleniny tvrdí, že na farmářských trzích mají daleko větší šanci získat vyšší prodejní cenu v porovnání s cenou, kterou dostávali od výkopen a jiných zprostředkovatelů prodeje. V souvislosti s prodejní cenou vyvstává u některých farmářů obava o budoucnost trhů. V letošním roce se dle výpovědi některých farmářů na trhy dostávají různí překupníci nebo velkododavatelé, kteří tlačí cenu dolů. Někteří farmáři se obávají konkurence levných potravin ze supermarketů.

Mezi další výhody, které autoři jmenují, patří i podpora různorodosti zemědělství venkovských oblastí a zvyšování povědomí o místě původu výrobku, což vede i ke zvyšování turismu a dalším finančním příjmům (Brown 2002, cit. ve Spilková, Fendrychová a Syrovátková 2012). Coster a Kennon (2005) vidí výhodu farmářských trhů také v tom, že představuje pro farmáře prostředí, kde mohou testovat nové produkty a rozšiřovat tak svůj sortiment. Kvůli omezenému časovému prostoru pro jednotlivé rozhovory nebylo možné získat odpovědi, které by se týkaly i těchto výhod. Částečně lze odpovědět, že trhy zvyšují povědomí o konkrétních farmářích a jejich výrobcích a zákazníci si je spojují s oblastí, odkud jsou. Napomáhají tomu informační tabulky, kterými jsou opatřeny jednotlivé stánky nebo seznamy farmářů, které pořadatelé některých trhů zveřejňují v předstihu konání trhu (např. Farmářský trh na Kulaťáku). Na základě výsledků mého výzkumu však nemohu říci, že by existence farmářských trhů ovlivnila různorodost zemědělství či zvýšila objem turistů ve venkovských oblastech. Další roli hraje fakt, že trend farmářských trhů je v České republice relativně mladý. Během uplynulých dvou sezón jsme mohli zaznamenat velký nárůst počtu konajících se trhů. Tento boom se v letošním roce poněkud zpomalil a dál pokračují prověřené trhy, které jsou organizačně dobře zvládnuté.

Závěr

V poslední několika letech je velmi diskutované téma nového paradigmatu rozvoje venkova. Mnohými autory je viděno jako perspektivní strategie pro rozvoj venkova, díky svému komplexnímu chápání venkovských oblastí a snahou zapojit a propojit všechny složky ovlivňující venkov. Součástí nového paradigmatu rozvoje venkova jsou tzv. alternativní potravinové sítě, které zkracují vzdálenost mezi producenty a spotřebiteli potravin a které jsou charakterizovány produkcí kvalitních, regionálních či jinak specifických produktů. Podle řady autorů představují tyto sítě šanci na zlepšení postavení v potravinovém řetězci pro malé zemědělce a možnost uniknout z finanční krize způsobené masovou produkcí levných potravin. V souvislosti s nedávným bohem farmářských trhů v České republice bylo cílem této práce posoudit relevanci západoevropských předpokladů o přínosech farmářských trhů pro farmáře. Pomocí kvalitativní metody výzkumu – strukturovaného rozhovoru jsem hledala odpověď na otázku: zda představují farmářské trhy pro české farmáře úspěšnou strategii a zda jim přinášejí stejné přínosy, jako uvádí západní autoři, i v našich specifických podmínkách transformující se ekonomiky a odlišné struktury zemědělských podniků.

Z výsledků mého výzkumu je patrné, že vybrané farmářské trhy alespoň z části představují úspěšnou strategii pro farmáře i v odlišných podmínkách než jaké jsou v západním světě. Na vzorku vybraných farmářů se potvrdil fakt, že pro malého farmáře představuje účast na farmářském trhu šanci na dosažení většího zisku. Také se potvrdila teorie, že forma alternativních potravinových sítí – farmářského trhu v tomto případě, je pro farmáře výnosnější než dodávat jen do velkoobchodů a výkupu. Potenciál vytvářít nové pracovní příležitosti je, řekla bych, spíše výjimečný a závislý na typu farmáře. Ani přínos většího zisku nebyl u většiny zpovídaných farmářů příčinou k zaměstnání dalšího stálého zaměstnance.

Odlišnost podmínek českých a západních farmářů se projevila hlavně na struktuře a především počtu farmářů na jednotlivých farmářských trzích. Jejich relativně nízký počet způsobuje problémy nejen organizátorům, kteří mohou mít problém s obsazením

volných stánků (Spilková, Fendrychová a Syrovátková 2012), ale i samotným producentům, kteří musejí na tržištích čelit problémům s různými překupníky apod.

Poměrně důležitou otázkou z pohledu farmářů je vývoj farmářských trhů a jejich atraktivity do budoucna. Podle některých farmářů opadá prvotní zájem a s ním spojený růst jejich zisků. Také jsou trochu skeptičtí v tom, jakým směrem se budou farmářské trhy do budoucna ubírat. Zda se z nich nestane spíše výdělečný podnik pro městské čtvrti nebo pouhá atrakce pro společnost pozbývající svou základní myšlenku.

Na základě tohoto výzkumu nelze dělat plošné závěry o farmářských trzích ani o přínosech, které trhy farmářům přinášejí. Mým cílem bylo poskytnout prvotní vhled do problematiky, na něž bude možné navázat rozsáhlejším výzkumem, který přinese hlubší informace o přínosech trhů farmářům a jejich prostřednictvím rozvoji venkova.

Seznam literatury

- Agricultural statistics – Quarterly bulletin (2005): Farm Structure Survey 2003. European Communities, Luxemburg, 101 s.
- ALKON, A. (2008): From value to values: Sustainable consumption at farmers markets. *Agriculture and Human Values*, 25, č. 5, s. 487-498.
- ASHLEY, C., MAXWELL, S. (2001): Rethinking Rural Development. *Development Policy Review*, 19, č. 4, s. 395-425.
- BIČÍK, I. (1984): *Ekonomická geografie I. Geografie zemědělství*. Státní pedagogické nakladatelství, Praha, 105 s.
- BIČÍK, I., JANČÁK, V. (2005): *Transformační procesy v českém zemědělství po roce 1990*. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje PřF UK, Praha, 104 s.
- COST Action A12 (2003): *Rural Innovation. Final evaluation report*. European commission, Brussels, 36 s.
- DETRE, J. a kol. (2011): Linkage Between Direct Marketing and Farm Income: A Double-Hurdle Approach. *Agribusiness*, 27, č. 1, s. 19-33.
- DRIES, L. a kol. (2004): The Rapid Rise of Supermarkets in Central and Eastern Europe: Implications for the Agrifood Sector and Rural Development. *Development Policy Review*, 22, č. 5, s. 1-32.
- ELLIS, F., BIGGS, S. (2001): Envolving Themes in Rural Development 1950s – 2000s. *Development Policy Review*, 19, č. 4, s. 437-448.
- GOODMAN, D. (2004): Rural Europe Redux? Reflection on Alternativ Agro-Food Networks and Paradigm Change. *Sociologia Ruralis*, 44, č. 1, s. 3-16.
- GOODMAN, D. (2009): *Place and Space in Alternative Food Networks: Connecting Production and Consumption*.
<http://www.kcl.ac.uk/sspp/departments/geography/research/epd/GoodmanWP21.pdf>
- HENDL, J. (2005): *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. 1. vydání. Portál, Praha, 408 s.
- HOLLOWAY, L., KNEAFSEY, M. (2000): Reading the space of the farmers' market: a preliminary investigation from the UK. *Sociologia Ruralis*, 40, č. 3, s. 285-299.
- ILBERY, B., MAYE, D. (2005): Food supply chains and sustainability: evidence from specialise food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22, č. 4,

s. 331-344.

JOHNSTON, R. J. (2000): The dictionary of human geography. 4. vydání. Blackwell, Oxford, 958 s.

KNOWLES, T., MOODY, R., MCEACHERN, M. (2007): European food scares and their impact on EU food policy. *British Food Journal*, 109, č. 1, s. 43-67.

LOBLEY, M. a kol. (2009): The contribution of organic farming to rural development: An exploration of the socio-economic linkages of organic and non-organic farms in England. *Land Use Policy*, 26, č. 3, s. 723-735.

MCCARTHY, J. (2006): Rural geography: alternative rural economies – the search for alterity in forests, fisheries, food, and fair trade. *Progress in Human Geography*, 30, č. 6, s. 803-811.

MORGAN, K., MURDOCH, J. (2000): Organic vs. conventional agriculture: knowledge, power and innovation in the food chain. *Geoforum*, 31, č. 2, s. 159-173.

MURDOCH, J. (2000): Networks – a new paradigm of rural development? *Journal of Rural Studies*, 16, č. 4, s. 407-419.

MURDOCH, J., MARSDEN, T., BANKS, J. (2000): Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector. *Economic Geography*, 76, č. 2, s. 107-125.

PERLÍN, R., KUČEROVÁ, S., KUČERA, Z. (2010): Typologie venkovského prostoru Česka. *Geografie*, 115, č. 2, s. 161–187.

RENTING, H., MARSDEN, T., BANKS, J. (2003): Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning*, 35, č. 6, s. 393-411.

SEJÁK, J., ZAVÍRAL, J. (2007): Growing inequalities in added-value distribution in the Czech agri-food chains. *Agricultural Economics*, 53, č. 5, s. 235-245.

SPIPKOVÁ, J., FENDRYCHOVÁ, L. a SYROVÁTKOVÁ, M. (2012): Farmers' markets in Prague: A new challenge within the urban shoppingscape. *Agriculture and Human Values* (v tisku).

VAN DER PLOEG, J. a kol. (2000): Rural Development: From Practices and Policies towards Theory. *Sociologia Ruralis*, 40, č. 4, s. 391-408.

VENN, L a kol. (2006): Researching European 'alternative' food networks: some methodological considerations. *Area*, 38, č. 3, s. 248-258.

Příloha č. 1

Seznam vytipovaných farmářů pro rozhovor

Jméno farmáře	Sektor	Lokalita	Rozhovor	Farmářský trh
pan Plzák	uzeniny	Plzeň	ano s farmářem	A, K
pan Studený	včelí produkty	Beroun	ano s farmářem	A, K, P
pan Pešička	mléčné výrobky	střední Čechy	ano s farmářem	A
pan Bláhovec	ryby	Šumava	ano s farmářem	K
pan Turčín	včelí produkty	Dolní Dunajovice	ano s farmářem	K
pan Palyza	zelenina/ovoce	Polabí	ano s farmářem	K
pan Meizner	ryby	Třeboň	ano s farmářem	K, P
pan Kysela	zpracovaná zelenina	Starý Kolín	ano s farmářem	K
pan Kadleček	ovoce	jižní Čechy	ano s farmářem	A
pan Střítežský	uzeniny	Řevnice	ano s prodejcem	A, K, P
pan Žerta	mošty	Bříství	ano s farmářem	K
uzenářství Sváček	uzeniny	střední Čechy	ano s prodejcem	K
pan Laušman	mléčné výrobky	Držovice	ano s farmářem	A, K, P
pan Němec	mléčné výrobky	Netín	ne	K
pan Svačina	zelenina	Ovčáry - Polabí	ano s prodejcem	P
pan Jambor	zelenina/ovoce	Čáslav	ano s farmářem	A
farmář 1	vejce	Plzeň	ano s farmářem	A
farmář 2	ovoce	střední Čechy	ano s farmářem	A
farma Druhaz	maso	Sedlčany	ano s prodejcem	K
farmář 3	maso	Strakonice	ano s farmářem	K
pan Šupík	ovoce	Louny	ne	P
Moštovna Lažany	mošty	Turnov	ne	A, K, P
pan Příbyl	maso	Čelákovice	ano s farmářem	K
pan Krejný	maso	Židovice	ano s farmářem	K
pan Duba	maso, uzeniny	Nová Včelnice	ne	K
farmář 4	mošty	Chlum u Dubé	ano s prodejcem	A, K
farmář 5	mléčné výrobky	Holubice	ano s farmářem	K
farmář 6	ovoce	Písečná	ano s farmářem	K
pan Beran	maso	Pracejovice	ano s farmářem	P
farmář 7	vejce	střední Čechy	ne	K

Poznámka: Farmářský trh A = Farmářský trh Anděl, K = Farmářský trh na Kulaťáku,
P = Farmářské tržiště Pankrác

Příloha č. 2

Vybrané farmářské trhy



Farmářský trh Anděl, zdroj: vlastní archiv



Farmářské tržiště Pankrác, zdroj:
<http://www.4-majetkova.cz/images/stories/trhy>
(staženo 10-08-2012)



Farmářský trh na Kulaťáku, zdroj:
<http://www.farmarske-trhy.cz/images>
(staženo 10-08-2012)

Příloha č. 3

Farmáři z farmářského trhu Anděl



Zelenina a ovoce pana Jambora, zdroj: vlastní archiv



Stánek pana Střítežského, uzenáře z Řevnic, zdroj: vlastní archiv



Farma pana Laušmana z Držovic, zdroj: vlastní archiv



Mošty Lažany, zdroj: vlastní archiv