

# **MARKETINGOVÁ VERTIKÁLA VÝROBY, SPRACOVANIA A PREDAJA PŠENICE A PŠENIČNEJ MÚKY**

Dušan Šimo

Katedra managementu, Vysoká škola poľnohospodárska  
Tr. A.Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovenská republika

## Anotácia:

Marketingová vertikála výrobcov pšenice, jej spracovateľov v mlynárskom priemysle a predajcov pšeničnej múky je zložitý proces. Úroveň cien je závislá od dopytu, ponuky, kúpyschopnosti zákazníkov a ďalších faktorov. V roku 1994 ceny výrobcov potravinárskej pšenice boli 3 477 Sk = 100, mlynársky spracovateľ predáva jedlé a kámen výrobky za 6 583,10 Sk (čo je index 189) a spotrebiteľská cena pšeničnej múky v SR dosiahla 10 299 Sk za tonu, vyjadrené indexom k cene výrobcov je to 294. Na základe uvedeného možno kvantifikovať ďalšími analýzami podiel jednotlivých subjektov na hodnote a spotrebiteľskej cene pšeničnej múky.

## Summary:

Relationship among producers, processors and wheat flour traders are complex. Price level depends on supply, demand, customer buying power and other factors.

In 1994 wheat farmgate prices were 3 477 Sk = 100; selling price of wheat processors were 6 583,10 Sk (= 189), customer price of wheat flour 10 299 Sk/ton. Based on the above it is possible to quantify a share of individual subjects they help on the value and customer price of wheat flour.

## Kľúčové slová:

marketingová vertikála, potravinárska pšenica, ceny výrobcov, spracovateľov, spotrebiteľské ceny

## Key words:

marketing chain, producers prices, processors prices, consumer prices

Marketingové prístupy k výrobe a nadväzných činnosti sa odvíjajú od teoretických, pragmatických poznatkov podnikateľskej činnosti. Vertikálne väzby medzi výrobou, spracovaním a predajom majú špecifické zvláštnosti výrobného procesu potravín a preto k nim treba pristupovať diferencovane. Poznanie technicko technologických procesov pestovania, ošetrovania obilia, mlynárskeho spracovania sú základné predpoklady produkcie kvalitnej pšeničnej múky. Ak sme dosiahli konkurencieschopný trhový segment nadväzuje podpora produktu pri predaji.

Medzi základné faktory agrárneho marketingu podľa Šimu, D. (2) a Gozoru, V. (1) možno zaradiť isté aktivity, ktoré výrazne ovplyvňujú úspešnosť podnikania. Ide o nasledovné faktory :

- stav na trhu - dopyt a ponuka na agrárnom trhu,
- obchodná politika - cieľavedomé organizovanie výroby, ktorá sa odvíja od výskumu trhu, požiadaviek zákazníkov a iných podmienok,
- odbytové kanály všetkých segmentov trhu, významné sú úzke kontakty s odberateľmi,
- rozšírená ponuka výkonu - na trhu budú úspešné len kvalitné produkty v požadovanom sortimente (mlynárske výrobky),
- cenová politika, ak je výkon na trhu kvalitný, zákazník je ochotný zaplatiť aj priemerne vyššiu cenu za výkon trhu,
- prospech z predaja - aj konkurencia má snahu produkovať kvalitné výrobky, preto výrobca by mal prichádzať s novou ponukou,
- reklama - ako jedna z foriem podpory predaja, pôjde najmä o mlynárske výrobky (prospekty, ponukové listy, iné),
- práca pre verejnosť - úspešný podnikateľský subjekt má stálu klientelu zákazníkov, do povedomia okolia sa dostáva aj sponzorstvom, nadáciami, čím získava image.

Z veľmi stručnej charakteristiky predom uvedených aktivít možno konštatovať, že marketingové prestupy k vertikále výroby pšenice, jej mlynárskeho spracovania a odbytu - predaja výrobkov vyplýva, že ide o významný proces, ktorý ak podnikateľský subjekt uplatňuje, získava úspešné postavenie na trhu.

Cieľom príspevku je v nadväznosti na marketingové prístupy analyzovať vertikálu výroby, spracovania pšenice a predaja pšeničnej múky v podmienkach Slovenskej republiky.

#### Materiál a metóda:

Predmetom analýzy vo väzbe na cieľ príspevku je produkcia pšenice, jej mlynárske spracovanie a predaj mlynárskych výrobkov v podmienkach Slovenska. Podkladové údaje sa získali zo sekundárnych zdrojov a časť priamo z podnikateľských subjektov zaoberajúcich sa mlynárskou výrobou. Pri práci sa použila analýza a syntéza, komparácia a časové rady.

### Vlastná práca:

Komodita pšenica je základný trhový produkt pri výrobe chleba. Poľnohospodári pšenicu pokladajú za stabilnú trhovú plodinu u nás a vo svete. Svetová produkcia pšenice podľa FAO (3) v roku 1992 dosiahla 565 996 tis. ton. Z toho najväčší producenti sú v Ázii s produkciou 216 166 tis. ton, čo je 38,2 % podiel, ďalej je to Európa 116 264 tis. ton 20,5 %, Severná Amerika 96 794 tis. ton so 17,1 % podielom. Za roky 1993 a 1994 produkcia pšenice má stúpajúci trend v Európe a Afrike, zatiaľ čo v ostatných svetadieloch vyrovnaný alebo mierne klesajúci trend.

V podmienkach SR sme pšenicu pestovali na ploche 442 tis. ha v roku 1994 a v roku 1995. Zo štruktúry osevu pšenica zaberá 51,4% podiel. Najväčší podiel výroby pšenice je v Západoslovenskom regióne až 58%. Je to opodstatnené tým, že v tejto oblasti sú pre pšenicu najvhodnejšie pestovateľské podmienky. Úrody pšenice sú vyrovnané až na rok 1993, kedy sa dosiahla úroda 3,85 t po hektári, v ostatných rokoch sa dopestovalo 4,90-5,53t po hektári. Ročná produkcia za obdobie od 1989-1994 bola 1 977 tis. ton. Na jedného obyvateľa pripadá 0,371 tony. Domáca spotreba v roku 1989 bola 2 369 tis. ton a za ostatné roky až do 1994 sa zaznamenal vývozný pokles o 467 tis. ton. Spotreba potravinárskej pšenice sa pohybuje na úrovni 650-679 tis. ton. V roku 1994 podiel potravinárskej pšenice z celkovej produkcie činil 28,3%, na kámenne účely bolo použité 49,6 % a konečné zásoby tvorili 17,5%.

### Mlynárske spracovanie pšenice potravinárskej:

Výroba pšeničnej múky ale aj ďalších komodít mlynárskeho priemyslu je vo vertikále výroby pšenice až pečivárenských výrobkov významným prvkom. Podnikateľské subjekty spracovateľského priemyslu majú záujem nakúpiť kvalitnú potravinársku pšenicu, z ktorej možno vyrobiť múku s dobrými pekárskymi vlastnosťami. Mlynárske spracovanie možno charakterizovať ako zušľachtovací proces, pri ktorom sa oddeľuje endosperm od obalových vrstiev zrna. Na kvalitu múky má vplyv najmä veľkosť, dážka skladovania, teplota a prístup vzduchu. Z vyčisteného zrna sa získa podľa vymieľacieho kľúča istý podiel výrobkov. Pri spracovaní pšenice potravinárskej sa získa 66,3 % až 74,6 % jedlých druhov múk a zvyšok tvoria vedľajšie kámenne produkty (kámenná múka, otruby). Z jedlých pšeničných múk najvyšší podiel je hladkej múky T-650, ďalej nasleduje hladká

špeciál T-512, pšeničná chlebová tmavá T-1050, hrubá T-450, polohrubá výberová a graham T-1800.

#### Vlastné náklady a realizačné ceny pšenice a pšeničnej múky:

V marketingovej vertikále možno evidovať náklady a ceny výrobcov, spracovateľov a obchodníkov. Vlastné náklady výrobcov pšenice a realizačné ceny sú uvedené na grafe 1.

Ako sa dokazuje v grafe 1 index 1994/1989 vlastné náklady na 1t v Sk výrobcov pšenice dosiahli 146. V absolútnom vyjadrení je to o 737 Sk nárast nákladov. Priemerné realizačné ceny pšenice dosiahli úroveň vyjadrenú indexom za predom uvedené obdobie 163, čo v absolútnom vyjadrení činí 1 263 Sk za tonu. Ceny potravinárskej pšenice boli v roku 1991 2 317 Sk za tonu, v roku 1992 2 769 Sk, 1993 3 530 Sk a 1994 3 477 Sk za tonu. Rozdiel medzi pšenicou potravinárskou a priemyselnou (kâmnou) v roku 1994 bol 365 Sk za tonu v prospech potravinárskej pšenice. Nákladová rentabilita za roky 1989 - 1994 bola najnižšia v roku 1993 18,4 % a najvyššia v roku 1991 45,3 %. V roku 1994 sa dosiahla 40,4 %.

Náklady a realizačné ceny spracovateľov pšeničnej múky sú závislé od viacerých faktorov. Ide najmä o veľkosť, technicko - technologické vybavenie mlyna, ceny nákupu pšenice, úroveň manažmentu firmy a ďalšie. Vlastné náklady na 1 tonu zomelku v roku 1994 dosiahli úroveň 4 496 Sk. Z uvedenej čiastky najvyšší podiel pripadá na nákup obilia 83,5%, ďalej mzdové náklady 6,06 %.

Ceny mlynárskych výrobkov sú z pozície výrobcu diferencované z hľadiska kvality, druhov výrobkov a hmotnosti. Z hľadiska druhov najvyššia cena je pri polohrubej múke výberovej T-400 8,10 Sk za kilogram, ale v balení po 50 kg je cena 7,40 Sk. Najnižšie ceny sú pri nebalených dodávkach múky. Uvedené čiastky sú bez dane z pridanej hodnoty, ktorá pri jedlých druhoch je 6 % a pri kâmných výrobkoch 25 %.

Ceny spotrebiteľov sú diferencované a ich úroveň ovplyvňujú viaceré faktory, z ktorých uvádzame: kúpyschopnosť obyvateľstva, umiestnenie predajní - centrum miest, okrajové časti, mestá - vidiek, veľkosť predajní, balenie, podnikateľský subjekt a ďalšie. Ceny spotrebiteľov pšeničnej múky T-400 v regióne Nitra sa pohybujú od 8,40 - 10,80 Sk za kilogram, hladká špeciál T-512 8,10-9,80 Sk za kg.

#### Literatúra:

1. Gozora, V.: Strategické a inovačné prístup v podnikateľskej činnosti hospodárskych subjektov. Zborník ACTA operativo - oeconomica XLIX, Nitra, 1994, s. 3-8
2. Šimo, D. : Produkcija i sprzedaż pszenicy oraz jęczmienia w warunkach Słowacji. Medzinárodná vedecká konferencia WSR-P v Siedlcach, 1995, s.219-225
3. FAO Committee on commodity problems. CCP:GR 95/CRS 1