

Nájsť si miesto aspoň na lokálnom trhu

Malí farmári v Európe sú vo viacerých krajinách v ťažkej situácii. Svoje miesto v spoločnosti aj na trhu si musia vybojovať. Problémy bulharských farmárov spôsobujú aj prísne hygienické predpisy, ktoré im znemožňujú predávať produkty s priadnou hodnotou. Predaj miestnych produktov podporuje v Maďarsku projekt financovaný rezortným ministerstvom.



Značka produktov pomohla predajnosti produktov miestnych farmárov.

Maďarskí malí farmári sú v súčasnosti ekonomicky aj sociálne v pozadí. S cieľom posilniť komunitu a zlepšiť ekonomické postavenie farmárov bol v mestečku Hajdúnánás vytvorený projekt „Nánási Portéka“. Hajdúnánás je malé mesto so 17 000 obyvateľmi na východe Maďarska, ktoré sa v roku 2013 zapojilo do projektu podpory malých fariem.

Sú hrdí na svoje produkty

V rámci projektu bolo vytvorené miestne trhovisko aj značka pre miestne produkty. Podobné aktivity mali aj iné mestá a mestecká podporené programom ministerstva, ale nepodarilo sa im tak dať ekokopy komunitu a ani dosiahnuť také ekonomické výsledky, ako sa to podarilo tomuto projektu. Združeniu EMKA, ktoré realizovalo komunikačnú a marketin-

govú kampaň k projektu, sa podarilo prekonať nedôveru a podozrievavosť farmárov a uveriť tomu, že im miestna značka pre ich produkty pomôže zvýšiť príjmy. Komunita prijala značku za svoju a ľudia kupujú nielen produkty, kupujú „Nánási Portéka“, značku, ku ktorej majú citový vzťah. Ide o hrdosť na miesto, kde žijú a podarilo sa im získať iný pohľad na svoje možnosti a výsledky, ktoré spoločne dosiahli. EMKA team ako komunikačný partner nechcel vytýčať v popredí, čo je veľmi dôležité. Na začiatku sa sústredili na získanie významných ľudí v komunite, ktorí pochopili jedinečnosť tejto príležitosti. Takže nakoniec to nebola komunikačná agentúra, ale miestny učiteľ, kňaz, ženy v domácnosti, či miestni podnikatelia, ktorí ostatných presvedčili, že je to dobrá myšlienka a dokázali presvedčiť ľudí, ktorých spotrebiteľské správanie je rozhodujúcim pre života-

schopnosť projektu a prežitie značky. V dnešnom svete plnom farebných a vtieravých reklám zapôsobili na city ľudí a pomohli im uveriť, že sú schopní urobiť niečo sami pre seba. Úspech projektu prekročil očakávania. Vytvoril pracovné miesta, poskytol rodinám zdravšie potraviny a dal im hrdosť a dôveru vo svoje mestečko. Kriszitina Almadi z EMKA Teamu hovorí: „Projekt mi-

nisterstva podporil menšie vidiecke mestá, ktoré sú obkolesené malými farmami, aby založili miestny trh, kde farmári z okolia môžu predávať svoje produkty pre miestnych spotrebiteľov. Hlavným cieľom bolo naštartovať miestnu ekonomiku aj vytvoriť pracovné miesta, čo sa tomuto projektu podarilo.

V súčasnosti je do projektu zapojených asi 50 farmárov, ktorí získaním značky a predajom na trhu zvýšili svoje príjmy aj vytvorili pracovné miesta. Na trhu ponúkajú hlavne potravinárske produkty – med, jogurt, mäso, mlieko, klobásy, ovocie, zelenina a všetky ostatné druhy miestne vyrobených potravín. Stále viac farmárov sa snaží o získanie našej značky. Aj keď je ťažké uviesť konkrétny počet vy-

tvorených pracovných miest, môžeme použiť štatistické údaje. Celkove pripadá v Maďarsku na 1 000 obyvateľov 0,4 farmára. V našom projekte je to 2,6 farmára na 1 000 obyvateľov.“

Dostať sa k pridanej hodnote

Vo väčšine nových členských štátov sa po ich vstupe do EÚ prejavili problémy s nedostatkom skúseností s európskou legislatívou týkajúcou sa poľnohospodárstva a potravinárstva. Aké skúsenosti majú bulharskí farmári s prispôbovaním sa novým pravidlám Spoločnej poľnohospodárskej politiky?

Dessislava Dimitrova z bulharského združenia organizácie Slow Food hovorí: „V našom poľnohospo-

dárstve je veľmi bipolárny model. Je niekoľko málo veľmi veľkých fariem, ktoré vlastnia pôdu a pestujú na nej pšenicu, slnečnicu, kukuricu a na druhej strane veľké množstvo malých fariem s malými výmerami pôdy, ktoré pestujú rôzne plodiny. Malí farmári v Bulharsku majú veľmi ťažké obdobie, situácia je komplikovaná. Jedným z najväznejších problémov je, že naše hygienické nariadenia sú veľmi prísne a malí farmári sú prakticky vylúčení z trhu. Nie sú motivovaní aby chovali zvieratá alebo obrábali pôdu, pretože nemôžu predávať hotové výrobky, čo vytvára pridanú hodnotu k ich práci. O ich prežitie sa preto obávame, lebo európske nariadenia sú zatiaľ v Bulharsku implementované veľmi formálnym spôsobom. Flexibilita, ktorá je možná, nebola braná do úvahy. Farmári musia byť aktívni a nezávisieť tak veľmi na politických rozhodnutiach, lebo je veľa detailov, ktoré boli prehliadané a cena za to veľmi vysoká. Nemôžeme nikdy zabúdať na našu minulosť v inom režime, ktorá vytvorila mentalitu tak v hlavách politikov, ako aj v hlavách farmárov. Keď prekonáme tento spôsob myslenia, pôjdu veci ľahšie, ale potrebuje to čas.“

MALVÍNA GONDOVÁ
FOTO – (IT)



Bulharskí farmári majú problém predávať svoje produkty s priadnou hodnotou.

V praxi stále chýbajú absolventi v žiaducich odboroch

V roku 2023 bude ekonomicky aktívnych 127 000 absolventov. Už dnes však chýba 5 500 inžinierov a v roku 2023 bude chýbať až 20 000 absolventov vysokých škôl s technickým zameraním. Rozdiel medzi získaným vzdelaním a pracovnými ponukami, ktoré umožnia pôsobiť v oblasti, ktorej sa študenti venovali na škole sa stále zväčšuje. Zhodli sa na tom účastníci Národnej konferencie Vysoké školy ako motory rozvoja vedomostnej spoločnosti.

Vo vyštudovaných odboroch zostávajú pracovať veterinári, informatici a právnici. Naopak, iba tretina študentov humanitných vied robí to, čo vyštudovala. Minister školstva, vedy, výskumu a športu SR Juraj Draxler na konferencii povedal, že vysoké školy musia v súčasnosti odpovedať na výzvy, ktoré priniesla moderná doba, či už v oblasti zelených technológií, energetiky, biomedicíny či biochémie.

„Štát okrem dát o vývoji trhu práce a poznania kompetencií, ktoré v porovnaní s potrebami trhu práce študenti dostávajú, potrebuje vytvárať aj nástroje, ktoré pomôžu zbúrať bariéry



Sprava: Pri panelovej diskusii Ing. Anton Repovský, PhD. (Slovenské farmárske, družstvo) zastupuje záujmy poľnohospodárov a Vladimír Slezák – generálny riaditeľ Siemens, spolu s Ľubomírom Pliškom – generálnym riaditeľom Konštrukta Industry za strojársky priemysel.

medzi vysokým školstvom a zvyškom hospodárstva,“ uviedol Draxler.

Slovenských poľnohospodárov na konferencii zastupoval Ing. Anton Repovský, PhD. zo Slovenského farmárskeho družstva, ktoré združuje viac ako desať agro podnikov po celej Slovenskej republike.

„Budúcnosť poľnohospodárstva spočíva na ľuďoch – špičkových a unikátnych odborníkoch v oblasti, ktorej sa venujeme, a ktoré slovenské poľnohospodárstvo potrebuje. Vidíme veľkú potrebu stredného manažmentu v rámci jednotlivých

podnikov a to potrebu kvalitných zootechnikov, agronómov, ekonómov. Ich nedostatok na trhu je pre nás limitujúci faktor, ktorý musíme spoločne so školami vyriešiť. Naším cieľom je motivovať najmä mladých absolventov stredných a vysokých škôl – najmä s poľnohospodárskym zameraním,“ podčiarkol Ing. Repovský.

Hlavným problémom mládeže je, že sa nesústreďuje na žiadané a potrebné študijné obory. Tieto by im po ukončení školy vedeli priniesť väčšiu istotu zamestnanosti.

Prax potrebuje špičkových odborníkov ale aj manažérov, schopných op-



Panelových diskusií sa zúčastnili prednášajúci s bohatými skúsenosťami v oblasti vzdelávania a podnikového prostredia. Odznali zaujímavé myšlienky a odporúčania do budúcnosti týkajúce sa vysokoškolského vzdelávania prepojeného s potrebami trhu práce.

Budúcnosť poľnohospodárstva spočíva na ľuďoch – špičkových a unikátnych odborníkoch v oblasti, ktorej sa venujeme, a ktoré slovenské poľnohospodárstvo potrebuje.

timalizovať riadenie poľnohospodárskych podnikov. V záujme celkového skvalitnenia vzdelania je žiaduca spätná väzba medzi školou a podnikom a na základe skúsenosti meniť proces výučby. Dôsledne by sa mali sledovať potreby jednotlivých regiónov SR a cieleno viac podporovať lokality s nedostatkom požadovanej pracovnej sily z radu vysokoškolských absolventov.

JÁN KOVÁČ