

Zahrádky:

Prostor mimo tržní ekonomiku

Všichni nějak rozumíme tomu, co znamená hospodařit ekonomicky. Ale jak se na zahrádkaření dívá moderní ekonomie? Přispěje nějak moje úroda k celkovému bohatství národa, které ekonomové označují hrubý národní produkt (HNP)? Hned zkraje můžeme říct, že nijak.

Pro standardní ekonomii je zahrádkaření neviditelné, dokud se výpěstky neobjeví na účetním dokladu. Přítom netržní aktivity tvoří podle odhadů 30 až 50 % všech ekonomických činností (jedná se o nejen zahrádkaření, ale také o práce v domácnosti, pomoc přátelům apod.).

KOLIK TOHO DOKÁŽEME VYPĚSTOVAT?

Je to zvláštní. Hrušky koupené v obchodě jsou součástí ekonomiky a jejich nákup zvětšuje HNP, zatímco ty z vlastní zahrádky ne. Nevím, jestli se mnou budete souhlasit, ale mně ty naše přijdou sladší, i když možná nejsou jedna jako druhá jako ty ze supermarketu. Přítom rozsah netržní produkce není vůbec zanedbatelný. Výsledky nedávného sociologického průzkumu, do kterého se zapojilo 2058 domácností, ukázaly, že v ČR něco pěstuje na zahrádce plných 38 % domácností. V těchto domácnostech zahrádkářů a chovatelů pokryjí vlastní výpěstky v úhrnu 35 % jejich roční spotřeby zeleniny, 33 % spotřeby ovoce, 28 % spotřeby brambor nebo 27 % spotřeby vajec. Pokud bychom to vztáhli na celou populaci ČR, tedy včetně domácností, které zahrádku nemají, zjistíme, že 14 % veškeré spotřeby zeleniny a 13 % ovoce v českých a moravských domácnostech pochází ze zahrádek. Tedy bylo vypěstováno mimo tržní ekonomiku. A to sem nepočítáme dary a sdílení pro-

dukce, které tvoří dalších 6 % spotřeby zeleniny a 8 % spotřeby ovoce. Zdá se vám to málo? Ano, je to celkově jen asi jedna pětina ovoce a zeleniny zkonsumované v ČR. Čtyři pětiny nakoupíme v obchodech, tedy z pohledu ekonomie „na trhu“. Jenže význam té naší, netržní, pětiny je hlubší, než ukazují čísla. Jde o to, že dokonalou tržní společnost tvoří lidé, kteří se musí se všemi svými potřebami obracet na trh. Sociolog Jan Keller označuje takovou společnost tržní pustinou, protože dokonalý trh znamená taky dokonalou závislost všech lidí na tomto trhu; je to závislost lidí, kteří jsou osamocení a svoje potřeby nemají kde jinde uspokojit, než na onom zdánlivě dokonalém trhu.

VÍC NEŽ TRH

Zahrádky představují zelené ostrůvky v tržní pustině. Zelené doslova i v přeneseném významu. Jsou místem, kde lze kultivovat nejen zeleninu, ale i mezilidské vztahy. Někdo se rád pochlubí svými výpěstky. Jindy se zadaří taková úroda, že jsme rádi, že máme kolem sebe dost známých, kterým ji můžeme rozdat. Obyčejná zelenina a ovoce tak může vytvářet vztahy, které by jinak třeba nevznikly. Zmíněný sociologický výzkum ukázal, že lidé, kteří zahrádkaří, mají víc sociálních kontaktů než ti ostatní. Mají ve svém okolí také víc známých, kteří by jim byli ochotni v případě potřeby půjčit peníze. Nevíme jistě, jestli obyčejná zelenina ze zahrádky

dokáže takto posilovat důvěru v mezilidských vztazích, ale naznačuje to, že svět zahrádek rozhodně není tržní pustinou. Zahrádky jsou zelené ostrůvky nejen ve smyslu sociálním, ale taky ekologickém. Celých 61 % zahrádkářů ze zmíněného průzkumu nepoužívá žádná umělá hnojiva. Další přínos spočívá v tom, že ve srovnání s tržním ovocem a zeleninou u té ze zahrádky prakticky odpadá znečištění způsobované dálkovou dopravou, balením a skladováním.

To, o čem píšu, není žádná „věda“. Každý zahrádkář to přece ví. Zmíněné průzkumy ale poskytují data za reprezentativní vzorek populace, se kterými můžeme srovnat vlastní zahrádkaření. Dokážou taky poskytnout argumenty na obranu zahrádek. Když se ve vašem zastupitelstvu bude jednat o změně územního plánu a nějaký developer přijde s návrhem, že na místě toho zaostale netržního ostrova zahrádkářské kolonie by bylo lepší vybudovat moderní zcela tržní kolonii rodinných domů, můžete oponovat, že nejde o ostrov zaostalosti, ale o progresivní ostrov, kde se pěstuje nejen zelenina, ale také sociální vztahy a udržitelný způsob produkce potravin. Tedy něco, co potřebujeme víc než trh.

Petr Daněk

Přírodovědecká fakulta Masarykovy univerzity v Brně

Foto B. Duží

