

Studia commercialia Bratislavensia

Vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave

Scientific Journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava

Číslo/No.: 30 (2/2015), Ročník/Volume: 8

Studia commercialia Bratislavensia

Vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave

Scientific Journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava

Vedecká rada (*Scientific board*)

Peter Baláž	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Slovak Republic
Ferdinand Daňo	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Slovak Republic
Soňa Ferenčíková	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Slovak Republic
Bohumil Fiala	Slezská univerzita v Opavě, Czech Republic
Jaroslav Kita	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Slovak Republic
Jan Koudelka	Vysoká škola ekonomická v Praze, Czech Republic
Claude Martin	Université Pierre Mendès France
Valéria Michalová	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Slovak Republic
Dagmar Lesáková	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Slovak Republic
Stanka Tonkova	University of National and World Economy in Sofia, Bulgaria
Elena Trenčianska	Treinco, s. r. o., Slovak Republic
Jan Wiktor	Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Poland
Adriana Zait	Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași, Romania
Štefan Žák	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Slovak Republic

Redakčná rada (*Editorial board*)

Viera Kubičková	šéfredaktorka (<i>editor in chief</i>) – Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave
Ladislav Bažó	zástupca šéfredaktorky (<i>deputy editor in chief</i>) – Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave
Alica Lacková	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave
Júlia Lipianska	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave
Attila Pólya	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave
Mikuláš Sabo	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave
Otília Zorkóciová	Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave

Redakčný pracovník (*Editor assistant*)

Beata Pellerová Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave

Adresa redakcie (*Editorial office*)

Obchodná fakulta
Dolnozemska cesta 1
852 35 Bratislava
Tel.: 00421 2 672 91 130
Fax: 00421 2 672 91 149
E-mail: redakcia.scb@euba.sk

Vydáva (*Published by*)

Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, IČO 00399957

Počet výtlačkov (*Impression*): 70 ks (*pcs.*)

Číslo 30 (2/2015) bolo vydané v mesiaci jún 2015.

No. 30 (2/2015) was edited and published in June 2015.

Registračné číslo (*Registration No.*): MK SR EV 2697/08

ISSN 1337-7493

ISSN (online) 1339-3081

Obsah**Contents**

Možnosti spolupráce 16 krajín strednej a východnej Európy s Čínou a pozícia Slovenskej republiky	165
<i>Possibilities of Cooperation between 16 Central and Eastern European Countries and China and position of the Slovak Republic</i>	
Peter Baláž – Lukáš Harvánek	
Systém podpory domácich potravinárskych a poľnohospodárskych produktov.....	180
<i>The Support of Local Food and Agricultural Products</i>	
Alena Dudeková	
Evidencia cenných papierov	190
<i>Registration of Bonds</i>	
Dušan Holub	
Prehĺbovanie vzájomnej zahraničnoobchodnej spolupráce Slovenska s Ukrajinou v období globálnych geopolitických zmien	199
<i>The Deepening of the Mutual Foreign Trade Cooperation between Slovakia and Ukraine in the Period of the Global Geopolitical Change</i>	
Elena Kašťáková - Dáša Bebiaková	
Demografické východiská rozvoja regiónov a politiky kvality v Slovenskej republike	210
<i>Demographic Assumptions of Regional Development and Quality Policy in the Slovak Republic</i>	
Tatiana Košútová	
Využitie sociálnych sietí v marketingu firiem	222
<i>Zuzana Lukačovičová – Diana Vargová</i>	
<i>Using the Social Networks for Marketing of the Companies</i>	
Sociálno-ekonomické determinanty vplyvu na zdravie v Slovenskej republike	237
<i>The Influence of Social and Economical Determinants on the Health in Slovak Republic</i>	
Róbert Rehák – Soňa Dragúňová	
Procesný a inovačný model internacionalizácie: Možnosti aplikácie pre malé a stredné firmy	252
<i>The Process and Inovation Model of Internacionalization: The Possibilities and Applications for Small and Medium-Sized Enterprises</i>	
Simona Škorvagová	
The Economics of Happiness: Future or Reality in Russia?	266
Marina Yashina	

Zahraničnoobchodné sankcie medzi EÚ a RF a ich vplyv na ekonomickú výkonnosť krajín EÚ11..... 275

Foreign Trade Sanctions between European Union and Russian Federation and their Influence on the Economic Performance of the EU11 Countries

Stanislav Zábojník – Andrej Hamara

Fenomén Corporate IQ – teoretické vymedzenie a možnosti hodnotenia jeho efektívnosti v praxi 292

Phenomenon Corporate IQ – Theoretical Framework and Possibility of Evaluating its Effectiveness in Practice

Otília Zorkóciiová – Lucia Vanková

Perspektívy a riziká rozvoja poľnohospodárstva v Afrike s akcentom na subsaharskú Afriku 308

Perspectives and Risks of Agricultural Development in Africa with Accent on Sub-Saharan Africa

Ľubica Zubaľová

RECENZIE/BOOK REVIEWS

KNOŠKOVÁ, Ľ. 2015. *Riadenie inovačných procesov*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. 124 s..... 317

Alica Lacková

RICHTEROVÁ, K. – KLEPOCHOVÁ, D. – KOPANIČOVÁ, J. – ŽÁK, Š. 2015. *Spotrebiteľské správanie*. Bratislava: SPRINT 2 s. r. o., 404 s..... 319

Andrej Miklošík

KNOŠKOVÁ, Ľ. 2014. *Manažment dizajnu*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 186 s..... 321

Jozef Mláky

Možnosti spolupráce 16 krajín strednej a východnej Európy s Čínou a pozícia Slovenskej republiky¹

Peter Baláž² – Lukáš Harvánek³

Possibilities of Cooperation between 16 Central and Eastern European Countries and China and position of the Slovak Republic

Abstract

Increasing integration of national economies into the global economy is essential for maintaining and increasing competitiveness. This is of utmost importance for small open economy, such as Slovak economy. Deepening trade partnership with the key players of the world economy is thus inevitable for economy development of all countries. Under the current situation in the global economy characterized by negative effects of the global financial and euro zone crisis emerged region of South and East Asia and specifically China as the most attractive partners. This region has already shown its interest to enter Central Europe countries. Definition of current situation and analysis of potential cooperation of the Slovak republic within the 16 CEE and China framework are thus the main topic of this paper.

Key words

Chinese Economy, European Union, Integration, Competitiveness, Foreign Trade, Slovak Republic, 16 CEE and China Framework

JEL Classification: F14, F15, N85

Úvod

Zložité obdobie, ktorým prechádza pod tlakom rastúcej globalizácie celé svetové hospodárstvo, núti jej jednotlivé teritoriálne súčasti k zmene doteraz uplatňovaných rozvojových stratégií. Súčasný svetový hegemon – čínska ekonomika – opieral hospodársky rast hlavne o expanziu vlastného vývozu a získavanie potrebných zdrojov surovín prostredníctvom dislokácie vlastných zahraničných investícií predovšetkým v Afrike a Latinskej Amerike. Akumulácia obrovských aktív nominovaných hlavne zo zahraničného obchodu s USA, ktoré sa stali najvýznamnejším prejavom prosperity Číny, sa po roku 2010 stali zároveň aj jej najväčším strategickým rizikom. Obrovská investičná výstavba vnútri krajiny priniesla prudký rast cien nehnuteľností a zvýšenie vnútornej zadĺženosti, čo malo aj nepriaznivé sociálne dôsledky. Zo značnej časti sa navyše ukázala ako neefektívne využitie naakumulovaných zdrojov a v konečnom dôsledku prispela

¹ Táto vedecká stať je súčasťou výskumného projektu MŠRaŠ SR VEGA na roky 2014 – 2016, č. 1/0550/14: *Nové výzvy v oblasti európskej energetickej bezpečnosti a ich vplyv na konkurencieschopnosť EÚ v horizonte do roku 2020*.

² prof. Ing. Peter Baláž, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: balaz@euba.sk

³ Ing. Lukáš Harvánek; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: l.harvaneck89@gmail.com

k spomaľovaniu celkového ekonomického rastu (Baláž et al., 2013). Po XVIII. zasadnutí UV KSČ bolo rozhodnuté prejsť k realizácii novej reformy v oblasti vonkajších ekonomických stykov krajiny a sústrediť sa na nové investície v zahraničí, hlavne také, ktoré budú dlhodobo zlepšovať konkurencieschopnosť čínskeho vývozu a stabilizovať jej bilaterálne obchodné vzťahy. Vývoj za obdobie finančnej krízy navyše potvrdil nevyhnutnosť ich diverzifikácie, a tak znížiť riziká súvisiace so značnou koncentráciou obchodu Číny na USA a najsilnejšie krajiny EÚ. Zároveň pochopila, že existuje značný odbytový potenciál v krajinách, ktoré sú kapitálovo „podvýživné“, ale majú určité systémove predpoklady pre intenzifikáciu bilaterálnych ekonomických vzťahov. Tie v konečnom dôsledku môžu pomôcť Číne získať nové odbytkiská a získať priamy prístup napr. k novým technológiám alebo vedeckovýskumnej základni v takýchto krajinách (Baláž et al. 2010).

Vytvorenie konceptu šestnástich krajín strednej a východnej Európy (SVE) zapojených do novokoncipovanej platformy spolupráce s Čínou tzv. 16+1 (Čína) má naplniť takéto strategické očakávania. Túto skupinu totiž tvorí, čo sa týka úrovne ekonomického rozvoja, veľkosti alebo historického vývoja, relatívne heterogénne zoskupenie európskych krajín, z ktorých väčšina patrí aj medzi nových členov európskej komunity. Ide o 11 členov EÚ (Bulharsko, Chorvátsko, Česko, Maďarsko, Lotyšsko, Litva, Poľsko, Slovensko a Slovinsko) a 5 kandidátov EÚ (Albánsko, Bosna a Hercegovina, Macedónsko, Čierna Hora a Srbsko). Hlavnou črtou spájajúcou tieto krajiny je snaha o zapojenie sa do integračných procesov na starom kontinente, s hlavným cieľom ekonomicky sa priblížiť vyspelejším krajinám západnej Európy.

Keďže na strategické zámery krajín SVE negatívne vplyvajú dlhodobé finančné problémy eurozóny, pre ktoré západné krajiny sťahujú kapitál a obmedzujú investície v tomto teritoriálnom priestore, je logické, že na podporu vlastných dlhodobých zámerov, ktoré majú urýchliť ich ekonomický rast, hľadajú nových partnerov. Preto aj rešpektujú rastúci záujem Číny disponujúcej množstvom potenciálnych investičných zdrojov a ponúkajúcej ďalšie odbytové príležitosti a na strane druhej ponúkajúcej tovary či služby uplatniteľné na trhoch krajín SVE. Čína svojím bezprecedentným rastom za posledné tri desaťročia (v priemere okolo 10 % ročne) a najväčšími devízovými rezervami na svete v sume vyše 4 miliardy \$ takýmto strategickým partnerom je. Realizácia konkrétnych projektov spolupráce so 16 krajinami SVE v podobe projektov spolupráce schválených v roku 2012 vo Varšave, založenie Sekretariátu so sídlom v Pekingu či každoročné samity lídrov s množstvom konkrétnych opatrení a s nasledujúcou kontrolou ich plnení predstavujú začiatok nových vzťahov týchto obchodných partnerov.

1 Metodika práce

Cieľom vedeckého článku je definovanie východiskovej pozície a skúmanie potenciálnych predpokladov spolupráce krajín SVE 16 (na príklade Slovenskej republiky) s Čínou. Naplnenie tohto cieľa podporí rozbor súčasného stavu vývoja formátu spolupráce týchto partnerov uskutočnený na báze analýzy vzájomnej obchodnej výmeny SR a Číny. Práca je rozdelená do dvoch kapitol, pričom druhá časť pozostáva zo siedmich podkapitol. Úvod druhej kapitoly opisuje vývoj a súčasné postavenie čínskej ekonomiky v medzinárodnom obchode. Ten nám dáva určitý obraz o obrovskom potenciáli, ale aj celkovom teritoriálnom a vecnom smerovaní v presadzovaní ekonomických záujmov

tejto krajiny. Nadväzuje naň analýza vzájomnej obchodnej spolupráce medzi 16 krajinami SVE a Čínou. Jadrom druhej kapitoly je definovanie vývoja formátu spolupráce a inštitucionálne zázemie spolupráce. Ďalej opisuje formálne zastrešenie spolupráce v rámci medzinárodných pravidiel, čo môže slúžiť ako východisko pre argumenty voči kritike Bruselu tejto spolupráce. Druhá časť druhej kapitoly opisuje konkrétne výstupy spolupráce a možnosti využitia pre Slovenskú republiku a EXIMBANKU SR, ktorá je neoddeliteľnou súčasťou v štátnej exportnej schéme SR.

K vecnému naplneniu cieľa tohto článku sa využijú najmä pokročilejšie metódy vedeckej práce založenej na vyhodnocovaní primárnych a sekundárnych údajov, cez kvalitatívne metódy vedeckej práce, ako sú: analýza, syntéza, indukcia, dedukcia a takisto štatistické metódy a metódy komparácie. Vzhľadom na aktuálnosť témy boli použité najmä knižné a elektronické informačné zdroje. Na získanie údajov sme využili databázy renomovaných medzinárodných inštitúcií ako MMF, Svetová banka, UNCTAD a OECD, čínskych a slovenských ministerstiev a vládnych špecializovaných agentúr. Na detailnejšie informácie týkajúce sa formátu spolupráce 16 krajín SVE a Číny sme využili internetový portál tohto formátu spolupráce, výsledky rokovaní vlády SR, údaje EEAS a iné. Pri práci sme tiež využili konzultácie s príslušnou sekciou Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky a v EXIMBANKE SR.

2 Výsledky a diskusia

Nasledujúca časť state sa venuje postaveniu čínskej ekonomiky v medzinárodnom obchode ako kľúčovému účastníkovi formátu spolupráce 16 krajín SVE a Číny. Ďalej analyzuje jej najdôležitejšie východiská a možné oblasti ich využitia pre podporu ekonomických záujmov Slovenskej republiky.

2.1 Postavenie Číny v medzinárodnom obchode

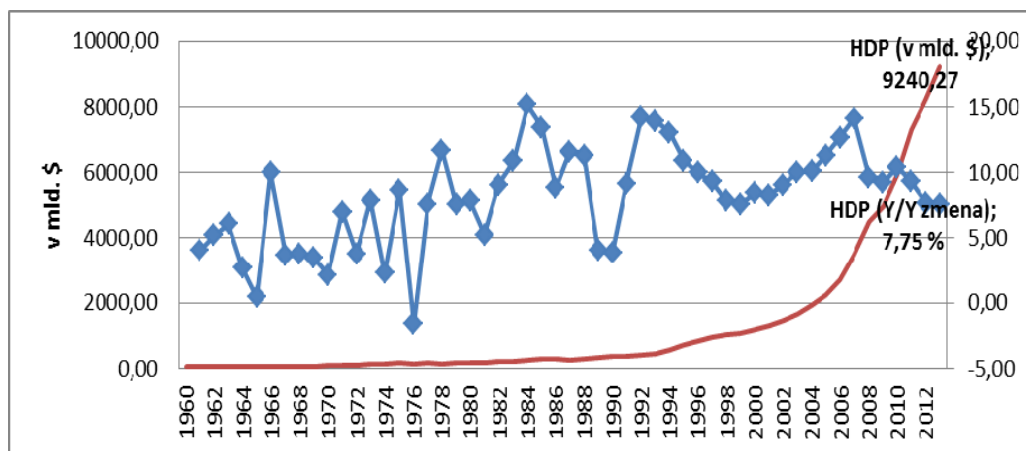
Výrazný ekonomický rast ČĽR počas posledných dvadsiatich rokov generuje stále viac empirických štúdií, ktoré sa snažia vysvetliť nástup čínskej ekonomiky na medzinárodnú scénu. V porovnaní s inými rozvíjajúcimi sa krajinami alebo transformujúcimi sa ekonomikami východnej Európy, Čína predstavuje výčnievajúci príklad úspechu. Takmer všetci odborníci a štúdie týkajúce sa úspechu čínskej ekonomiky sa zhodnú na dvoch základných faktoroch, a to politike otvárania sa zahraničiu a množstve domácich reforiem na podporu ekonomického rastu. Medzi ďalšie aspekty sa zaraďujú schopnosť prilákať zahraničné technológie a kapitál, obrovské množstvo lacnej pracovnej sily a lacné energetické vstupy, ktoré sú dostupné v krajine vďaka 70-percentnému podielu uhlia v jej energetickom mixe, ktorý z 90 % tvoria fosílné palivá. (IEA, 2015).

Všetky uvedené faktory sa podpísali pod fakt, že Čína sa zo zanedbateľnej medzinárodnej pozície (do roku 1994) stala v roku 2010 druhou najväčšou ekonomikou na svete po USA, s prihliadnutím na hrubý domáci produkt v stálych cenách (rok 2014: Čína: 10,3 bil. \$; USA: 17 bil. \$) a pri meraní v parite kúpnej sily (PPP) dokonca v roku 2014 predbehla USA a stala sa najväčšou ekonomikou na svete (MMF, 2015). V roku 2012 bola po USA druhým najväčším prijímateľom priamych zahraničných investícií (PZI) na svete. V roku 2013 prilákala PZI v sume 123 mld. \$. Odchádzajúce investície

z Číny takisto za posledných desať rokov dramaticky vzrástli zo sumy 12 mld. \$ v roku 2005 na 101 mld. \$ v roku 2013, čím sa dostala na tretie miesto po USA a Japonsku. (Stuchlíková, 2014 a UNCTAD, 2015).

Hoci tempo ekonomického rastu v Číne dlhodobo dosahuje úroveň nad 7 %, ide o spomalenie v porovnaní s obdobiami medzi rokmi 2000 až 2007, keď presahovalo 10 % a blížilo sa až k rekordným 14 %. Z pohľadu RTE ide síce o obdivuhodné tempá, keďže ich hospodárstva zaznamenávajú medziročný rast za rok 2014 na úrovni 2,4 % v USA a -0,4 % v EÚ (Eurostat, 2015), z makroekonomického uhla pohľadu sa tempo čínskeho ekonomického rastu od roku 2007 nachádza v klesajúcom trende. Na druhej strane boli vysoké tempá odprevádzané aj značnou úrovňou inflácie. Tá však po roku 2013 osciluje pod 1 % a viaceré štúdie potvrdzujú riziko deflácie (College of Europe, 2013).

Graf 1 Vývoj HDP Číny (1960 – 2013, medziročná zmena, v mld. \$)



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov WB 2015

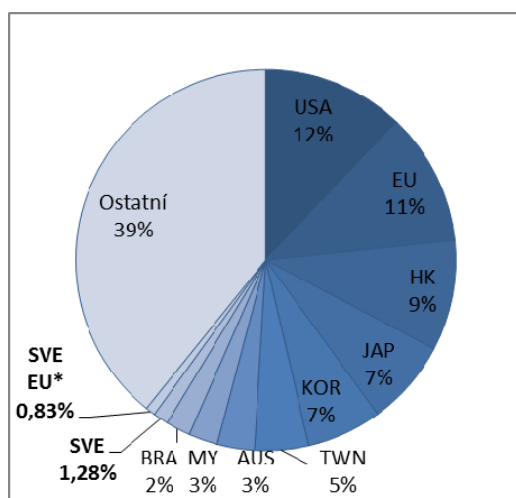
2.2 Vývoj zahraničnoobchodnej spolupráce 16 krajín SVE a EÚ vo vzťahu k ČĽR

Spoločnou črtou 16 krajín SVE je ich komunistické obdobie vývoja. Bez ohľadu na historické vzťahy, výrazný impulz k rozvoju spolupráce medzi týmito krajinami nastal na prelome rokov 2008/2009 po vypuknutí globálnej finančnej krízy a potom dlhovej krízy v eurozóne, ktoré výrazne oslabili ekonomickú situáciu na starom kontinente. Hoci sa Čína ponúka ako komplementárny partner ekonomickej spolupráce, podiel krajín SVE na jej zahraničnom obchode predstavoval v roku 2013 iba 1,28 %. V hodnotovom vyjadrení táto suma predstavuje 55 mld. \$. V porovnaní s rokom 2003 však išlo o 6,3-násobný nárast. Pri pohľade na vzájomnú výmenu krajín SVE, ktoré sú členmi EÚ, táto suma dosahovala 35,6 mld. \$. Za sedem mesiacov minulého roka sa zvýšil celkový obchod medzi zúčastnenými krajinami v porovnaní s rovnakým obdobím predchádzajúceho roka o 10,6 %. Import do Číny zo 16 krajín SVE vzrástol v sledovanom období o 19 %. Bilaterálne investície medzi Čínou a 16 krajinami SVE dosiahli v roku 2013 su-

mu 3 mld. \$ v oblastiach ako financie, právne poradenstvo, nehnuteľnosti, priemysel, poľnohospodárstvo a infraštruktúra (Eurostat, 2014).

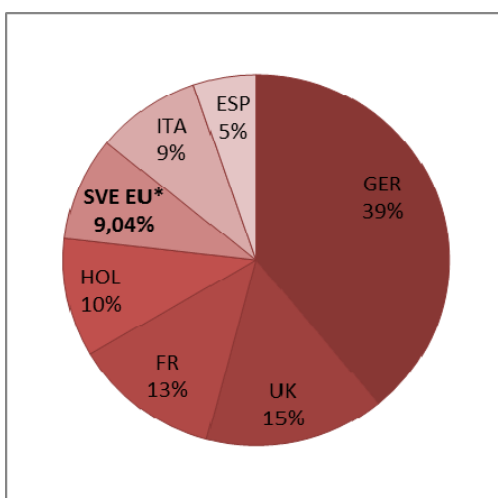
SVE sú väčšinou malé ekonomiky, ich zahraničný obchod s Čínou tvorí v porovnaní so západnými partnermi z EÚ veľmi malú časť ich celkového zahraničného obchodu (napr. PL – 1 %, ČR – 1,1 %, SR – 2,5 %) a ich podiel na celkovej zahraničnoobchodnej výmene EÚ – Číny dosahuje PL – 2 %, ČR – 2,2 %, SR – 0,7 %). Ako môžeme vidieť v grafe 1, západné krajiny EÚ sa spolu podieľajú na zahraničnom obchode Číny takmer 10 %, kým EÚ krajiny SVE necelým percentom. Po zahrnutí aj nečlenských krajín EÚ podiel 16 krajín SVE na celkovom zahraničnom obchode Číny dosahuje 1,28 %. Najväčším obchodným partnerom Číny v rámci EÚ je Nemecko (39 %), UK (15 %), FR (13 %), HOL (10) a prvú päťku uzatvára zoskupenie krajín strednej a východnej Európy patriace do EÚ – SVE EÚ (9,4 %). (Eurostat, 2014).

Graf 2 Podiel vybraných krajín/zoskupení na ZO Číny (2013)



Zdroj: Eurostat, Deutsche Bank Research. 2015

Graf 3 Podiel vybraných krajín EÚ na ZO EÚ s Čínou (2013)



Zdroj: Eurostat, Deutsche Bank Research. 2015

*SVE EÚ – krajiny SVE, ktoré sú členmi Európskej únie, TWN – Taiwan, MY – Malajzia, BRA – Brazília

2.3 Vývoj formátu spolupráce 16 krajín SVE a Číny

Myšlienka výrazne posilniť spoluprácu medzi 16 krajinami SVE a Čínou vzišla prvýkrát v júni 2011 počas ekonomického a obchodného fóra v Budapešti. V apríli 2012 bývalý čínsky premiér Wen Ťia-pao počas samitu lídrov 16 krajín SVE a Číny usporiadaného ako pokračovanie ekonomického a obchodného fóra predstavil v rámci prehliadania hospodárskych, obchodných, investičných, kultúrnych väzieb a v rámci spolupráce v oblasti turizmu a vzdelania 12 konkrétnych krokov vzájomnej spolupráce. Tieto opatrenia zahŕňajú vytvorenie špeciálnej úverovej linky v sume 10 mld. \$ (zostatok ku koncu roku 2014 1,7 mld. \$), založenie fondu na spoluprácu v oblasti investícií v sume 500 mil. \$, vysielanie delegácií na podporu obchodu a investícií do krajín SVE, vytvorenie expertného poradenského výboru, ktorý bude zastrešovať výstavbu dopravných

sietí, rozvoj ekonomických a technologických parkov v rámci spolupráce čínskych podnikov a krajín SVE a i.

Na druhom samite lídrov v Bukurešti sa zúčastnené strany dohodli na ďalšom prehľbovaní spolupráce, keď odobrili Bukurešťské usmernenie pre spoluprácu Číny a 16 krajín SVE (*Bucharest Guidelines for Cooperation between China and CEE*), ktoré už obsahovalo 50 kooperačných iniciatív v oblasti finančných mechanizmov, obchodu, prepojitelnosti, zelenej energetiky, občianskych výmen a výmen na úrovni miestnych samospráv. Najdôležitejším bolo odštartovanie Investičného kooperačného fondu Číny – krajín SVE (fáza jedna), ktorý alokoval investície do projektov v Bosne a Hercegovine, Čiernej Hore, Srbsku a Maďarsku.

Na treťom samite lídrov, ktorý sa konal 16. decembra v Belehrade, sa krajiny dohodli na ďalších konkrétnych opatreniach prehľbovania spolupráce, ako je napríklad vytvorenie investičného fondu na PPP v sume 3 mld. \$, z ktorého zdroje môže čerpať 16 krajín SVE. Na záver stretnutia bol prijatý otvorený a právne nezáväzný dokument „Belehradské usmernenie („*The Belgrade Guidelines for Cooperation between China and Central and Eastern European Countries*“). Dohodlo sa, že ďalšie stretnutie vo formáte Čína a SVE16 na úrovni predsedov vlád bude v roku 2015 v Číne a v roku 2016 v Českej republike.

Stretnutím na najvyššej úrovni je *samit lídrov/predsedov vlád*. Doposiaľ sa konali tri samity (Varšava, Bukurešť, Belehrad) a v pláne je štvrtý v Pekingu (2015) a piaty v Prahe (2016). Periodicita – ročná. Plánované sú aj stretnutia na ministerskej úrovni (zasadnutie ministrov zdravotníctva v Prahe, 2015). Popri samite lídrov sa koná *stretnutie národných koordinátorov* (Peking – 2012, Bukurešť – 2013). Ambíciou je takisto každoročne organizovať *výročné zasadnutie Sekretariátu*, kde by sa zhodnotila spolupráca za daný rok a predstavili ciele a opatrenia na ich dosiahnutie a spolupráca na ďalší rok. V rámci prehľbovania spolupráce sa tiež uskutočňujú *sympóziá* či *sektorové ad-hoc podujatia*, ako napríklad ekonomické a obchodné fórum (Budapešť – 2011, Varšava – 2012), fórum pre spoluprácu v oblasti obchodu a poľnohospodárstva (Hefei, 2013), kultúrne fórum (Peking – 2013) a *semináre a konferencie*. Prehľad zrealizovaných a plánovaných podujatí detailne opisuje príloha 2.

Inštitucionálne zázemie spolupráce

V rámci rozširovania spolupráce, ktoré predstavil čínsky premiér počas samitu vo Varšave, vznikol *Sekretariát pre spoluprácu* medzi krajinami SVE a Čínou. Sekretariát je čínskou inštitúciou, ktorá patrí pod čínske ministerstvo zahraničných vecí. Táto inštitúcia má na starosti stanovenie cieľov, komunikáciu a koordináciu spolupráce medzi zúčastnenými stranami, koordináciu medzi čínskymi inštitúciami, prípravu stretnutí lídrov, prípravu ekonomických a obchodných fór a implementáciu výsledkov týchto stretnutí. Sekretariát takisto zastrešuje národných koordinátorov a koordináciu príslušných ministerstiev, sekcií, agentúr a pracovných skupín medzi Čínou a SVE 16.

Generálnym tajomníkom tohto sekretariátu je čínsky zástupca ministra zahraničných vecí Wang Chao, výkonným sekretárom je generálny riaditeľ sekcie európskych

záležitostí Liu Haixing a námestník sekretára je námestník GR sekcie európskych záležitostí Chen Bo.⁴

2.4 Formálne zastrešenie spolupráce v rámci medzinárodných pravidiel

Súlady s pravidlami WTO

Hoci formovanie regionálnych zoskupení svojich členov sa snaží Svetová obchodná organizácia (WTO) pre svojich členov obmedziť, pri súčasných zdĺhavých a neúčinných multilaterálnych rokovaníach v rámci WTO regionalizmus vo svete nabera na význame. Keďže všetci členovia formátu spolupráce 16 krajín SVE a Číny sú riadnymi členmi alebo pozorovateľmi (Srbsko a Bosna a Hercegovina) WTO, pre všetkých platí princíp nediskriminácie ostatných členov. Porušiť ho môžu iba na základe určitých výnimiek (čl. XXIV GATT a čl. V GATS), pokiaľ regionálna dohoda nezvyšuje ochranu proti nečlenským štátom nad úroveň, ktorá existovala pred vytvorením regionálneho zoskupenia a i.

Súlada so Strategickým programom spolupráce EÚ – Čína 2020

Zúčastnené strany v reakcii na kritiku tejto spolupráce zo strany Bruselu viackrát zopakovali, že táto spolupráca je v súlade so vzťahmi medzi Čínou a EÚ a je to nástroj na naplnenie strategického programu spolupráce EÚ – Čína 2020 (Belehradské usmerenie. 2014). Šestnásť krajín SVE uznáva hlavný dokument spolupráce partnerstvo EÚ – Čína 2020, ktorý je výsledkom samitu EÚ – Čína v roku 2013. V časti I Obchod a investície kapitoly II bod 7 hovorí o nástrojoch na zlepšenie spolupráce medzi EÚ a Čínou: „*Využitie existujúcich bilaterálnych mechanizmov na zlepšenie spolupráce*“. Výraznejšie prehĺbenie spolupráce medzi 16 krajinami SVE a Čínou môže slúžiť ako naštartovanie spolupráce medzi EÚ a Čínou, ktorá v súčasnosti skôr stagnuje, ako by sa hýbala výraznejšie smerom vpred. Spolupráca EÚ – Čína by takisto mohla profitovať z historických diplomatických väzieb krajín SVE na Čínu. Rizikom vyplývajúcim z tohto strategického dokumentu EÚ – Čína 2020 je časť I Obchod a investície kapitola II bod 2 pri ambíciách dosiahnuť EU-China Investment Agreement, ktorá by v prípade vstupu do platnosti mala nahradiť všetky existujúce bilaterálne investičné zmluvy medzi Čínou a členskými štátmi EÚ.

Dobrovoľná účasť na formáte spolupráce

Účasť na aktivitách jednotlivých krajín a ich vecne príslušných subjektov na jednotlivých druhoch spolupráce v rámci formátu 16+1 je na báze individuálnych rozhodnutí, čím sa rešpektuje najmä záväzkov členských krajín EÚ v oblasti spoločných politík.

⁴ Sekretariát pozostáva z čínskej strany z 18 členských inštitucionálnych jednotiek, hlavne verejnej správy, a to: medzinárodného oddelenia Ústredného výboru KSČ, Národnej rozvojovej a reformnej komisie, ministerstiev zahraničných vecí, vzdelávania, vedy a techniky, financií, dopravy, poľnohospodárstva, obchodu, kultúry, Emisnej banky, Združenia tlače, rádií, filmového a televízneho priemyslu, vládnej Správy cestovného ruchu, civilného letectva, Ústredného výboru mládeže KSČ, Rady vlády pre podporu exportu, Rozvojovej banky a Exportno-importnej banky. Sídlo sekretariátu tejto organizácie je zvyčajne v budove príslušného MZV 16 krajín SVE. Má určených národných koordinátorov (v prípade SR – MZVaEZ SR), ktorí majú na starosti komunikáciu s týmto sekretariátom (poznámka autorov).

Ekonomická spolupráca

Jedným z argumentov za spoluprácu 16 krajín SVE s východným partnerom je nižšia ekonomická úroveň v porovnaní so západnými krajinami EÚ a ich snaha o prilákatie prostriedkov na rozvoj v oblastiach ako infraštruktúra, priemysel, high-tech, a i. Tento argument platí obzvlášť v období po globálnej finančnej kríze a dlhovej kríze v eurozóne, keď mnoho západných spoločností sťahovalo svoj kapitál z regiónu SVE (pre neistotu a prísnejšie kapitálové požiadavky v rámci Bazileja III).

2.5 Konkrétne výstupy spolupráce 16 krajín SVE a Číny

Od zavedenia 12 krokov vzájomnej spolupráce vo Varšave v roku 2012 bol predstavený celý rad cieľov a na nich nadväzujúcich konkrétnych opatrení. Jednostranné opatrenia Číny boli doplnené o dvoj- a viacstranné „usmernenia“ (Bukureštské a Belehradské), ktoré definujú presné kroky prehlbovania spolupráce. Jedným zo základných cieľov spolupráce je zvýšenie vzájomnej výmeny tovarov a služieb, a to z na 100 mld. \$ do roku 2015 (plán v roku 2012). Je zrejmé, že tento cieľ sa v plnej miere nepodarí naplniť, ale vzájomná obchodná výmena týchto partnerov výrazne rastie. V roku 2013 predstavovala 50 mld. \$ a v roku 2014 sa zvýšila na 60 mld. \$. (Rokovania Vlády SR, 2015). Na naplnenie toho cieľa sa zúčastnené strany dohodli na konkrétnych opatreniach, ktorých plnenie na pravidelnej báze vyhodnocujú.

Detailný rozpis realizácie záväzkov vyplývajúcich zo vzájomnej spolupráce opisuje Príloha č. 1. Medzi najdôležitejšie opatrenia patrí inštitucionalizovanie spolupráce vznikom Sekretariátu so sídlom v Pekingu, čerpanie zdrojov zo špeciálnej úverovej linky v sume 10 mld. \$ na konkrétne projekty.⁵ Ďalšími opatreniami je založenie fondu pre spoluprácu v oblasti investícií v prvej fáze v sume 500 mil. \$. Medzi ďalšie výstupy patrí organizácia fór, seminárov a prezentácií produktov a služieb krajín SVE na čínskych veľtrhoch a výstavách.⁶

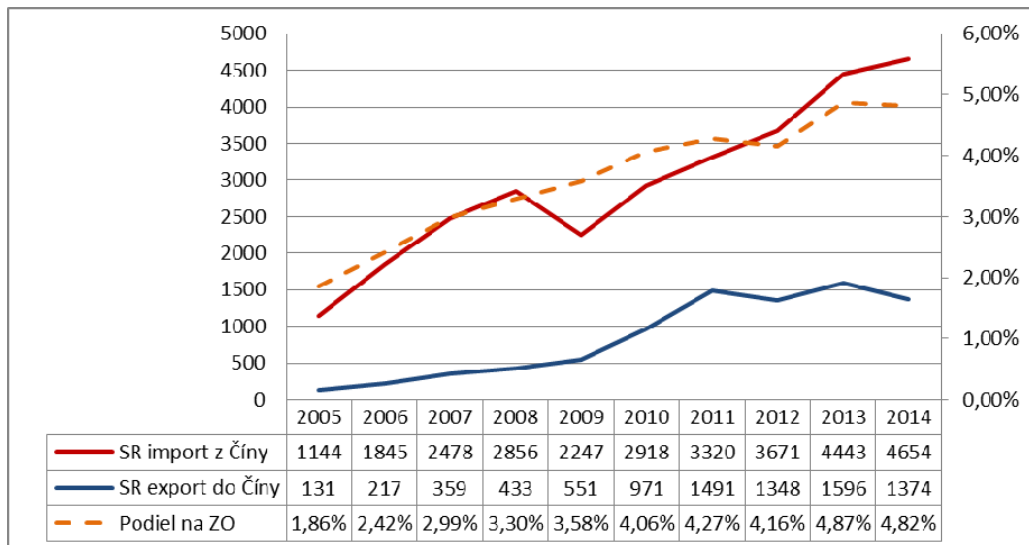
2.6 Možnosti využitia formátu spolupráce pre Slovenskú republiku

Hoci najväčšími obchodnými partnermi SR sú krajiny EÚ (dovoz – 63,7 %, vývoz 84,1 %), Čína je po Rusku druhým najväčším mimo európskym partnerom SR. V hodnotovom vyjadrení SR z Číny dovezla v roku 2014 tovary a služby v sume 4,56 mld. € a vyviezla za 1,37 mld. €. Podiel vzájomnej výmeny tovarov a služieb s Čínou tak na celkovom zahraničnom obchode SR dosahoval 4,82 %. Ide tak o výrazný nárast v porovnaní s rokom 2005, keď bola na úrovni 1,86 %. (MH SR, 2015).

⁵ Ide zatiaľ o tepelnú elektrárňu v Stanari v Bosne a Hercegovine, most Mihailo Pupina v Belehrade, diaľnicu Bar-Boljare v Čiernej Hore, plánovanú modernizáciu rýchlostnej železnice Budapešť-Belehrad, ktorá by mala byť dokončená do dvoch rokov a má pokračovať ďalej do Skopje (Macedónsko) a potom do Atén a do prístavu Pireus (Grécko).

⁶ Ďalším záujmom o zdroje z tohto fondu je napríklad Chorvátsko, ktoré ich chce využiť na modernizáciu letiska na ostrove Krk v Chorvátsku či zvýšenie kapacity tepelnej elektrárne v meste Osijek.

Graf 4 Vývoj importu, exportu SR a podielu ZO s Čínou na celkovom ZO SR (2005-2014, v mil. €, v %)



Zdroj: MH SR. 2015.

Pre Slovenskú republiku má obchod s Čínou vo formáte spolupráce SVE 16 a Číny výrazný rastový potenciál. Hoci fond v objeme 10 mld. \$, ktorý bol vytvorený v rámci 12 krokov prehlbovania vzájomnej spolupráce v roku 2012, bol ku koncu roku 2014 takmer vyčerpaný (zostatok 1,7 mld. \$), SR z neho zatiaľ prostriedky nečerpala. Pre veľký záujem zúčastnených strán Čína ponúkla investičný fond na PPP, a to v objeme 3 mld. \$ (3. samit lídrov, 16. decembra 2014, Belehrad, Srbsko). Práve tu možno vidieť potenciálny priestor pre SR.

Ďalšou z možností využitia zdrojov plynúcich zo spolupráce je investičný fond (China-CEE Investment Cooperation Fund), ktorý má v prvej fáze disponovať 500 mil. \$. Ako už avizoval premiér SR R. Fico počas samitu lídrov v Bukurešti v roku 2013, využitie týchto zdrojov má v rámci SR zabezpečiť Slovenský investičný holding. Investície by smerovali do oblasti dopravnej infraštruktúry, energetiky, odpadového hospodárstva a podpore MSP. Konkrétnou indikovanou investíciou z čínskych zdrojov môže byť prečerpávacía hydroelektrárň na rieke Ipeľ. Jedným z ďalších návrhov je umiestnenie kancelárie Čínskej rady na podporu medzinárodného obchodu (China Council For Promotion of International Trade – CCPIT) v Slovenskej republike.

Ďalšími možnosťami prehlbovania spolupráce je organizácia konferencií, fór, diálov a sympózií na témy, ktoré sú prioritné pre danú krajinu. SR sa ponúkla v roku 2015 zorganizovať sympóziu na tému inovácií, technologickej spolupráce a medzinárodného transferu technológií.

2.7 Možnosti rozšírenia spolupráce EXIMBANKY SR s čínskymi exportno-úverovými agentúrami

Čína má dve exportno-úverové agentúry (Sinosure, China Eximbank) a štátnu China Development Bank, ktoré pôsobia v exportnom financovaní. Sinosure svojimi poistnými produktmi podporila v roku 2013 export čínskych spoločností v sume 327 mld. \$, čo predstavuje 15 % celkového exportu Číny. China Eximbanka priamym financovaním podporila čínske exporty v sume 40 mld. \$, čiže približne 2 % celkového exportu, a zahraničné úvery China Development Bank tvorili asi 3 – 5 % celkového exportu krajiny. Prevažná časť financovania exportu pripadá na tzv. veľkú štvorku, čiže štvoricu komerčných bánk (Agricultural Bank of China, Bank of China, China Construction Bank a Industrial and Commercial Bank of China) (OECD, 2015).

Pokiaľ ide o EXIMBANKU SR tá má podpísanú Rámcovú dohodu o spolupráci s čínskou exportno-úverovou agentúrou Sinosure od roku 2004 a Dohodu o spolupráci s inštitúciou China Eximbank, ktorú obe strany podpísali v júni 2010. V rámci špeciálnej úverovej linky v sume 10 mld. \$, z ktorej môže čerpať 16 krajín SVE, a ku koncu roku 2014 bol jej zostatok 1,7 mld. \$, možno požiadať o čerpanie týchto zdrojov okrem iných aj prostredníctvom China Eximbank. Na základe dostupných informácií však nebolo jasné, či protistrana môže byť EXIMBANKA SR.

Sinosure

Produktovému portfóliu Sinosure dominuje poistenie krátkodobých exportných úverov – ST (77 – 80 %), poistenie úverov súvisiacich s domácim obchodom (8 – 11 %), poistenie investícií v zahraničí (5 – 8 %) a poistenie strednodobých a dlhodobých exportných úverov (4 – 7%). Segmentu MLT dominujú odberateľské úvery. MLT a poistenie investícií realizuje v mene čínskeho ministerstva financií. V porovnaní s EXIMBANKOU SR poskytuje identické produkty, rozdielne je napríklad poistenie refinančných úverov alebo poistenie voči porušeniu kontraktu.⁷

China Eximbank

Poskytuje najmä dodávateľské úvery, kde priemerná lehota splatnosti je zrejme kratšia ako 5 rokov. Pri odberateľských úveroch lehota splatnosti prekračuje 10 rokov. China Eximbank poskytla v roku 2013 financovanie exportu v sume 40 mld. \$, pričom spolu s dovoznými úvermi a ostatnými úvermi poskytla spolu 130 mld. \$. Z exportného financovania objem dodávateľských úverov v roku 2013 predstavoval 31 mld. \$ a dodávateľských 9 mld. \$. Poskytuje takisto oficiálnu rozvojovú pomoc vo forme zvýhodnených úverov.⁸

China Development Bank

Čínska rozvojová banka (China Development Bank – CDB) sa stala v posledných rokoch veľmi aktívnou v exportnom financovaní. Neexistuje však žiadny jasný dôkaz o

⁷ Sinosure má 18 pobočiek, 6 kancelárií a 2 špeciálne poradenské pobočky v Číne, v Londýne eviduje jednu reprezentatívnu kanceláriu. Ku koncu roku 2013 mala 2 509 zamestnancov.

⁸ Eximbanka má 22 pobočiek v Číne a 3 kancelárie v zahraničí (Paríž, Petrohrad, Johannesburg). Ku koncu roku 2013 evidovala 2 336 zamestnancov (OECD, 2014).

tom, či tieto činnosti by mali byť klasifikované ako štátom podporované exportné úvery. Celková naakumulovaná dlžná suma CDB vo forme zahraničných úverov predstavovala ku koncu roku 2013 sumu 261 mld. \$, čiže trojnásobok sumy China Eximbank. Priemerné ročné tempo rastu týchto úverov CDB predstavovalo 32 % medzi rokmi 2009 – 2013. Zahraničné úvery tak predstavovali takmer štvrtinu celkového úverového portfólia CDB. CDB mala ku koncu roku 2013 8 468 zamestnancov (OECD, 2014).

Záver

Dynamika rastového rozmeru čínskej ekonomiky naberá vo svetovom hospodárstve stále na význame. EÚ je pre Čínu najväčším obchodným partnerom a participácia tejto krajiny sa rýchlo zvyšuje. To sa týka aj prieniku PZI, čo v konečnom dôsledku spolurozhoduje o raste vzájomnej obchodnej výmeny v budúcnosti. Rastúcu úlohu v tomto procese hrajú aj krajiny 16 SVE a týka sa to takisto SR (výmena vzrástla z 2 % v roku 2005 na 5 % v roku 2014). Pre našu vysoko exportne vysoko orientovanú ekonomiku je preto nevyhnutné, aby priebežne rekognoskovala všetky možnosti rozvoja spolupráce s týmto obchodným partnerom.

Bez ohľadu na existujúce diplomatické a politické väzby, ktoré siahajú do sedemdesiatych rokov minulého storočia, významný potenciál spolupráce ponúka práve analyzovaný formát spolupráce 16 krajín SVE, ktoré majú medzi sebou aj dlhodobé ekonomické väzby práve s Čínou. Ten za posledné tri roky stále viac napreduje a rozširuje formy vzájomnej kooperácie. Nejde len o politické proklamácie, ale o konkrétne kroky spolupráce a schvaľovanie aj realizáciu nových projektov. Hoci zo strany orgánov EÚ nie sú tieto nové iniciatívy oficiálne podporované, sú v súlade s platnými pravidlami WTO a podporujú strategické rozvojové zámery 16 SVE. Napokon urýchlenie ich ekonomického rastu je aj globálnym cieľom celej európskej komunity, aj keď odteraz nie sú z jej strany z rôznych dôvodov výrazne investične podporované. Ukazuje sa, že rastúci súlad v strategickom partnerstve EÚ – ČĽR či potreba nahradiť chýbajúci rozvojový kapitál ako dôsledok globálnej finančnej a dlhovej krízy v eurozóne v konečnom dôsledku nie sú v žiadnom vnútornom systémovom rozpore (Baláž et al., 2010).

Slovenská republika doteraz v konkrétnych výstupoch spolupráce výrazne nefigurovala. Najnovšie však prejavila záujem o využitie investičného fondu v sume 500 mil. \$ cez Slovenský investičný holding či zorganizovanie rôznych sympózií venujúcich sa inováciám, technologickej spolupráci a medzinárodnému transferu technológií. Potenciál v rámci prehlbovania spolupráce predstavuje aj aktívna účasť či organizovanie konferencií, fór a dialógov na témy, ktoré sú prioritné pre ekonomické záujmy SR. S rozvojom spolupráce so zahraničnými partnermi neoddeliteľne súvisí činnosť celého podporného inštrumentária slovenského exportu, najmä pokiaľ ide o EXIMBANKU SR.

Značný potenciál možno vidieť v prehlbovaní spolupráce s čínskymi partnermi v tejto oblasti, ako sú: Sinosure, China Eximbank alebo China Development Bank, hlavne pri podpore obchodnej výmeny tovarov a služieb obchod krajín alebo podpore projektov v tretích krajinách. Rastúci záujem o čínske investície v 16 SVE by mohol pomôcť aktivizovať aj viaceré slovenské firmy v oblasti energetiky, dopravy alebo priamej realizácie vývozu rôznych ďalších investičných celkov.

Zoznam bibliografických odkazov

- Baláž, P. et al. (2010). *Medzinárodné podnikanie V*. Bratislava: Sprint dva.
- Baláž, P., Szökeová, S., & Zábajník, S. (2013). *Čínska ekonomika: Nová dimenzia globalizácie svetového hospodárstva*. Bratislava: Sprint dva.
- China-CEE. (2015). *Cooperation between China and Central and Eastern European Countries*. Dostupné 24. marca 2015 na <http://www.china-ceec.org/eng/index.htm>
- China.CN. (2014). *Forum on China-CEE relations opens in Beijing*. Dostupné 25. marca 2015, na http://www.china.org.cn/china/2014-09/12/content_33495480.htm
- China Embassy in CZ. (2012). *The Minute of the Inaugural Conference of China-CEE Cooperation Secretariat and the First National Coordinators Meeting*. Dostupné 24. marca 2015 na <http://www.chinaembassy.cz/cze/zgwx/t969491.htm>
- College of Europe. (2013). *EU-China Observer*. Dostupné 27. marca 2015, na <https://www.coleurope.eu/website/study/eu-international-relations-and-diplomacy-studies/research-activities/eu-china-observer>
- Deutsche Bank Research. (2014). *China-EU Relations: Gearing up for growth*. Dostupné 18. marca 2015, na https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET.pdf
- EEAS. (2015). *EU-China Strategic Agenda for Cooperation*. Dostupné 20. marca 2015, na http://eeas.europa.eu/china/docs/20131123_agenda_2020_en.pdf
- European Institute for Asian Studies. (2014). *China-CEE relations: Diving Line or Business as usual?* Dostupné 20. marca 2015, na http://eias.org/sites/default/files/EIAS_Event_Report_China-CEE_23.01.2014.pdf
- Euractiv. (2014). *China Boost investment in Central and Eastern Europe*. Dostupné 13. marca 2015, na <http://www.euractiv.com/sections/europes-east/china-boosts-investment-central-and-eastern-europe-310997>
- Eurostat. (2015). *Key European Statistics*. Dostupné na <http://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade/data/database>
- MH SR. (2015). Štatistiky zahraničného obchodu. Dostupné na <http://www.economy.gov.sk/zahranicny-obchod-2013/140725s>
- MOFCOM. (2014). *Brief Statistics on China's Import & Export in January-December 2013*. Dostupné 1. apríla 2015, na <http://english.mofcom.gov.cn/article/statistic/BriefStatistics/201401/20140100466521>
- MMF. (2015). *World Economic Outlook 2014*. Dostupné 1.-4. apríla 2015, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/01/pdf/text.pdf>
- OECD. (2015). *China Export Credit Policies and Programmes*. Working Party on Export Credits and Credit Guarantees. Dostupné na <http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=TAD/EC/G%282015%293&doclanguage=en>
- Rokovania vlády SR 2015. Dostupné na <http://www.rokovania.sk/Rokovanie.aspx/Vyhľadavanie?textHladat=16%20SVE&ajVSuboroch=False&searchType=0&page=1>
- Stuchlíková, Z. (2014). *Japonská ekonomika ve 21. století. Trendy a problémy*. Praha: Oeconomica.

The Polish Institute of International Affairs. (2014). *China and the CEE Look for New Development Opportunities*. Dostupné na http://www.pism.pl/files/?id_plik=18852

UNCTAD (2015). *Statistics*. Dostupné na <http://unctad.org/en/pages/Statistics.aspx>

World Bank. (2015). *World Development Indicators*.

WTO. (2015). *Members and observers of the WTO*. Dostupné na https://www.wto.org/english/t_hewto_e/countries_e/org6_map_e.htm

Príloha 1 Zoznam konkrétnych 12 bodov spolupráce a ich implementácia v SR

Bod	Opis 12 krokov prehlbenia vzájomnej spolupráce (2012)	Implementácia (SR) 2015
1.	Vytvorenie inštitucionálneho rámca spolupráce (sekretariát). Zastrešovať spoluprácu bude čínske ministerstvo zahraničných vecí, 16 krajín SVE sa má zapájať na základe dobrovoľnosti, pre každú sekciu spolupráce sa určí kontaktné oddelenie.	Vznik: september 2012
2.	Vytvorenie špeciálnej úverovej linky v sume 10 mld. \$, z ktorej určitá časť bude formou zvýhodnených úverov, so zameraním na spoluprácu v oblastiach ako infraštruktúra, vysoké a nové technológie, zelená ekonomika. 16 krajín SVE môže podávať žiadosť o tieto zdroje Národnej rozvojovej banke Číny, Exportno-importnej banke Číny, Priemyselnej a obchodnej banke Číny, Stavebnej banke Číny, Bank of China alebo China Citic Bank. /Zostatok tejto linky bol ku koncu roka 1,7 mld. \$.	Financované: tepelná elekt. v Stanari v BaH, most Mihailo Pupina v Belehrade, diaľnica Bar-Boljare v Čiernej Hore, rýchlостná železnica Belehrad-Budapešť, výstavba druhého bloku tepelnej elektrárne Kostolac. Záujem: modernizácia letiska na ostrove Krk v Chorvátsku, zvýšenie kapacity tep. elektrárne v meste Osijek.
3.	Založenie fondy pre spoluprácu v oblasti investícií „China- CEE Investment Cooperation Fund medzi zúčastnenými stranami s cieľom získať v prvej fáze 500 mil. \$.	SR plánuje vytvoriť Slovenský investičný holding , ktorý by koordinoval čerpanie zdrojov z tohto fondu. Záujem SR v oblasti dopravnej infraštruktúry, energetiky, odpadového hospodárstva a podpory MSP. Indikovanie investície – prečerpávacia hydroelektrárň na rieke Ipel’.
4.	Čína vyšle do 16 krajín SVE misie s cieľom podpory obchodu a investícií a definuje konkrétne kroky na podporu bilaterálneho spolupráce v týchto oblastiach. (Čína chce zvýšiť vzájomný obchod do roku 2015 na 100 mld. USD.	V roku 2013 objem vzájomného obchodu predstavoval 50 mld. USD, v roku 2014 vzrástol na 60 mld. USD.
5.	Čína povzbudí čínske spoločnosti pri zakladaní alebo rozširovaní ekonomických a technologických zón v krajinách 16 SVE.	V Číne už pôsobí viac ako 1 000 spoločností zo SVE.
6.	Čína je pripravená aktívne skúmať možnosti finančnej spolupráce (menové swapy, zúčtovanie obchodu v lokálnych menách, založenie pobočiek bánk), čo má napomáhať hlavnému cieľu spolupráce.	Čína podpísala dohodu o menovom swape s Maďarsko a Albánskom. Inštitúcie Maďarska a Litvy investovali na čínskom medzibankovom trhu dlhopisov. (Belehradské usmernenie – 2014). Indikovanie záujmu SR o otvorenie zastúpenia čínskej banky v SR ako aj miestnej kancelárie Čínskej rady na podporu medzinárodného obchodu – CCPIT (Bukureštské usmernenie – 2013)

7.	Založenie expertného poradenského výboru dohliadajúceho na výstavbu dopravnej siete medzi Čínou a 16 SVE. Koordinátorom má byť čínske ministerstvo obchodu a krajiny 16 SVE sa môžu zapojiť dobrovoľne. Partneri preskúmajú možnosti výstavby diaľnic a železníc cez joint ventures, join contracting a i.	Jún 2014 – 1. zasadnutie Spoločnej pracovnej skupiny Čína – Maďarsko - Srbsko o spolupráci v oblasti dopravnej infraštruktúry.
8.	Posilniť spoluprácu v kultúre prostredníctvom zasadnutí na vyššej úrovni a stretnutí expertov.	Máj 2013 – 1. kultúrne fórum pre spoluprácu v Pekingu
9.	Poskytnúť 5-tisíc štipendií pre 16 krajín SVE počas ďalších piatich rokov	
10.	Vytvoriť alianciu na podporu turizmu. Koordinátorom má byť čínska vládna správa cestovného ruchu (China Tourism Administration). Otvorená má byť účasť orgánov civilného letectva, cestovným agentúra a leteckým spoločnostiam zúčastnených strán. Cieľom je vzájomná propagácia, rozvoj turistických destinácií a preskúmanie možnosti otvoriť ďalšie priame lety medzi Čínou a 16 krajinami SVE.	Máj 2014 – Uvádzacia konferencia Asociácie inštitúcií a firiem z oblasti cestovného ruchu v Budapešti.
11.	Vytvorenie výskumného fondu vzťahov medzi Čínou a 16 krajinami SVE. Čína je pripravená poskytnúť ročne 2 mil. RMB na podporu akademických výmen medzi výskumnými ústavmi a akademickým pracovníkmi zúčastnených strán.	
12.	Čína plánuje zorganizovať prvé stretnutie mladých politických lídrov.	Okt. 2013 – 1. stretnutie mladých politických lídrov v Pekingu.

Zdroj: Spracované z: China-ceec.org. Dostupné na <http://www.chinaceec.org/151/2015/01/26/41s5605.ht>

Príloha 2 Prehľad uskutočnených a plánovaných zasadnutí Číny a 16 krajín SVE

Dátum	Miesto	Účasť SR	Poznámka
Samity lídrov (Leaders Summit)			
Apr. 12	Varšava, PL		
Nov. 13	Bukurešť, RO		
Dec. 14	Belehrad, SRB		
2015	Peking, ČĽR		
2016	Praha, CZ		
Stretnutie ministrov			
Jún 14	Ningbo, ČĽR		stretnutie ministrov na podporu obchodu a hosp. spolupráce
2015	Praha, CZ		stretnutie ministrov zdravotníctva
Stretnutie národných koordinátorov			
Sep. 12	Peking, ČĽR		
Okt. 13	Bukurešť, RO		
Zasadnutie Sekretariátu			
Sep. 12	Peking, ČĽR		súvisiace so založením Sekretariátu
Dec. 12	Peking, ČĽR		
2015	Peking, ČĽR		plánované

Sektorové podujatia			
Ekonomické a obchodné fórum			
Jún 11	Budapešť, HU		
Apr. 12	Varšava, PL		
Fórum o poľnohospodárskom obchode a ekonomickej spolupráci			
Sep. 13	Hefei, ČĽR		
Okt. 14	Bukurešť, RO		
2015	Budapešť, HU		
Sympóziá			
Dec. 13	Peking, ČĽR		1. High-Level Symposium of Think Tanks
Sep. 14	Bled, SLO		2. High-Level Symposium of Think Tanks
			uskutočniť sympóziom think-thankov pravidelne
Máj 14	Sanghaj, ČĽR		S. na podporu inovácií, technologickej spolupráce a medzinárodného transferu technológií
2015	SK		S. na podporu inovácií, technologickej spolupráce a medzinárodného transferu technológií
Sep. 14	Xiamen, ČĽR		S. o podpore investícií
Kultúrne fórum pre spoluprácu			
Máj 13	Peking, ČĽR		
2015	?		
Dialóg o vzdelávaní			
Jún 13	Čchung-čching, ČĽR		
Fórum mladých politických lídrov			
Okt. 13	Peking, ČĽR		
Konferencie, semináre, pracovné skupiny, veľtrhy			
Aug. 12	Peking, ČĽR		Účasť miestnych samospráv a podnikov na spolupráci
Júl 13	Čchung-čching, ČĽR		Local Leaders Conference
Máj 14	Budapešť, HU		Asociácia Číny a SVE inštitúcií a firiem v oblasti cestovného ruchu
Jún 14	Peking, ČĽR		Zasad. Pracovnej skupiny Čína – Maďarsko – Srbsko o spolupráci v oblasti dopravnej infraštruktúry
Jún 14	Ningbo, ČĽR		Veľtrh spotrebného tovaru z krajín SVE
Jún 14	Riga, LV		Konferencia na vysokej úrovni o doprave, logistike a obchodných cestách: Prepojenie Ázie s Európou
Aug. 14	Praha, ČR		Stretnutie miestnych lídrov
Aug. 14	Praha, ČR		Čínske investičné fórum

Zdroj: Spracované z: China-ceec.org. Dostupné na <http://www.chinaceec.org/151/2013/11/20/41s1001.htm>

Systém podpory domácich potravinárskych a poľnohospodárskych produktov¹

Alena Dudeková²

The Support of Local Food and Agricultural Products

Abstract

Quality Mark SK was established in 2004 according to models of quality systems of other Member States of the EU, especially neighbouring countries such as the Czech Republic, Hungary and Poland. Promoting domestic consumption of food is one of the main objectives of the program Quality Mark SK. The objective of this paper is to analyse the Quality Mark SK and its evolution in relation to the funds and the number of new certified brands. As the program Quality Mark SK is financed from the state budget, the article focuses on the impact on preference of Slovak products among foreign ones. Part of the article comprises comparison of support of domestic products in the neighbouring Czech Republic.

Key words

Quality Mark SK, preference of Slovak products, consumer

JEL Classification: M31

Úvod

V súčasnosti sa na trhu nachádza veľký a široký sortiment výrobkov, z ktorých si môžu spotrebitelia vybrať. Orientovať sa vo výbere im pomáhajú rôzne známky, certifikáty, ktoré sú zamerané na pôvod alebo zloženie výrobku. Jednou z takýchto známok je aj Značka kvality SK.

Program podpory kvalitných poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov sa na Slovensku začal od začiatku 90. rokov. Ministerstvo pôdohospodárstva SR vyhlásilo Národný program podpory domácich poľnohospodárskych výrobkov a potravín, ktorého hlavnou prioritou bola propagácia domácich výrobkov. Značka kvality SK vznikla v roku 2004 podľa vzoru systémov kvality jednotlivých členských štátov EÚ, ale najmä susedských krajín ako Českej republiky, Maďarska a Poľska (Značka kvality EÚ a SR, 2011). Podpora spotreby domácich potravín je jednou z hlavných cieľov označenia Značky kvality SK.

Okrem programu podpory domácich kvalitných poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov na Slovensku, zohráva významnú úlohu propagácie a podpory v danej oblasti aj Európska politika kvality a ochranného označenia produktov. Jedným z ná-

¹ Príspevok vznikol v rámci riešenia grantového projektu VEGA č.1/0635/14 – *Stav a perspektívy rozvoja trhu biopotravín, tradičných a regionálnych potravín na Slovensku.*

² Ing. Alena Dudeková, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra tovaroznalc-tva a kvality tovaru, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: alena.dudekova@euba.sk

strojov tejto európskej politiky je systém ochranného označenia produktov – ochranných známk, chránených zemepisných označení, chránených označení pôvodu poľnohospodárskych produktov a potravín a systém tzv. zaručene tradičných špecialít. Zmyslom týchto názvov je ochrana pred konkurenciou produktov, ktoré sa za tieto produkty neprávom vydávajú, a zároveň ochrana spotrebiteľa pred nežiaducim klamaním a propagáciou systému kvality EÚ voči tretím krajinám (Knošková, 2014).

Systém značenia kvality produktov je na jednej strane zameraný na podporu a ochranu záujmov výrobcov, ktorí neprofitujú iba z masovej produkcie výrobkov s nízkou pridanou hodnotou, ale aj z produkcie výrobkov s vyššou kvalitou, a tým aj vyššou pridanou hodnotou. Ale aj na strane spotrebiteľov došlo zavedením značenia k efektívnejšiemu systému informovanosti a zásobovania kvalitnými potravinami, ktoré sú správané informáciami o pôvode a zložení (Značka kvality EÚ a SR, 2011).

Program podpory kvalitných domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov na Slovensku je zo strany štátu zavedený, otázkou však zostáva, či aj samotní spotrebiteľia dôverujú a preferujú domáce výrobky pred zahraničnými. V opačnom prípade by samotný program Značky kvality SK strácal svoj význam.

1 Metodika práce

Základným zdrojom pri spracovávaní príspevku boli sekundárne údaje. Boli využité údaje od slovenských a českých agentúr zaoberajúcich sa problematikou spotrebiteľského rozhodovania sa, správy agentúry GfK, Únie potravinárov Slovenska a Asociácie malých a stredných podnikov v Českej republike, interné správy Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky, internetové zdroje zamerané na Značku kvality SK a značku KLASA. Zozbierané údaje sú doplnené o aktuálne zdroje v elektronickej podobe. Pri ich spracovávaní boli využité hlavne všeobecné vedecké metódy ako analýza, syntéza, dedukcia a indukcia.

Cieľom príspevku je analyzovať Značku kvality SK a jej vývoj z pohľadu vynaložených finančných prostriedkov vzhľadom na počet novoudelených značiek. Značka kvality SK je program financovaný zo štátneho rozpočtu, preto je článok orientovaný aj na otázku preferencie slovenských výrobkov pred zahraničnými. Súčasťou článku je vecné porovnanie situácie podpory domácich výrobkov v susednej Českej republike.

2 Výsledky a diskusia

2.1 Značka kvality Slovenskej republiky

Národný program podpory poľnohospodárskych výrobkov a potravín „Značka kvality SK“ (ďalej len ZK SK) vznikol v roku 2004 s cieľom zabezpečiť dostatok informácií pre spotrebiteľa o bezpečných a kvalitných domácich výrobkoch a pre zabezpečenie podpory spotreby domácej potravinovej produkcie v rozvíjajúcom sa konkurenčnom prostredí po vstupe Slovenska do Európskej únie (Interný dokument MPRV, 2014). Aby

výrobky získali ocenenie Značka kvality SK (pozri obr. 1), musia spĺňať tieto kritériá (Značka kvality, 2015):

- požiadavky ustanovené príslušnými právnymi predpismi potravinového práva,
- musia vykazovať kvalitatívne charakteristiky, ktoré žiadateľ opíše v technickej dokumentácii,
- obsahujú najmenej 75 % z celkovej spotreby surovín z domácej výroby (ak ide o potraviny, ktoré nemožno vyrábať bez surovín z dovozu, pretože tieto nemožno v Slovenskej republike dopestovať, získať alebo vyprodukovať v požadovanej kvalite a množstve, podiel domácej suroviny v nich sa nepredpisuje a žiadateľ zdôvodňuje, prečo nespĺňa podiel suroviny domáceho pôvodu),
- všetky fázy výrobného procesu sa musia uskutočňovať na území Slovenskej republiky (s výnimkou surovín z dovozu).

Obr. 1 Logo Značky kvality SK



Zdroj: <http://www.znackakvality.sk/>

Výrobky, ktoré spĺňajú nadštandardné kvalitatívne vlastnosti, t. j. svojimi parametrami výrazne prevýšia im podobné výrobky na trhu, na základe odborného posúdenia a na odporúčanie komisie získajú Značku kvality SK GOLD (pozri obr. 2). Celý proces posudzovania a udeľovania národnej Značky kvality SK je bezplatný, pričom zasielať žiadosti možno počas celého roka.

Podľa Stanislava Šilhára, vedúceho Biocentra Národného poľnohospodárskeho a potravinárskeho centra, sú podmienky pre výrobcu na získanie Značky kvality veľmi prísne a dvakrát do roka navštívi takéhoto producenta kontrola, ktorá zisťuje, či je u neho všetko tak, ako je v žiadosti na Značku kvality SK (Šilhár, 2013).

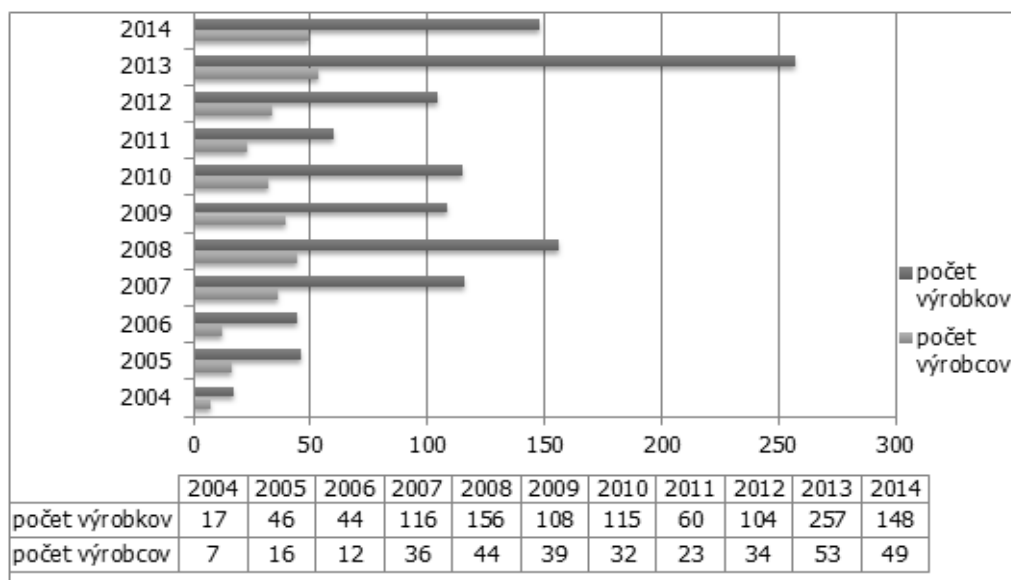
Obr. 2 Logo Značky kvality SK GOLD



Zdroj: <http://www.znackakvality.sk/>

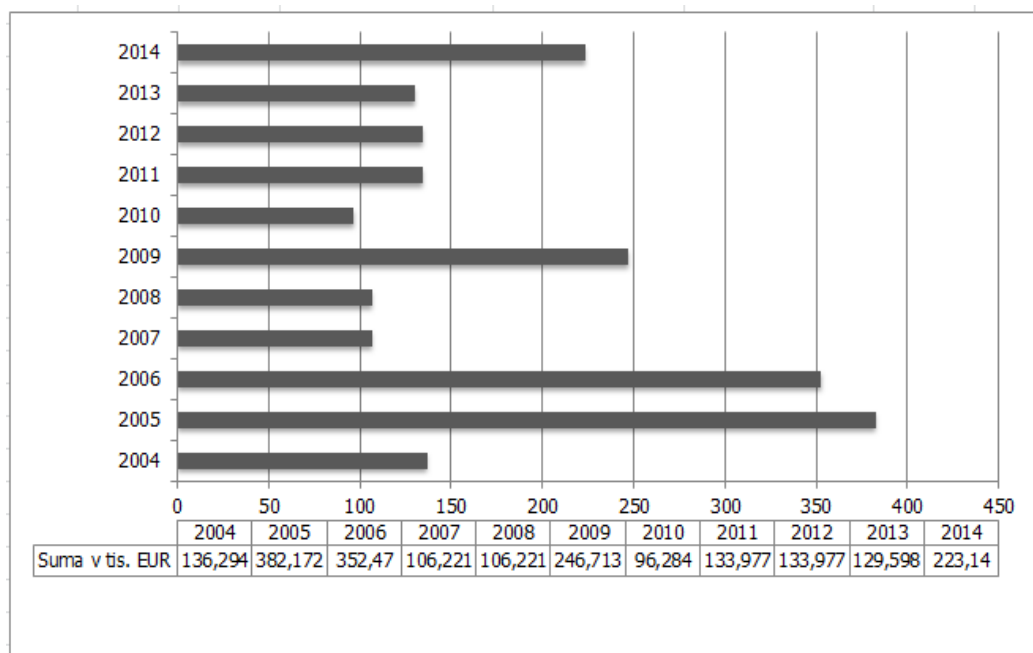
Garantom udeľovania Značky kvality SK je Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR (ďalej len MPRV SR) prostredníctvom Komisie na posudzovanie a udeľovanie ZK SK na poľnohospodárske produkty a potraviny, ktorú menuje minister pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR. Táto garancia MPRV SR predstavuje hlavný rozdiel Značky kvality SK oproti iným aktivitám a označeniam kvality poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov, ktoré sú používané na trhu. Značka kvality sa udeľuje spravidla na tri roky. Ak majiteľ Značky kvality SK nedodríava podmienky vyplývajúce z rozhodnutia o jej udelení, svojím konaním poškodzuje hodnotu značky alebo jeho konanie je v rozpore s marketingovými cieľmi a zásadami Značky kvality SK, môže mu byť toto označenie odňaté (Interný dokument MPRV, 2014).

Graf 1 Vývoj počtu držiteľov Značky kvality SK v období rokov 2004 – 2014



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dokumentu Stratégia budovania ZS SK, 2014

Počet držiteľov Značky kvality SK od jej začiatku vzrástol z počtu 7 na počet 49 v roku 2014. V grafe č. 1 je znázornený vývoj počtu výrobkov a výrobcov, ktorým bola udelená Značka kvality SK za sledované obdobie 10 rokov. Markantný rozdiel je viditeľný v roku 2013, keď počet držiteľov značky vzrástol o 56 % a počet výrobkov vlastniacich Značku kvality SK o 147 % oproti roku 2012. Tento nárast spôsobila spustená aktívna marketingová komunikácia Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR, ktorej cieľom bolo prispieť k zvýšeniu povedomia a pozitívnemu vnímaniu Značky kvality SK u spotrebiteľov. Z pohľadu vynaložených finančných prostriedkov a počtu pridelených značiek kvality je tento rok považovaný za najefektívnejší.

Graf 2 Vynaložené finančné prostriedky na program Značka kvality SK

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dokumentu Stratégia budovania ZS SK, 2014

Značka kvality SK je financovaná z rozpočtovej kapitoly Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR. Na vznik a rozbehnutie programu Značka kvality SK, bolo v prvom roku vynaložených 136-tisíc Eur. Spustenie marketingovej kampane zameranej na spotrebiteľov, ale i maloobchodníkov a výrobcov, stálo v rokoch 2005 a 2006 najviac finančných prostriedkov. V roku 2005 bolo vynaložených 382-tisíc Eur a v roku 2006 o 30-tisíc Eur menej. Najmenší finančný objem financií bol vynaložený v roku 2010, kedy došlo aj k poklesu počtu výrobkov o 47,8 % ako aj počtu výrobcov vlastníacich značku kvality SK o 28,1 %. Na spustenie marketingovej komunikácie Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR v roku 2013 bolo vyčlenených 129,6-tisíc Eur. Tieto vyčlenené finančné prostriedky boli vynaložené efektívne. Opačná situácia je v roku 2014, keď je zaznamenaný pokles v počte pridelených Značiek kvality SK ako u výrobcov, tak aj u výrobkov napriek 223,14-tis. dotácie zo strany štátu. Finančné prostriedky vynaložené na program Značka kvality SK sú za obdobie rokov 2004 – 2014 znázornené v grafe 2.

Z pohľadu vynaložených finančných prostriedkov a počtu pridelených značiek kvality je rok 2013 považovaný za najefektívnejší. Na získanie jedného nového ocenenia Značka kvality SK bolo vynaložených 753 Eur, čo predstavuje najnižšie vynaloženú finančnú sumu za celé obdobie realizovania programu. Druhá, najnižšie vynaložená finančná suma na získanie jedného nového ocenenia, bola v roku 2007 a predstavuje 1 106 Eur. Naopak, najviac finančných prostriedkov na získanie nového ocenenia bolo vynaložených v roku 2006. Pre tento rok je však charakteristické pokračovanie marketingovej kampane zameranej na spotrebiteľov.

Graf 3 Vývoj počtu držiteľov Značky kvality SK v období rokov 2004 – 2014

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov z dokumentu Stratégia budovania ZS SK, 2014

Značkou kvality SK bolo k 15. 10. 2014 ocenených celkovo 751 výrobkov od 96 výrobcov (Interný dokument MPRV, 2014). Komoditná štruktúra ocenených výrobkov je rôznorodá (pozri graf 3), prvenstvo získali mliečne výrobky s počtom 239 ocenení, čo predstavuje 31,8 % zo všetkých ocenení. O získanie Značky kvality sa usilovali aj výrobcovia mlynárskych, pekárskych a cukrárenských výrobkov, spolu získali 133 ocenení (17,7 %). Najmenej ocenení z pohľadu komoditnej štruktúry získali nealkoholické nápoje s počtom 11 (1,5 %). Štruktúra a veľkosť sortimentu výrobkov ocenených Značkou kvality je z pohľadu vnímania celkovej ponuky na trhu spotrebiteľov dostatočná. Túto skutočnosť pritom zaznamenali aj obchodné reťazce, ktoré na základe toho začali prejavovať záujem o spoluprácu v oblasti propagácie Značky kvality SK.

V priebehu roku 2014 nadviazalo ministerstvo v oblasti propagácie Značky kvality SK spoluprácu s tými obchodnými reťazcami, ktoré prejavili o ňu aktívny záujem. Zmluvy oprávňujúce obchodný reťazec na bezodplatné používanie označení Značka kvality SK pri propagácii ocenených výrobkov, resp. pri propagácii programu samotného, boli zatiaľ uzatvorené so spoločnosťami BILLA, Kaufland a TESCO, pričom ministerstvo je pripravené rozšíriť tento zoznam partnerov aj o ďalšie obchodné spoločnosti, ktoré o to prejavujú serióznym záujmom (Interný dokument MPRV, 2014).

Jedným z hlavných cieľov Značky kvality SK je budovanie identity domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov a z marketingového pohľadu uľahčiť spotrebiteľovi výber kvalitného domáceho výrobku. Chcú však spotrebiteľia nakupovať slovenské výrobky?

2.2 Budovanie potravinového patriotizmu

Otázke spotrebiteľského názoru na kúpu domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov sa venovalo viacero prieskumov. Spoločnosť GfK Slovakia v apríli

2012 realizovala prieskum na reprezentatívnej vzorke populácie Slovenskej republiky vo veku 15 – 79 rokov s počtom 500 respondentov, z ktorého vyplýva, že 46 % respondentov skôr súhlasí a 31 % plne súhlasí s tým, že pri nákupe preferujú tovar vyrobený na Slovensku. Ako dôvod uvádzajú fakt, že pri ich kúpe sú vložené finančné prostriedky do našej ekonomiky, ktoré sa nám vrátia v službách. Priplatiť si za slovenský výrobok v porovnaní s podobným zahraničným výrobkom je ochotných 51 % z opýtaných respondentov. Kvantitatívny prieskum sa uskutočnil metódou CAPI (GfK Slovakia, 2012).

Ďalší prieskum realizovaný spoločnosťou GfK Slovakia v období od januára do júna 2013, bol takisto zameraný na sledovanie nákupných košíkov spotrebiteľov a krajiny pôvodu nakúpených potravín. Celkový počet položiek zaradených do prieskumu bol 3 508. Slovenský výrobok bol identifikovaný na základe informácií na etikete, dostupných pre kupujúceho. Podiel slovenských výrobkov v nákupných košíkoch podľa počtu kusov sa medziročne zvýšil o 5 %. V roku 2012 predstavoval podiel 54 %, v roku 2013 je to 59 % (GfK Slovakia, 2013).

K slovenským výrobkom sa u spotrebiteľov viaže pojem kvalita. Podľa výsledkov z ďalšieho prieskumu organizovaného Úniou potravinárov Slovenska na medzinárodnom veľtrhu Agrokomplex až 35 % opýtaných respondentov uviedlo, že kvalita slovenských potravín je podľa ich názoru vyššia ako kvalita dovážaných potravinárskych výrobkov. Až 61 % opýtaných uviedlo, že kvalita slovenských potravín je na rovnakej úrovni ako kvalita dovážaných, a iba 4 % spotrebiteľov vníma zahraničnú potravinu ako kvalitnejšiu než tú, ktorá bola vyrobená na Slovensku. Prieskum bol zrealizovaný v rámci projektu „Prezentácia domácich potravinárskych výrobkov a upevňovanie znalostí spotrebiteľov o význame domácich potravinárskych výrobkov na medzinárodnom poľnohospodársko-potravinárskom veľtrhu Agrokomplex v Nitre“ a realizovaný na vzorke 1 200 respondentov (Únia potravinárov Slovenska, 2010).

Z prieskumov vyplynulo, že respondenti preferujú tovar vyrobený na Slovensku, považujú ho za dostatočne kvalitný a medziročne sa zvyšuje aj podiel slovenských výrobkov v nákupných košíkoch. Tento nárast ukazuje, že zvolená a dobre nastavená stratégia propagácie a podpory slovenských výrobkov dokáže prinútiť spotrebiteľov zamyslieť sa nad tým, čo kupujú.

2.3 KLASA - značka kvality v Českej republike

V Českej republike využíva štát na podporu propagácie a predaja kvalitných českých potravín značku kvality „KLASA“. Udeľuje ju Ministerstvo zemědělství ČR od roku 2003. Značka je udeľovaná na tri roky, po tomto období môže byť predĺžená alebo odobratá. Logo národnej značky pomáha spotrebiteľom v lepšej orientácii a identifikácii českých potravinárskych produktov (pozri obr. 3). Výrobky označené značkou KLASA musia byť vyrobené v Českej republike, ale suroviny môžu pochádzať aj zo zahraničia. (KLASA, 2015). Národnú značku spravuje oddelenie marketingu Státního zemědělského intervenčního fondu. Splnenie všetkých stanovených kvalitatívnych požiadaviek overuje a hodnotí Státní zemědělská a potravinářská inspekce v spolupráci so Státnou veterinárnou správou. Prihlásený výrobok musí spĺňať platné právne predpisy Českej republiky, ako i platné predpisy Európskej únie.

Obr 3 Logo značky kvality KLASA

Zdroj: <http://www.eklasa.cz/>

Koncom roku 2014 značka KLASA bola pridelená 227 výrobcom a 1 163 výrobkom (KLASA, 2015). Výrobcovia, ktorí požiadali o označenie značkou kvality KLASA a spĺňajú požiadavky na udelenie tohto označenia, si môžu umiestniť na výrobok logo značky kvality KLASA. Výhodou značky je, že každý výrobok so značkou KLASA je zaradený do štátnej marketingovej podpory, ktorý je financovaný zo štátneho rozpočtu Českej republiky.

Podobne ako u nás, tak aj v Českej republike bolo vykonaných viacero prieskumov na zistenie preferencie nákupu domácich výrobkov. Podľa prieskumu vykonaného Asociáciou malých a stredných podnikov a živnostníkov (Asociace malých a středních podniků ČR) zameraného na zistenie názorov spotrebiteľov, 76 % respondentov uviedlo, že preferujú kúpu českých výrobkov pred zahraničnými. O českých výrobkoch si 41 % respondentov myslí, že sú rovnako kvalitné ako zahraničné výrobky. Prieskum bol realizovaný v roku 2012 metódou CATI na vzorke 521 respondentov (AMSP ČR, 2012).

Záver

Program Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky Značka kvality SK funguje na Slovensku od roku 2003 a vznikol podľa vzoru susedných štátov, ktoré majú v označovaní svojich domácich výrobkov dlhodobú tradíciu. Značka kvality SK je zameraná na podporu kvalitných domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov. Je financovaná zo štátneho rozpočtu. V súčasnosti je ocenených 751 výrobkov od 96 výrobcov a finančných prostriedkov bolo do konca roku 2014 vynaložených 1 560 351 Eur. Uprednostňujú ale slovenskí spotrebiteľia nákup domácich poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov?

Podľa viacerých prieskumov realizovaných s cieľom získania spotrebiteľského názoru na kúpu domácich výrobkov, sú spotrebiteľia ochotní kupovať si slovenské výrobky. Podobný výsledok bol zaznamenaný aj v Českej republike, kde sa spotrebiteľia podobne ako slovenskí vyjadrili kladne ku kúpe domácich výrobkov.

V lepšej orientácii v širokom sortimente potravinárskych a poľnohospodárskych výrobkov pomáhajú spotrebiteľom rôzne marketingové nástroje ako značky alebo certifikáty. Jednou z nich je na Slovensku Značka kvality SK a v Českej republike značka

KLASA. Tieto značky spotrebiteľom garantujú, že kupovaný výrobok je slovenský (český), resp. je vyrobený zo slovenských (českých) surovín. Efekt týchto značiek na predaj je však medzi výrobcami zatiaľ sporný. Zatiaľ čo niektorí výrobcovia potravín zaznamenali zvýšenia odbytu, ako i získanie imidžu kvalitného výrobcu u verejnosti po získaní značiek kvality, podľa iných sa efekt nedostavil (Horáček, 2014).

Pretože získané dáta o spotrebiteľskom správaní nie sú úplne aktuálne, bude zaujímavé sledovať problematiku budovania patriotizmu k domácim výrobkom z dlhodobejšieho pohľadu.

Zoznam bibliografických odkazov

- AMSP ČR. (2012). *Výsledky průzkumu č. 18 AMSP ČR značky kvality a jejich vnímání spotřebiteli a podnikateli*. Dostupné 6.3.2015 na http://www.npj.cz/tmce/aktuality%20soubory/vysledky_18_pruzkumu_amspace_cr.pdf
- GfK Slovakia. (2012). *Kvalita z našich regiónov, spotrebiteľské správanie*. Dostupné 7.3.2015 na http://www.kvalitaznasichregionov.sk/data/files/229_prieskum_gfk.pdf
- GfK Slovakia. (2013). *Podiel slovenských výrobkov v potravinách 2013*. Dostupné 8.3.2015 na <http://www.kvalitaznasichregionov.sk/v-nakupnych-kosikoch-je-viditelne-viac-slovenskych-vyrobkov/>
- Horáček, F. (2014). *Chaos za stovky milionů. Značek kvality je na českém trhu příliš*. Dostupné 6.3.2015 na http://ekonomika.idnes.cz/chaos-v-ceskych-znackach-kvality-do4-/ekonomika.aspx?c=A140120_133534_ekonomika_fih
- KLASA. (2015). *Celkem 19 produktů získalo nově značku kvality KLASA*. Dostupné 8.3.2015 na <http://www.eklasa.cz/tiskove-zpravy/clanek/:celkem-19-produktu-ziskalo-nove-znacku-kvality-klasa>
- KLASA. (2015). *KLASA – národní značka kvalitních potravin*. Dostupné 7.3.2015 na <http://www.eklasa.cz/>
- Knošková, Ľ. (2014). Ochranné označenie produktov a ich medzinárodná právna ochrana. *Studia commercialia Bratislavensia*, 7(26), 213-225.
- MPRV SR. (2014). *Stratégia budovania značky kvality SK*. Interný dokument Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR.
- Šilhár, S. (2013). *Značka kvality SK: vysvedčenie pre výrobcov, odporúčanie pre ich odberateľov, orientácia pre zákazníkov*. Dostupné 6.3.2015 na <http://www.mpsr.sk/sk/?navID=1&id=8013>
- Únia potravinárov Slovenska. (2010). *Prezentácia domácich potravinárskych výrobkov a upevňovanie znalostí spotrebiteľov o význame domácich potravinárskych výrobkov na medzinárodnom poľnohospodársko-potravinárskom veľtrhu Agrokomplex v Nitre*. Dostupné 26.2.2015 na <http://www.sppk.sk/?pl=69&article=861>
- Značka kvality Európskej únie a Slovenskej republiky. (2011). *Značka kvality Európskej únie a Slovenskej republiky*. Dostupné 5.3.2015 na <http://www.go-eco.sk/userfiles/file/5%20Znacky%20kvality%20EU%20a%20SR.pdf>

Značka kvality. (2015). *Zásady udelenia Značky kvality SK*. Dostupné 20.2.2015 na <http://www.znackakvality.sk/?pl=1>

Evidencia cenných papierov

Dušan Holub¹

Registration of Bonds

Abstract

The concept of book-entry bonds registered in the centre of bonds fulfilled its role in the voucher privatization. With the development of the capital market, this concept has become unsatisfactory mainly because that the evidence did not expect the emergence of so-called holder's accounts that is accounts, in which the securities are held with an intermediary (holder – securities dealer) for customers other intermediary. This later led to the decision to replace the concept how the centre of bonds records a way that would allow indirect holding of registered bonds. This centralized unitary was replaced by a two-step decentralized system of private law, except where the central depository by the centre of bonds took over the central register of dematerialized bond may carry separate records of book-entry bonds for example members of the Central Depository, which are banks and bond dealers.

Key words

Bond, centre of bonds, central depository, bonds account, bonds holder

JEL Classification: K39

Úvod

Na začiatku deväťdesiatych rokov 20. storočia súvisela u nás problematika cenných papierov vrátane ich evidencie a prevodov najmä s procesom kupónovej privatizácie, ktorý mal byť základným impulzom pre vznik kapitálového trhu. Vydávanie zaknihovaných cenných papierov umožnilo prijatie zákona č. 600/1992 Zb. o cenných papieroch a kupónová privatizácia, keď sa pôvodne štátne podniky transformovali na akciové spoločnosti s akciami prevažne v zaknihovanej podobe. Zákon č. 600/1992 Zb. o cenných papieroch v ustanovení § 1 ods. 2 a 4 rozlišoval listinnú a zaknihovanú podobu cenných papierov. Cenný papier v zaknihovanej podobe vznikol zápisom v evidencii zaknihovaných cenných papierov, ktorú viedlo Stredisko cenných papierov (SCP).

1 Metodika práce

Predkladaný článok je z hľadiska použitých metód spoločenskovedným, teoretickým príspevkom, preto pri jeho spracovaní boli použité všeobecné vedecké metódy, najmä analýza a syntéza na všetkých stupňoch riešenia, ďalej metóda indukcie

¹ JUDr. Dušan Holub, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra obchodného práva, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: holub@euba.sk

a dedukcie, metóda abstrakcie, metóda porovnávania a metóda zovšeobecňovania. Pri zovšeobecňovaní konkrétnych problémov boli použité aj filozofické metódy poznania. Metóda vedeckej abstrakcie bola použitá na elimináciu nepodstatného a náhodného od podstatného a zákonitého. Cieľom článku je sumarizovať problematiku evidencie cenných papierov.

2 Výsledky a diskusia

2.1 Evidencia cenných papierov v Stredisku cenných papierov

V procese vydávania akcií privatizovaných spoločností sa zákonodarca inšpiroval zahraničnými koncepciami dematerializovaných cenných papierov (najmä Francúzska² a USA), podľa ktorých môže byť vydanie cenného papiera nahradené záznamom v evidencii, ktorú vedie emitent (Kotásek, Pihera, Pokorná & Vítek, 2014, s. 28). Dôvodom dematerializácie vo Francúzsku boli najmä daňové dôvody, pretože dematerializované cenné papiere mali zabezpečiť lepšiu kontrolu zdanenia výnosov z cenných papierov (Maffei, 2005, s. 242). V USA bola dematerializovaná podoba určitých cenných papierov uznaná za rovnocennú s listinnou podobou už v roku 1977.

Stredisko cenných papierov bolo výlučným poskytovateľom služieb spojených so zaknihovanými cennými papiermi. Zaknihované cenné papiere registrovalo SCP jednak v registri emitenta zaknihovaných cenných papierov a na účtoch konečných majiteľov cenných papierov. SCP zriadilo účet každému, kto sa stal majiteľom zaknihovaného cenného papiera na základe privatizácie s použitím investičných kupónov. Majiteľom cenného papiera bola výlučne osoba, na ktorej účte bol v SCP cenný papier evidovaný, t. j. výlučne na základe verejnoprávnej evidencie bez toho, aby medzi SCP a majiteľom cenného papiera existoval zmluvný vzťah.

Vzhľadom na to, že účet cenných papierov mohol byť zriadený len pre konečného majiteľa zaknihovaných cenných papierov išlo o jednoduchý systém, v ktorom konečný majiteľ priamo uplatňoval svoje práva spojené s cenným papierom voči emitentovi, napr. v prípade hlasovania na valnom zhromaždení alebo v prípade uplatnenia svojho práva na výnos.

Prevod zaknihovaných cenných papierov sa realizoval odpísaním cenných papierov z účtu prevodcu a ich pripísaním na účet nadobúdateľa v SCP. Vlastnícke právo k cenným papierom prešlo na nadobúdateľa registráciou tohto prevodu a súbežným odpísaním cenných papierov z účtu prevodcu a ich pripísaním na účet nadobúdateľa, ku ktorému došlo v ten istý deň.

Systém zaknihovania a spôsob vedenia evidencie cenných papierov v SCP bol z hľadiska klasifikácie systémov nepriamej držby zaknihovaných cenných papierov systémom priameho vlastníctva a podmieneným systémom.³

² Vo Francúzsku sa uskutočnila dematerializácia na základe Čl. 94-II finančného zákona č. 81-1160 z 30. decembra 1981 a čl. 1 dekrétu č. 83-359 z 2. mája 1983, keď boli všetky cenné papiere povinne prevedené do elektronickej dematerializovanej podoby vo forme záznamu na účte cenných papierov.

³ V podmienených systémoch sa pre účinnosť práv k zaknihovaným cenným papierom voči tretím stranám vyžaduje pripísanie cenných papierov na účet nadobúdateľa a ich odpísanie z účtu prevodcu, na základe

Koncepcia zaknihovaných cenných papierov evidovaných v SCP splnila svoju úlohu pri kupónovej privatizácii. S rozvojom kapitálového trhu sa táto koncepcia stala nevyhovujúcou najmä z dôvodu, že táto evidencia nepočítala so vznikom tzv. držiteľských účtov, t. j. účtov, na ktorých sú cenné papiere držané sprostredkovateľom (držiteľom – obchodníkom s cennými papiermi), čo negatívne vnímali najmä zahraniční investori, ktorí investujú prostredníctvom siete obchodníkov s cennými papiermi. Ďalšie výhrady smerovali voči výške úhrad za služby poskytované SCP a voči tomu, že každý prevod cenných papierov si vyžadoval zápis priamo v SCP.

Tieto úvahy viedli neskôr k rozhodnutiu zmeniť koncepciu SCP a nahradiť ju spôsobom evidencie, ktorý by umožňoval nepriame držanie zaknihovaných cenných papierov. Tak bol tento centralizovaný jednostupňový systém nahradený dvojstupňovým decentralizovaným súkromnoprávnym systémom, kde okrem centrálneho depozitára, ktorý od SCP prevzal centrálnu evidenciu zaknihovaných cenných papierov, môžu vykonávať samostatnú evidenciu zaknihovaných cenných papierov napr. členovia centrálneho depozitára, ktorými sú banky a obchodníci s cennými papiermi. Tak tento nový systém získal súkromnoprávnu povahu, pretože centrálny depozitár, ako aj jeho členovia sú osobami súkromného práva, ktorí svoju činnosť vykonávajú na základe verejnoprávneho povolenia.

SCP poznalo len jeden typ účtu cenného papiera – účet majiteľa cenného papiera, na ktorom bolo možné viesť len zaknihované cenné papiere, ktorými mohli byť akcie, podielové listy, dlhopisy, investičné kupóny, kupóny a opčné listy. Iné cenné papiere ani investičné nástroje nebolo možné zaknihovať.

Koncepcia záznamu zaknihovaného cenného papiera na účte v SCP vychádzala z definície zaknihovaného cenného papiera ako listinného cenného papiera, ktorý je nahradený zápisom v elektronickej evidencii SCP.⁴ Aby sa elektronický záznam v SCP mohol považovať za zaknihovaný cenný papier, musel obsahovať rovnaké náležitosti ako listinný cenný papier. Tak sa vytvorila predstava, že zaknihovaným cenným papierom je záznam na účte cenných papierov v SCP.

2.2 Evidencia cenných papierov Centrálnym depozitárom

V súčasnosti vedie evidenciu zaknihovaných cenných papierov v SR Centrálny depozitár cenných papierov SR (§ 10 ods. 4 zákona č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch). V každom štáte existuje spravidla jeden veľký centrálny depozitár, ktorý je cezhranične spojený s ostatnými centrálnymi depozitármi. V rámci štátov s rozvinutým fi-

zásady, podľa ktorej nikto nemôže previesť na druhého viac práv, ako sám má. Na základe tejto zásady považujú podmienené systémy prevod zaknihovaných cenných papierov za derivatívny spôsob nadobudnutia vecných práv. Odpísaním z jedného a pripísaním na druhý účet sa cenné papiere akoby „fyzicky“ prenášajú z jedného účtu na druhý bez toho, aby došlo k zmene ich povahy.

Nepodmienené systémy (napr. americký model) považujú prevod cenných papierov za originárny spôsob ich nadobudnutia, pretože odpísanie a pripísanie cenných papierov z účtu sa považuje za dva od seba nezávislé úkony. Odpísaním cenných papierov z účtu prevodcu dochádza v tomto systéme k ich zániku a pripísanie cenných papierov na účet nadobúdateľa sa považuje za vznik nových cenných papierov.

⁴ § 1 ods. 2 zákona č. 600/1992. Zb. o cenných papieroch: „Listinu tvoriacu cenný papier môže nahradiť zápis do zákonom ustanovenej evidencie cenných papierov (ďalej len zaknihovaný cenný papier).“

nančným trhom existuje tak sieť centrálnych depozitárov, takže sa dá napojiť na akéhokoľvek centrálného depozitára a prevádzať cenné papiere medzi jednotlivými štátmi.

Centrálny depozitár cenných papierov SR bol zapísaný do obchodného registra 19. januára 2004 a nadviazal na činnosť predošlého Strediska cenných papierov Slovenskej republiky. V prípade pokladničných poukázok vydávaných Ministerstvom financií SR alebo Národnou bankou Slovenska, ktoré sa používajú na krytie schodku štátneho rozpočtu alebo na usmernenie peňažného trhu, je na túto činnosť zriadený centrálny register krátkodobých cenných papierov. Spôsob vedenia tohto registra upravuje prevádzkový poriadok vydaný Národnou bankou Slovenska. V prípade podielových listov otvorených podielových fondov sa zaknihované podielové listy samostatne evidujú depozitárom a správcovskou spoločnosťou otvoreného podielového fondu. Na základe žiadosti emitenta môže ich evidenciu viesť aj centrálny depozitár.

Vznik Centrálného depozitára cenných papierov SR je pozitívnym krokom k priblíženiu slovenského trhu s cennými papiermi s medzinárodnými trhami prostredníctvom prepojenia s medzinárodným centrálnym depozitárom a zúčtovacím systémom CLEARSTREAM.⁵

Právne postavenie depozitára sa odvodzuje od postavenia majiteľa účtu cenných papierov. V systéme priameho vlastníctva je majiteľ účtu cenných papierov majiteľom zaknihovaných cenných papierov, ktoré sú evidované na tomto účte.⁶ Majiteľ účtu má takisto právo držby k týmto cenným papierom. Depozitár má nad zaknihovanými cennými papiermi majiteľa účtu právo faktickej kontroly v rámci obmedzení, ktoré vyplývajú zo zákona, zo zmluvy o vedení účtu a z príkazov majiteľa účtu, čo kvalifikuje právo depozitára k cenným papierom jeho zákazníka ako právo detencie.⁷ Depozitár je te-

⁵ Medzinárodný centrálny depozitár CLEARSTREAM, ktorý pozostáva z Clearstream Banking Luxembourg a Clearstream Banking Frankfurt poskytuje služby centrálného depozitára pre nemecký a luxemburský trh s cennými papiermi. Clearstream Banking Luxembourg je nástupcom banky CEDEL (Centrale de Livraison de valeurs mobilières Luxembourg), ktorá poskytovala služby centrálného depozitára od roku 1970. Clearstream Banking Frankfurt je nástupcom spoločnosti Deutscher Kassenverein A.G. EUROCLEAR je spoločným centrálnym depozitárom pre Francúzsko (Euroclear France), Belgicko (Euroclear Belgium) a Holandsko (Euroclear Nederland).

V USA je hlavným centrálnym depozitárom Depository Trust Company (DTC). Depository Trust Company je spoločne s National Securities Clearing Corporation, (NSCC) ktorý prevádzkuje systém vyrovnania obchodov s cennými papiermi dcérskou spoločnosťou spoločnosti Depository Trust & Clearing Company. Depository Trust & Clearing Company je najväčším svetovým depozitárom. Verejné cenné papiere emitované U. S. Treasury prostredníctvom federálnych rezervných bánk sú registrované bankami DTC a NSCC v rámci systému TRADES (Treasury/Reserve Automated Debt Entry System). Tieto systémy poskytujú infraštruktúru pre vyrovnanie obchodov s cennými papiermi na hlavných amerických finančných trhoch, ktorými sú Newyorská burza (NYSE) spolu s elektronickou obchodovacou platformou NASDAQ.⁵

Pre britských emitentov cenných papierov je centrálnym depozitárom spoločnosť CREST Co Limited, ktorá zároveň vykonáva systém vyrovnania CREST. CREST Co Limited je dcérskou spoločnosťou belgickej Euroclear S.A./N.V.

V Rakúsku je centrálnym depozitárom Österreichische Kontrollbank A. G.

Vo Švajčiarsku je centrálnym depozitárom SIX SIS, ktorá je súčasťou skupiny SIX Group (Ltd), ktorá okrem iného prevádzkuje švajčiarsku burzu SIX Swiss Exchange a jej londýnsku pobočku SIX Swiss Exchange Europe a SIX x-clear, ktorá pre uvedené trhy zabezpečuje zúčtovanie.

⁶ Postavenie depozitára v anglickom common law vychádza z konceptu deleného vlastníctva v rámci trustu, kde je depozitár voči zaknihovaným cenným papierom majiteľa účtu v pozícii právneho vlastníka, zatiaľ čo konečný majiteľ účtu je v pozícii ekonomického vlastníka.

⁷ Detencia na rozdiel od držby je faktické ovládanie veci bez úmyslu nakladať s ňou ako s vlastnou.

da detentorom zaknihovaných cenných papierov majiteľa účtu.⁸ Zahraničné právne úpravy rozvinutých finančných trhov automaticky počítajú s tým, že subjekt, ktorý vystupuje ako vlastník, nie je ich skutočným ekonomickým vlastníkom, ale len právnym vlastníkom, vlastníkom navonok (legal owner/truste), ktorý vystupuje za skutočného ekonomického vlastníka (beneficiary) a spravuje mu jeho majetok vo svojom mene.

Centrálny depozitár v systéme nepriamej držby zaknihovaných cenných papierov poskytuje za odmenu služby spojené s úschovou a obchodovaním s cennými papiermi. Základnými úlohami každého depozitára (tiež custodián) je vedenie účtu cenných papierov pre osobu odlišnú od depozitára a uskutočňovanie tejto činnosti v rámci svojej profesijnej činnosti.⁹ Okrem toho depozitári poskytujú často ďalšie služby ako napr. zabezpečenie zúčtovania a vyrovnaní burzových obchodov alebo vykonávanie úschovy a správy finančných nástrojov klienta.

Povinnosti Centrálneho depozitára cenných papierov SR určujú v slovenskom právnom poriadku požiadavky, ktoré vyplývajú z verejnoprávnej úpravy, (§ 99 – 111 zákona č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch) ktorá vymedzuje podmienky pre výkon činnosti depozitára.

Centrálny depozitár pôsobí obdobne ako burza na členskom princípe. Členský princíp znamená, že majitelia cenných papierov už nemajú priamy prístup k službám centrálneho depozitára. V prípade, že budú chcieť aktívne obchodovať s cennými papiermi, musia požiadať člena o otvorenie účtu majiteľa cenných papierov a všetky príkazy na službu realizovať prostredníctvom neho, prípadne cez obchodníka s cennými papiermi, ktorý má uzatvorenú zmluvu s členom.¹⁰ Člen centrálneho depozitára vykonáva činnosti v rámci systému na technické spracovanie údajov centrálneho depozitára v súlade s prevádzkovým poriadkom. Centrálny depozitár je povinný bez zbytočného odkladu uverejniť v dennej tlači s celoštátnou pôsobnosťou uverejňujúcej burzové správy údaje o vydaných, zmenených alebo zrušených emisiách cenných papierov prijatých na trh burzy cenných papierov a údaje o vzniku a zániku pozastavenia práva nakladať s celou emisiou cenných papierov prijatých na trh kótovaných cenných papierov.

V rámci nepriamej držby zaknihovaných cenných papierov existujú medzi majiteľom účtu a depozitárom určité právne vzťahy. Majiteľovi účtu v týchto právnych vzťahoch vznikajú predovšetkým práva (okrem hlavnej povinnosti majiteľa účtu zaplatiť za služby depozitára), zatiaľ čo depozitárovi vznikajú predovšetkým povinnosti. Niektoré práva a povinnosti vyplývajú zo zmluvného vzťahu medzi majiteľom účtu a depozitárom, iné práva vznikajú z vecných práv majiteľa účtu a depozitára vo vzťahu k cenným

⁸ Pozri aj: Pihera, V. (2004). K niektorým aspektom majetkových práv k cenným papírům. *Právnik* 1, s. 86, Brzobohatý, T. (1998). Povaha cenného papíru jako předmětu soukromnoprávního vztahu. *Právní praxe v podnikání*, 7, ASPI LIT8277CZ, s.51 a nasl.

⁹ Podmienka vedenia účtu cenných papierov pre osobu odlišnú od depozitára nevylučuje, aby depozitár viedol účet cenných papierov aj pre seba za účelom investovania na vlastný účet. Pokiaľ osoba vedie účet cenných papierov len pre svoje vlastné zámery a nie pre osoby od nej odlišné, nejde o depozitára. Depozitárom nebude ani právnická osoba, ktorá vedie účty cenných papierov pre jednotlivé organizačné zložky rovnakej právnickej osoby.

¹⁰ Členmi centrálneho depozitára môžu byť: obchodník s cennými papiermi, ktorý je oprávnený poskytovať hlavné investičné služby, je pri poskytovaní investičných služieb oprávnený nakladať s peňažnými prostriedkami alebo investičnými nástrojmi klienta, zahraničný obchodník s cennými papiermi, ktorý je oprávnený na základe povolenia poskytovať investičné služby na území Slovenskej republiky, Národná banka Slovenska a iný centrálny depozitár a zahraničný centrálny depozitár (§ 104 ZCP).

papierom. Ďalšie práva a povinnosti z tohto právneho vzťahu vyplývajú z verejnoprávných predpisov regulujúcich činnosť depozitára.

V centrálnej evidencii sa vedie celá emisia konkrétneho emitenta. Emitent má uzatvorenú zmluvu s centrálnym depozitárom a dostáva úplný výpis z celej emisie, napr. na účely prezentácie akcionárov na valnom zhromaždení a výplaty dividend. Vlastníci cenných papierov v centrálnej evidencii sú zistiteľní (exekútormi, daňovými úradmi, orgánmi činnými v trestnom konaní, súdmi a pod.), a to buď priamo v centrálnej evidencii, ktorú vedie centrálny depozitár, alebo v evidencii, ktorú vedú členovia centrálného depozitára. Centrálny depozitár nemá prístup k údajom na klientskom účte člena, má prístup len k informácii o súhrne počtov cenných papierov podľa jednotlivých emisií v evidencii na klientskom účte člena.

2.3 Účet cenných papierov

Koncepcia jedného druhu účtu cenných papierov podľa zákona č. 600/1992 Zb. o cenných papieroch vedeného Strediskom cenných papierov pre majiteľov na ňom evidovaných cenných papierov sa postupne zmenila tak, aby bolo možné viesť v režime zákonnej evidencie aj účty typu nominee účtov, tzv. držiteľské účty, na ktorých sú evidované údaje o cenných papieroch, ktorých majiteľov eviduje vo svojej evidencii osoba (obchodník s cennými papiermi), pre ktorú bol držiteľský účet zriadený.

Zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch upravuje dva typy majetkových účtov: účet majiteľa, ktorý je vedený na meno majiteľa na nich evidovaných cenných papierov a držiteľský účet, na ktorom sú evidované cenné papiere, ktoré ich majitelia zverili tomu, pre koho bol tento účet zriadený. Táto konštrukcia zabezpečuje, že v prípade úpadku obchodníka s cennými papiermi sa nebudú cenné papiere evidované na držiteľskom účte považovať za majetok obchodníka s cennými papiermi a investori sa budú môcť domáhať ich vydania, a tak vykonávať priame vecné právo k cenným papierom, ktoré sú v držbe obchodníka s cennými papiermi.

Držiteľ cenných papierov (obchodník s cennými papiermi) uvedený na držiteľskom účte nie je majiteľom cenných papierov. Obchodník s cennými papiermi vystupuje pri držaní finančných nástrojov klienta vo vzťahu k tretím osobám vo svojom mene a vo vlastnom mene vykonáva práva spojené s finančnými nástrojmi klienta.¹¹ Údaje o konečných majiteľoch sú evidované v internej evidencii (§ 71h ods. 1 ZCP) obchodníka s cennými papiermi, pre ktorého je držiteľský účet zriadený. Majetok klienta zverený obchodníkovi s cennými papiermi nie je súčasťou majetku obchodníka s cennými papiermi. Obchodník s cennými papiermi je oprávnený uložiť finančné nástroje svojich klientov na účet alebo účty otvorené u tretej osoby. Majitelia cenných papierov sú nositeľmi všetkých povinností vyplývajúcich z vlastníctva cenných papierov vrátane informačných povinností pri nadobudnutí veľkých podielov na emitentoch akcií prijatých na obchodovanie na regulovanom trhu. Držiteľský účet môže zriadiť centrálny depozitár len pre centrálného depozitára, zahraničnú právnickú osobu s obdobným predme-

¹¹ Držiteľskou správou je v zmysle ustanovenia § 6 ods. 10 ZCP správa, pri ktorej právne úkony potrebné na výkon a zachovanie práv spojených s finančným nástrojom pre majiteľa finančného nástroja voči tretím osobám vykonáva vo svojom mene a na účet klienta správca, najmä prijatie finančného nástroja v prospech účtu klienta, dodanie finančného nástroja na ťarchu účtu klienta a pripisovanie úrokov, dividend a iných plnení plynúcich z držania finančného nástroja na účet klienta.

tom činnosti, obchodníka s cennými papiermi, zahraničného obchodníka s cennými papiermi, banku alebo zahraničnú banku s oprávnením na výkon vedľajšej služby držiteľská správa. Na držiteľskom účte eviduje centrálny depozitár údaje o cenných papieroch, ktorých majiteľov eviduje osoba, pre ktorú bol držiteľský účet zriadený.

Na rozdiel od predchádzajúcej úpravy, podľa ktorej účet cenných papierov vznikol v Stredisku cenných papierov v určitých prípadoch zo zákona, bez potreby uzavretia zmluvy medzi konečným vlastníkom a SCP, je v súčasnej právnej úprave zmluva základnou podmienkou, bez ktorej nemôže účet cenných papierov existovať. Účet cenných papierov tak získava zmluvný, súkromnoprávny základ. Účet cenných papierov a jeho vedenie je v slovenskom právnom poriadku verejnoprávne regulovanou finančnou službou. Účet cenných papierov môže mať podľa ZCP podobu buď účtu majiteľa, klientskeho účtu člena, alebo držiteľského účtu.

V prípade cenných papierov evidovaných na klientských účtoch členov a účtoch majiteľa vedených členmi ide o dvojstupňovú evidenciu cenných papierov. Na to, aby mohli byť cenné papiere pripísané na účet cenných papierov, musí tento účet v čase pripísania existovať, na čo je treba uzavrieť zmluvu o vedení účtu cenných papierov. Zmluva o vedení účtu cenných papierov môže existovať nezávisle od toho, či sú na tomto účte evidované nejaké cenné papiere. Pokiaľ sú z účtu cenných papierov cenné papiere odpísané a zostatok je nula, môže zmluva o vedení účtu, ako aj účet cenných papierov naďalej existovať.

2.4 Právna povaha účtu cenných papierov

Účet cenných papierov je súbor elektronických záznamov, ktoré sú uložené v pamäti počítača. Účet cenných papierov je základnou existenčnou podmienkou, bez ktorej nemôžu zaknihované cenné papiere existovať. Právne poriadky, ktoré regulujú evidenciu cenných papierov, predpokladajú jej vedenie v elektronickej podobe a zároveň regulujú náležitosti, ktoré sa týkajú identifikácie účtu cenných papierov, jeho obsah a spôsob jeho vedenia. Účet cenných papierov je účet, na ktorý môže byť cenný papier pripísaný alebo z ktorého môže byť cenný papier odpísaný.¹²

Základnou funkciou účtu cenných papierov je zaznamenávať cenné papiere a ich majiteľov. Účet cenných papierov musí zaznamenávať cenné papiere rovnakého druhu, resp. jednotlivé kategórie cenných papierov, v čom sa odlišuje napr. od peňažného

¹² Podľa čl. 1 písm. (c) Ženevskej dohody UNIDROIT o hmotnoprávných ustanoveniach týkajúcich sa elektronických cenných papierov z 9. októbra 2009, je účtom cenných papierov účet vedený depozitárom, na ktorý môžu byť cenné papiere pripísané alebo z ktorého môžu byť odpísané. Podľa čl. 1 písm. (b) elektronickými cennými papiermi sú cenné papiere pripísané na účet cenných papierov alebo všetky práva k cenným papierom, ktoré vyplývajú zo zostatku na účte cenných papierov.

Podľa čl. 1, písm. (b) Haagskej dohody z 5. júla 2006 o rozhodnom právnom poriadku týkajúcom sa určitých práv k cenným papierom držaným prostredníctvom depozitára (Convention of 5th July 2006 on the Law Applicable to Certain Rights in respect of Securities Held with Intermediary) je účtom cenných papierov účet vedený depozitárom, na ktorý môžu byť cenné papiere pripísané alebo z ktorého môžu byť cenné papiere odpísané. Podľa čl. 1 písm. (f) sú cennými papiermi držanými prostredníctvom depozitára práva majiteľa účtu, ktoré vyplývajú zo zostatku na účte cenných papierov.

Podľa § 8-501(a) Jednotného amerického obchodného zákonníka (Uniform Commercial Code) je účtom cenných papierov účet, na ktorý je alebo môže byť pripísané finančné aktívum v súlade so zmluvou, podľa ktorej sa zmluvná strana, ktorá spravuje účet, zaväzuje zaobchádzať s osobou, pre ktorú je účet spravovaný, ako s osobou, ktorá je oprávnená vykonávať práva inkorporované v tomto finančnom aktíve.

účtu, ktorý eviduje jediný typ zostatku na účte vo forme hotovosti. Účet cenných papierov musí zaznamenávať toľko zostatkov, koľko je druhov cenných papierov pripísaných na účet. V rámci jedného zostatku môžu byť evidované len zastupiteľné cenné papiere jedného druhu. Okrem zaznamenania cenných papierov musí účet cenných papierov označovať osobu majiteľa účtu a priradiť tejto osobe počet cenných papierov, ktoré má pre seba evidované na účte. Touto osobou môže byť buď konečný majiteľ účtu, alebo depozitár. Depozitár vrátane centrálného depozitára môže viesť účet pre konečného majiteľa účtu alebo pre iného depozitára.

Účet cenných papierov je predmetom úpravy verejnoprávných, ako aj súkromnoprávných noriem. Verejnoprávna regulácia vedenia účtov cenných papierov sa uskuťtočňuje prostredníctvom požiadaviek, ktoré sa týkajú vedenia jednotlivých druhov účtov¹³, a prostredníctvom požiadaviek na kapitálové, organizačné a technické vybavenie osoby depozitára¹⁴. Zo súkromnoprávného hľadiska je dôležitá požiadavka vedenia evidencie v elektronickej podobe.

Zo súkromnoprávného hľadiska možno účet cenných papierov považovať za predmet zmluvy o vedení účtu, ktorý je súčasťou tejto zmluvy, alebo ako dôkazný prostriedok, ktorý preukazuje splnenie povinností, ktoré vyplývajú zo zmluvy o vedení účtu, ako aj na preukázanie existencie cenných papierov evidovaných na tomto účte, ako aj práv, ktoré sú spojené s týmito cennými papiermi.

Účet cenných papierov nemožno považovať za vec v právnom zmysle, ktorá by bola spôsobilá byť predmetom napr. vlastníckeho práva, pretože nejde o hmotný predmet. Napriek tomu, že účet cenných papierov nie je hmotným predmetom, je objektom, ktorý je vnímateľný zmyslami, ktorý môže človek ovládať a ktorý má svoj ekonomický úžitok. Skutočnosť, že určitá osoba je majiteľom účtu cenných papierov, automaticky neznamená, že je majiteľom cenných papierov, ktoré sú evidované na tomto účte. V systéme priameho vlastníctva, ktorý sa uplatňuje v SR¹⁵, je majiteľom cenných papierov, ktoré sú zapísané na účte, fyzická alebo právnická osoba, ktorá je vedená ako majiteľ účtu u posledného depozitára vo vlastníckej štruktúre. Touto osobou môže byť aj sám depozitár, pokiaľ je sám konečným majiteľom cenných papierov. Depozitár, ktorý vedie účet cenných papierov pre iné osoby, nie je v tomto systéme majiteľom cenných papierov, ktoré sú registrované na účte cenných papierov, ktoré vedie.

¹³ § 105 zákona č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch ZCP upravuje účet majiteľa, § 105a upravuje držiteľský účet, § 105b upravuje technický účet, § 106 upravuje klientsky účet člena

¹⁴ § 100 zákona č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch

¹⁵ V anglosaských právnych poriadkoch (napr. Anglicko, Írsko, Cyprus, Malta) je majiteľ účtu cenných papierom vo vzťahu k cenným papierom, ktoré sú vedené na tomto účte, v postavení ekonomického vlastníka. Vo vzťahu k ostatným majiteľom, ktorí majú svoje cenné papiere evidované u rovnakého depozitára, je majiteľ účtu cenných papierov v postavení pomerného oprávneného držiteľa (Equitable tenant in common). Toto ekonomické vlastníctvo majiteľa účtu má vecný charakter (Proprietary interest). V anglickom práve bude právnym vlastníkom zaknihovaných cenných papierov konečného majiteľa účtu depozitár na najvyššej úrovni vlastníckej štruktúry. Tento depozitár drží cenné papiere pre beneficenta v rámci trustu. Beneficientom môže byť buď konečný majiteľ účtu, alebo iný depozitár, ktorý drží tieto cenné papiere v truste pre ďalších beneficentov.

Záver

Koncepcia zaknihovaných cenných papierov evidovaných v Stredisku cenných papierov splnila svoju úlohu pri kupónovej privatizácii. S rozvojom kapitálového trhu sa táto koncepcia stala nevyhovujúcou najmä z dôvodu, že táto evidencia nepočítala so vznikom tzv. držiteľských účtov, t. j. účtov, na ktorých sú cenné papiere držané sprostredkovateľom (držiteľom – obchodníkom s cennými papiermi), pre zákazníkov iného sprostredkovateľa. To viedlo neskôr k rozhodnutiu nahradiť koncepciu Strediska cenných papierov spôsobom evidencie, ktorý by umožňoval nepriame držanie zaknihovaných cenných papierov. Tak bol tento centralizovaný jednostupňový systém nahradený dvojstupňovým decentralizovaným súkromnoprávnym systémom, kde okrem centrálného depozitára, ktorý od Strediska cenných papierov prevzal centrálnu evidenciu zaknihovaných cenných papierov, môžu vykonávať samostatnú evidenciu zaknihovaných cenných papierov napr. členovia centrálného depozitára, ktorými sú banky a obchodníci s cennými papiermi. Na rozdiel od predchádzajúcej úpravy, podľa ktorej účet cenných papierov vznikol v Stredisku cenných papierov v určitých prípadoch zo zákona, bez potreby uzavretia zmluvy medzi konečným vlastníkom a SCP, je v súčasnej právnej úprave zmluva základnou podmienkou, bez ktorej nemôže účet cenných papierov existovať. Účet cenných papierov tak získava zmluvný, súkromnoprávny základ.

Zoznam bibliografických odkazov

- Haagska dohoda z 5. júla 2006 o rozhodnom právnom poriadku ohľadne určitých práv k cenným papierom držaným prostredníctvom depozitára
- Kotásek, J., Pihera, V., Pokorná, J., & Vítek, J. (2014). *Právo cenných papírů*. Praha: C.H.Beck.
- Maffei, A. (2015). De la nature juridique des titres dématérialisés en droit français. *Revue de droit uniforme. Uniform Law Review*, 1/2, 242.
- Zákon č. 566/2001 Z. z. o cenných papieroch v znení neskorších predpisov
- Zákon č. 600/1992. Zb. o cenných papieroch v znení neskorších predpisov
- Ženevská dohoda UNIDROIT o hmotnoprávných ustanoveniach týkajúcich sa elektronických cenných papierov z 9. októbra 2009

Prehlbovanie vzájomnej zahraničnoobchodnej spolupráce Slovenska s Ukrajinou v období globálnych geopolitických zmien¹

Elena Kašťáková² - Dáša Bebiaková³

The Deepening of the Mutual Foreign Trade Cooperation between Slovakia and Ukraine in the Period of the Global Geopolitical Change

Abstract

Ukraine is his political guidelines not only opens up the world community, but also plays an active role in global integration processes in the international arena. Among the EU's eastern neighbours copulating on their most important partners. The aim of this paper is to examine the development of foreign trade relations between the Slovak Republic and Ukraine, and a detailed analysis of bilateral trade and investment activities to establish the possibility of deepening the development of mutual cooperation in the research area. Increased economic cooperation with Ukraine, Slovakia may have positive effects mutual growth economies, thus further deepen the integration processes within the EU.

Key words

Slovakia, Ukraine, foreign trade cooperation, foreign trade, investment activities

JEL Classification: F21, F14

Úvod

V dnešnom globálnom hospodárskom usporiadaní nastávajú významné zmeny, na ktoré musí reagovať aj obchodná politika SR. Pri súčasnom stave otvorenosti slovenskej ekonomiky vystupuje do popredia potreba zvyšovania jej vonkajšej konkurenčnej schopnosti. Nadobudnutím nezávislosti Ukrajiny v roku 1991 sa Ukrajina začala orientovať na zahraničnopolitické priority aj na zahraničnoobchodnú orientáciu v období globálnych geopolitických zmien.

Ukrajina je po Rusku druhou najväčšou krajinou v Európe. Predstavuje dôležitý priestor prístupu k oblasti Kaukazu. Pôsobenie súperenia susedských mocností o územie Ukrajiny v minulých obdobiach spôsobilo konflikt a pôsobenie rôznych kultúr, ktoré ovplyvnili západ krajiny. Ten je viac orientovaný na spoluprácu so západnými partnermi, zatiaľ čo Ukrajinci na východe Ukrajiny používajú vo väčšej miere ruský jazyk a spolupracujú s Ruskom (SARIO, 2014).

¹ The paper is a part of scientific project VEGA no. 1/0391/13 *Importance of third countries for the strategic development objectives of the EU in the post-crisis period (with implications for the Slovak economy).*

² doc. Ing. Elena Kašťáková, PhD.; University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce, Department of International Trade, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: elena.kastakova@euba.sk

³ Dáša Bebiaková, Ph.D. student; University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce, Department of International Trade, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: dasa.bebiakova@gmail.com

Prienik slovenských firiem na trh Ukrajiny je v súčasnosti dôležitý vzhľadom na veľkosť trhu UA, jeho relatívnu nenasýtenosť, geografickú a jazykovú blízkosť, vzhľadom na budúcu konsolidáciu tohto trhu, perspektívu euro-integrácie Ukrajiny a v neposlednom rade vzhľadom na postupné obsadzovanie ukrajinského trhu domácimi a zahraničnými spoločnosťami.

1 Metodika práce

Cieľom daného príspevku je preskúmať vývoj zahraničnoobchodných vzťahov medzi Slovenskom a Ukrajinou a na základe podrobnej analýzy vzájomného obchodu a investičnej činnosti stanoviť možnosti prehlbovania ich vzájomnej spolupráce v skúmanej oblasti.

Na dosiahnutie cieľa sa využili viaceré teoretické metódy, ktoré boli použité vo forme všeobecných metód (abstrakcie, analýzy, syntézy, dedukcie a indukcie). Zároveň sa v práci využili aj empirické metódy, hlavne metóda komparácie na porovnanie krajiny, regiónov a dosiahnutých výsledkov. Na sprehládnenie údajov o zahraničnom obchode sa použili špeciálne metódy, a to hlavne exaktné či grafické zobrazenia.

Pre tento výskum bol zdrojom Štatistický úrad SR a EUROSTAT, ktorý poskytoval údaje slúžiace na analýzu vzájomného zahraničného obchodu medzi Slovenskom a Ukrajinou. Tovarová štruktúra vzájomného zahraničného obchodu bola klasifikovaná podľa nomenklatúry harmonizovaného systému. Pri výskume zahraničného obchodu Ukrajiny sme vychádzali z údajov Štatistického úradu Ukrajiny a tovarová štruktúra Ukrajiny bola posudzovaná na základe SITC podľa štatistiky UNCTADSTAT.

2 Výsledky a diskusia

V oblasti slovensko-ukrajinských zahraničnoobchodných vzťahov bol prvý dokument upravujúci naše bilaterálne vzťahy *Dohoda o dobrom susedstve, priateľských vzťahoch a spolupráci medzi Slovenskou republikou a Ukrajinou* podpísaná slovenským prezidentom M. Kováčom v rámci oficiálnej návštevy Ukrajiny 29. až 30. júna 1993. Napriek všetkým snahám vzájomná spolupráca stagnovala. Pozitívny prelom v slovensko-ukrajinských vzťahoch nastal v rokoch 2000 – 2001. K prvému polroku 2008 je v ukrajinsko-slovenskej zmluvnoprávnej báze platných 50 zmlúv, dohôd, iných dvojstranných medzinárodných dokumentov, podrobne upravujúcich medzi iným aj vzájomné obchodné aktivity štátov. K najdôležitejším obchodným dohodám patria: (MZV a EZ SR, 2015)

- Dohoda medzi vládou SR, vládou Ruskej federácie a Kabinetom ministrov Ukrajiny o preprave jadrových materiálov medzi SR a Ruskou federáciou cez územie Ukrajiny – podpísaná 21. 10. 2010;
- Dohoda o spolupráci medzi Úradom pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo SR a Štátnym výborom Ukrajiny pre technickú reguláciu a spotrebiteľskú politiku v oblasti normalizácie, metrológie a posudzovania zhody – podpísaná 28. 10. 2010;

- Protokol o zmenách a doplnení Dohody medzi vládou SR a Kabinetom ministrov Ukrajiny o leteckej doprave – podpísaný 6. 10. 2010;
- Protokol o spolupráci MZV SR a MZV Ukrajiny – podpísaný 6. 10. 2010;
- Protokol medzi Colným riaditeľstvom SR a Štátnou colnou službou Ukrajiny o organizácii výmeny informácií o tovaroch a dopravných prostriedkoch pri prechode cez štátnu hranicu SR/Ukrajina – podpísaný 18. 9. 2009;
- Memorandum o spolupráci medzi Národnou agentúrou pre rozvoj malého a stredného podnikania a Štátnym úradom Ukrajiny pre regulačnú politiku a rozvoj podnikania – NADSME/MH SR – podpísané 3. 9. 2013 počas 4. zasadnutia MVK pre hospodársku, priemyselnú a vedecko-technickú spoluprácu.

V súčasnosti medzi Slovenskom a Ukrajinou sú rozpracované tieto dohody (MZVaEZ SR, 2015):

1. Zmluva medzi Slovenskou republikou a Ukrajinou o postúpení zodpovednosti za riadenie leteckých dopravných služieb;
2. Dohoda medzi vládou Slovenskej republiky a Kabinetom ministrov Ukrajiny o zmene Dohody medzi vládou Slovenskej republiky a vládou Ukrajiny o železničnej doprave cez štátnu hranicu podpísanej 15. júna 1995;
3. Memorandum o spolupráci medzi SARIO a Štátnou agentúrou investícií a národných projektov Ukrajiny;
4. Memorandum o spolupráci medzi Ministerstvom pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky a Ministerstvom agrárnej politiky a potravinárstva Ukrajiny v oblasti prispôsobovania sa agrárneho sektora normám a štandardom EÚ;
5. Memorandum o vzájomnom porozumení a spolupráci v oblasti pozemkových vzťahov a rozvoja vidieka medzi Ministerstvom pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky a Ministerstvom agrárnej politiky a potravinárstva Ukrajiny.

2.1 Vývojové tendencie zahraničného obchodu Ukrajiny

Každá krajina disponuje rôznym objemom nerastného bohatstva, ktoré určitým spôsobom ovplyvňuje jej podnikateľské prostredie. Schopnosť správneho využitia takýchto zdrojov surovín a ich efektívne využívanie vo veľkej miere ovplyvňuje ekonomické výsledky danej krajiny. Proces zapájania krajiny do vonkajších hospodárskych vzťahov umožňuje zmiernovať vlastné komparatívne nevýhody, ale takisto poskytuje aj určité komparatívne výhody. Týmto môže eliminovať deficit, či už surovín, technológií, kvalifikovanej pracovnej sily, alebo statkov, ktoré krajina nie je schopná vyrobiť. Čím je miera otvorenosti ekonomiky vyššia, tým je aj podiel na medzinárodnom obchode väčší. Začlenenie krajiny do procesov medzinárodnej del'by práce rozvíja importné a exportné možnosti krajiny, čo sa prejaví na hospodárskom raste a jej konkurencieschopnosti. Rozsah zahraničného obchodu je determinovaný vnútornými možnosťami krajiny a závisí od historických, prírodných, technických, politických a ekonomických podmienok. V období globalizácie pozorujeme čoraz väčšiu vzájomnú prepojenosť krajín a interdependenciu z hľadiska ekonomickej spolupráce, čo prerastá až do medzinárodnej ekonomickej integrácie.

Smerovanie zahraničnoobchodnej politiky Ukrajiny ovplyvňuje aj geostrategická poloha, keďže oddeľuje EÚ od Ruska. Namierená zahraničná politika na integráciu do európskych a euroatlantických štruktúr (EÚ, NATO) sa stretáva s nesúhlasom časti obyvateľstva a takisto aj Ruska. Ukrajina bude z pohľadu obchodných a ekonomických vzťahov aj ďalej upriamená na spoluprácu s RF a krajinami SNŠ. No v súčasných zahraničnoobchodných vzťahoch sa začína orientovať na EÚ. Vzájomné rokovania o vytvorení zóny voľného obchodu medzi EÚ a Ukrajinou priniesli krajine obchodné výhody v podobe rozšírených možností vývozu, ktoré nastali vďaka zníženiu tarifných a netarifných obmedzení⁴ pre dovoz ukrajinských tovarov na všetky významné svetové trhy. Súčasne ďalšou výhodou je aj ochrana domácej výroby, harmonizácia legislatívy s legislatívou WTO a zjednocovanie noriem a certifikácií. (Kašťáková et al., 2009)

Podrobný vývoj zahraničného obchodu Ukrajiny v rokoch 2009 – 2013 je znázornený v tabuľke 1.

Tab. 1 Vývoj zahraničného obchodu Ukrajiny v rokoch 2009 – 2013 (v mld. USD)

	2009	2010	2011	2012	2013
Vývoz	49,3	63,2	82,2	82,4	76,1
Dovoz	50,6	66,2	88,2	91,4	84,6
Obrat	99,9	129,4	170,4	173,8	160,7
Saldo	-1,3	-3	-6	-9	-8,5

Zdroj: spracované autorkami podľa ŠÚU (2014)

Obrat zahraničného obchodu Ukrajiny v roku 2013 poklesol o 13,1 mld. USD oproti predchádzajúcemu roku, čo je takmer o 7,5 %. Príčinou bolo zníženie dovozu a vývozu oproti predošlým rokom, u oboch ukazovateľov približne o 7,5 %. Na hodnotách zobrazených v tabuľke 1 pozorujeme v rokoch 2010 – 2011 výrazné asi 30-percentné tempo rastu importu a exportu, čo znamená, že negatívne dosahy svetovej hospodárskej krízy, keď dochádzalo k prepadu obchodu, sa postupne utlmujú. Pričom zahraničný obchod a vzájomné vzťahy ožívajú do bodu, keď od roku 2012 začína tempo rastu stagnovať a postupne klesať. Dlhodobu pasívne saldo obchodnej bilancie naznačuje potrebu efektívneho zvýšenia vývozu a reštrukturalizácie obchodnej výmeny so zahraničím. Pokiaľ budú v štruktúre exportu prevažovať tovary s nízkou pridanou hodnotou a v štruktúre importu s vysokou, tento negatívny trend bude aj naďalej negatívne ovplyvňovať celú makroekonomickú situáciu na Ukrajine.

Ukrajina v roku 2013 uskutočňovala zahraničnoobchodné operácie s partnermi takmer z 215 krajín sveta. Najväčším obchodným partnerom podľa objemu obratu boli krajiny SNŠ s podielom približne 39 %. Medzi nimi si prvenstvo obsadilo Rusko ako veľmi významná svetová ekonomika. V sledovanom období tesne za krajinami SNŠ nasledovali krajiny EÚ s podielom 29,4 % a krajiny Ázie s podielom 22,8 %. V teritoriálnej štruktúre zahraničného obchodu Ukrajiny boli zachované trendy poklesu obchodovania s krajinami SNŠ, podiel krajín EÚ bol nezmenený a, naopak, bol zaznamenaný rast ostatných krajín, najmä ázijského regiónu.

⁴ Po osamostatnení Ukrajiny na nezávislý štát boli import a export obmedzované prísnyimi netarifnými obmedzeniami, napr. licenciami, kvótami. Vstupom krajiny do WTO sa situácia výrazne zmenila.

V ostatnom desaťročí v rámci štruktúry ukrajinského exportu najviac prevažovali práve odvetvia, ako sú: ťažba uhlia, hutníctvo, chemický a ťažký priemysel. Ukrajina sa na medzinárodných trhoch radí k najvýznamnejším exportérom ocele. Takáto štruktúra ekonomiky je veľmi zraniteľná, čo sa prejavilo hlavne počas globálnej hospodárskej a finančnej krízy v rokoch 2008 – 2009, keď ukrajinský export poklesol takmer o 50 %. Krajina bola vážne zasiahnutá poklesom dopytu po oceliarskych výrobkoch, čím sa zvýraznila už jestvujúca finančná a hospodárska zraniteľnosť štátu. V 90. rokoch minulého storočia z pohľadu podielu exportu na HDP Ukrajiny sa prejavil progresívny trend a v roku 2010 stabilizácia na úrovni 45 % – 50 %. Podiel importu na HDP bol na Ukrajine väčší, čo sa prejavilo v podobe dlhodobého pasívneho salda jej obchodnej bilancie (Rental & Kozhabayeva, 2010).

V ostatných piatich rokoch komoditná štruktúra importu Ukrajiny nemala výrazné výkyvy. V roku 2013 prvenstvo v štruktúre dovážaných tovarov na Ukrajinu patrilo minerálnym palivám takmer s tretinovým podielom na celkovom ukrajinskom dovoze (30,94 %), čo predstavovalo 26 192,813 mil. USD. Druhé miesto v importe dosiahli stroje a dopravné prostriedky (25,23 %), za nimi nasledovali chemikálie a príbuzné prostriedky s 13,21-percentným podielom a priemyselný tovar (12,52 %). Ďalšími importnými tovarovými skupinami boli nápoje a tabak (1,18 %) v hodnote 998,811 mil. USD, komodity a predmety obchodu (0,96 %) a živočíšne a rastlinné oleje a tuky (0,41 %) (UNCTADSTAT, 2014).

2.2 Vývoj vzájomného zahraničného obchodu

Ukrajina je pre SR významným a strategickým partnerom z pohľadu dodávateľa surovín na ich ďalšie spracovanie na Slovensku. Prakticky viac ako 80 % surovín je dovážaných práve z Ukrajiny a krajín Spoločenstva nezávislých štátov (SNŠ). Vývoj zahraničného obchodu Slovenska s Ukrajinou v období od roku 2008 do 2013 mal mierne klesajúcu tendenciu, i keď v roku 2013 sme pozorovali 7-percentný nárast. Podrobný prehľad vzájomného zahraničného obchodu medzi Slovenskom a Ukrajinou je znázornený v tabuľke 2.

Tab. 2 Vývoj zahraničného obchodu Slovenska s Ukrajinou v rokoch 2008 – 2013
(v mil. EUR)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Vývoz na Ukrajinu	504,7	252,3	368,8	471,9	442,1	479,3
Dovoz z Ukrajiny	665,9	291,8	445,5	607,8	593,3	628,7
Obrat	1 170,6	544,1	814,3	1 079,7	1 035,4	1 108,0
Saldo	161,2	39,5	-76,7	-135,9	-151,2	-149,4

Zdroj: spracované autorkami podľa údajov ŠÚ SR (2014)

V roku 2013 slovenský export na Ukrajinu tvoril iba 0,74 % z celkového slovenského exportu a narástol o 8,4 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom (Kašťáková & Ružeková, 2014).

V tovarovej štruktúre slovenského exportu na Ukrajinu najväčší podiel predstavovali: osobné automobily s podielom 12,92 %, nasledovali telekomunikačné zariadenia

(8,4 %); naplocho valcované železo a oceľ (8,1 %); ostatné surové minerály (7,2 %); papier a lepenka (4,6 %); ostatné plastické látky v prvotných formách (4,4%); výrobky zdravotníckej, inštaláčnej a vykurovacej techniky (2,8 %); čerpadlá, kompresory a ventilátory (2,6 %); valcované železo a oceľ (2,5 %); elektrická energia (2,0 %); elektrické a mechanické zariadenia pre domácnosť (2,0 %); kancelárske stroje (1,8 %); stavia z hliny a žiaruvzdorné (1,5 %); televízne prijímače (1,3 %); polyméry vinylchloridu (1,2 %); papier a lepenka (1,2 %) (MH SR, 2014).

V roku 2013 slovenský import z Ukrajiny na Slovensko predstavoval 1,05-percentný podiel z celkového slovenského dovozu tovarov. V komoditnej štruktúre vzájomného importu najväčší podiel predstavovala: železná ruda a koncentráty (51,8 %); zemný plyn (8,1%); prostriedky na rozvod elektrickej energie (7,6 %); valcované železo a oceľ (7,1 %); uhlie neaglomerované (6,8 %), pánske a chlapčenské odevy (1,8 %); dyhy, preglejky a opracované drevo (1,6 %); surové a namorené drevo (1,3 %) (MH SR, 2014).

V súčasnosti je prienik slovenských firiem na trh Ukrajiny strategicky dôležitý vzhľadom na veľkosť a rozsiahlosť ukrajinského trhu, jeho relatívnu nenasýtenosť, geografickú a jazykovú blízkosť, na budúcu konsolidáciu tohto trhu a takisto jeho perspektívu v integračných procesoch s EÚ. Ukrajinský trh predstavuje pre slovenské firmy značný potenciál, jeho plné využitie závisí od realizácie ekonomických reforiem s ukrajinskou vládou, od tempa štandardizácie podnikateľského a investičného prostredia danej krajiny (Rokovania, 2014).

2.3 Vývoj obchodno-investičnej spolupráce medzi Slovenskom a Ukrajinou

Vyhliadky obchodno-investičnej spolupráce Slovenska s Ukrajinou budú závisieť od kľúčových podmienok. Prienik slovenských spoločností na ukrajinský trh je dôležitý z hľadiska vyjadrenia veľkosti trhu Ukrajiny, ktorý sa vyznačuje relatívnou, geografickou a lingvistickou obnovou, ktorá je rešpektovaná budúcou konsolidáciou trhu, zároveň je perspektívou Európskej integrácie Ukrajiny a v neposlednom rade vedie k postupnému etablovaniu domácich a zahraničných spoločností na ukrajinský trh. Ukrajina je perspektívny trh pre slovenské spoločnosti, ktoré vyjadrujú značný potenciál, pričom úroveň ich rozvinutosti závisí od stupňa vykonávania hospodárskych reforiem a pre ich plné využitie si vláda Ukrajiny stanovila tempo ďalšej štandardizácie podnikateľského a investičného prostredia Ukrajiny prostredníctvom euro-integračného procesu. Ukrajinská infraštruktúra prešla čiastočnou modernizáciou (viditeľné zmeny sú v zlepšení prevádzky, imidžu a kapacity medzinárodného letiska) takisto bolo zavedené vysokorýchlostné vlakové spojenie. Čo sa týka reforiem, tak Ukrajina prijala nové reformy na založenie nových spoločností, súčasne znížila náklady na ich založenie a zjednodušila rôzne administratívne úkony spojené s nastavením start up firiem. Na základe toho znížila výšku daní, vykonala reformu súdnictva, posilnila pôsobnosť finančných sektorov (EU – Ukraine Association Agreement, 2014).

Ukrajina je pre SR dôležitým strategickým partnerom z pohľadu dodávania surovín pre ďalšie spracovanie v SR. Najvyššia koncentrácia slovenských podnikov sa nachádza v pohraničí zakarpatskej oblasti. Priame zahraničné investície sú najviac zastúpené v oblasti Kyjeva (32 %), ďalej tiež Dnepropetrovskej oblasti (10 %), Doneckej ,

Charkovskej, Odeskej, Ľvovskej a Zakarpatskej oblasti. Ukrajina je stále dôležitejším partnerom SR v oblasti obchodu a hospodárskej spolupráce a je veľmi dôležitým dodávateľom energií prostredníctvom dopravných koridorov. Tieto dopravné koridory spájajú SR a Ukrajinu prostredníctvom stabilného rastu a vzájomného obratu, ktoré tvoria geografickú blízkosť. Vďaka tomu poskytujú do budúcnosti ďalšie možnosti permanentného posilnenia vzájomnej obchodnej spolupráce, ale len dovtedy, dokedy v rámci zahranično-politických vzťahov bude Ukrajina riadená nezávisle (CEER, 2015).

Prebiehajúci ukrajinsko-ruský konflikt výrazne znehodnotil ukrajinskú hrivnu, a tým zároveň aj oslabil ukrajinských kupujúcich. Aj to je jeden z vplyvov tejto politickej krízy u našich východných susedov, ktorá komplikuje obchodno-investičnú spoluprácu slovenských firiem s Ukrajinou. Tento prípad si konkrétne predstavíme na základe zistenia z prostredia jednotlivých slovenských firiem, ktoré vidíme aj v obr. 1. Tieto firmy pôsobia na Ukrajine alebo obchodujú s Ukrajinou. Podľa finančného riaditeľa spoločnosti Chemosvit Fólie: „Devalvácia hrivny spôsobuje, že sa stretávame s menším záujmom ukrajinských zákazníkov o tovary našej spoločnosti“ (FINWEB, 2015). Podľa neho spoločnosť plánovala na Ukrajine modernizovať a rozšíriť výrobné kapacity. Teraz sa však rozhodla svoje plány zmraziť minimálne do okamihu, kým sa situácia v krajine nezlepší. Podnikateľov však neznepokojuje iba situácia na Ukrajine, ale na druhej strane sa aj obávajú vyhrotenia konfliktov medzi Ruskom a Západom. Podľa obchodného riaditeľa žilinskej firmy Eltec Mariána Adamicu, ktorého spoločnosť vyrába energetické systémy budú do obchodných aktivít a spolupráce Slovenska a Ukrajiny zasahovať možné sankcie voči Moskve a prostredníctvom nich môže dôjsť k poklesu investičných a nákupných aktivít zo strany ruských investorov. Ďalej podľa analytika firmy Bisnode Michala Ričača a ďalších odborníkov, ktorí sa vyjadrili, že keď bude ukrajinsko-ruská kríza pokračovať, tak to poznačí aj slovenskú ekonomiku. Táto zvýšená neistota vyjadrená ďalším vývojom ukrajinsko-ruských vzťahov je pre mnoho firiem veľkou záťažou. Slovenské firmy takisto pozorne sledujú, čo sa za našimi východnými hranicami deje. Podľa riaditeľa Chemosvitu Fólie Jaroslava Mervarta vývoj obchodno-investičnej spolupráce bude veľmi závisieť od prípadných colných zmien, či už smerom do Ruska, alebo do Európskej únie. Ďalej sa vyjadril, že spoločnosť zatiaľ priamy vplyv krízy na Ukrajinu nepocítiť. Výroba fólií, ktorou sa spoločnosť zaoberá hlavne pre elektrotechnický a potravinársky priemysel v ukrajinskom Lucku, pokračuje v normálnom režime. Ďalšia firma, ktorá nepocítiť vplyv ukrajinskej krízy, je firma Ozex, ktorá sa zaoberá výrobou pánskych odevov, ktorá má sídlo na juhu Zakarpatskej oblasti Ukrajiny a zamestnáva 600 zamestnancov. Avšak na druhej strane žilinská firma Elteco utlmila svoje aktivity na Ukrajine ešte pred začiatkom ukrajinskej krízy, ktorá sa začala v roku 2013 a takisto podľa obchodného riaditeľa Mariana Adamicu spozorovala pokles investičných a nákupných aktivít zo strany ruských investorov. Podľa neho je hlavný problém v oblasti kurzu, pretože klesajúci rubel predražuje nákupy ruských klientov a súčasne veľkým problémom sú aj embargá a sankcie voči Rusku (Finweb, 2015).

Obr. 1 Priame zahraničné investície slovenských spoločností na Ukrajine

Zdroj: Finweb. (2015). *Ukrajina straší slovenský biznis, väčšou hrozbou je však Rusko*. Dostupné 15.02.2015, na <http://finweb.hnonline.sk/ukrajina-straši-slovensky-biznis-vacsou-hrozbou-je-ale-rusko-608512>

Počas ozbrojeného konfliktu Ruska a Ukrajiny bola významnou udalosťou ratifikácia asociačnej dohody Európskym parlamentom a Najvyššou radou Ukrajiny, ktorá sa uskutočnila 27. júna a 16. septembra 2014. Prostredníctvom asociačnej dohody by mala začať platiť k decembru 2015 prehĺbená a komplexná dohoda o voľnom obchode (ďalej len DCFTA). Na základe tejto dohody slovenské podnikateľské prostredie prejavilo záujem o posilnenie spolupráce s Ukrajinou. Táto spolupráca by mala zasahovať do obchodnej, ekonomickej a investičnej oblasti. V týchto oblastiach vzrástol obchodný obrat viac ako o 12,5 % a v rámci slovenských investícií na Ukrajine viac ako o 47 %. Vytvorenie zóny voľného obchodu Ukrajiny a EÚ sa javí ako významná perspektíva posilnenia ukrajinsko-slovenskej investičnej spolupráce (Samokhalov, 2014).

Avšak Rusko podniká kroky na diskreditáciu zóny voľného obchodu medzi Ukrajinou a EÚ, pretože sa obáva, že jeho výrobky nebudú schopné konkurovať európskym výrobkom na ukrajinskom trhu. Na druhej strane však EÚ prijala riešenie rozšíriť režim preferencií v obchode s Ukrajinou do konca roka 2015. Na základe toho je vývoz ukrajinských tovarov na EÚ trh liberalizovaný a je vytvorená jednostranná zóna voľného obchodu zo strany EÚ. Na základe jednostrannej liberalizácie a colných preferencií zo strany EÚ voči Ukrajine sa vyjadruje pozitívny účinok na naše poľnohospodárstvo a na priemysel, ktorý sa zaoberá spracovaním poľnohospodárskej produkcie. Na druhej strane musíme brať ohľad na prebiehajúcu situáciu na Ukrajine, najmä anexiu Krymu a vonkajšiu agresiu na východe Ukrajiny. Na druhej strane musíme pripomenúť, že Ukrajina sa uberá geopolitickou westernizáciou a sociálno-politickou konsolidáciou, ktorú výrazne pociťuje aj obchodno-investičná oblasť vzťahov Slovenska a Ukrajiny (Parlamentný kuriér, 2015).

Záver

V poslednom období sme boli svedkami nárastu makroekonomických nerovnováh, ktoré majú priamy vplyv na zahraničný obchod. Tento problém je hlavne o politicko-ekonomickej kríze medzi Ruskom a Ukrajinou. Cieľom zabrániť podobnému vývoju a obnoviť rast prišla Európska komisia s návrhom sankcií, ktoré by mali byť súčasťou širšieho prístupu EÚ voči Rusku. Toto úsilie pripomína, že jediným cieľom týchto sankcií je zasiahnuť ruskú vládu, aby zmenila svoju súčasnú politiku a prispela zmysluplne k mierovému riešeniu ukrajinskej krízy. Na základe toho sa zdôrazňuje, že treba zachovať posilnenie alebo reverzibilitu reštriktívnych opatrení EÚ, ktoré závisia od ruského postoja a od riešenia situácie na Ukrajine.

Európska komisia sa snaží riešiť túto nepriaznivú hospodársku situáciu, ktorá prebieha na Ukrajine. Takisto sa snaží riešiť problémy a zdôrazňuje význam záväzku medzinárodného spoločenstva na podporu hospodárskej a politickej stabilizácie a reforiem na Ukrajine. Ďalej Komisia vyzýva členské štáty, aby vytvorili hlavný plán pomoci na zlepšenie podmienok na Ukrajine na základe bázy „viac za viac“. Prostredníctvom týchto opatrení by sa malo zvýšiť úsilie pri poskytovaní pomoci Ukrajine pomocou organizovania investičných konferencií pre darcov v znamení spolupráce s medzinárodnými finančnými inštitúciami. Táto spolupráca by mala byť rozvíjaná s cieľom ďalšieho vymedzenia krokov hospodárskeho a finančného oživenia Ukrajiny, ktoré víta akúkoľvek podporu. Momentálne je poskytnutý balík pre Ukrajinu v hodnote 11 miliárd Eur z Medzinárodného menového fondu, ktorý bude vyplatený v priebehu niekoľkých rokov, ako aj návrh Komisie na rozšírenie tohto balíka o ďalších 1,8 miliardy Eur vo forme strednodobých úverov.

Daný príspevok sa snažil zhodnotiť postavenie slovensko-ukrajinského zahraničného obchodu v rámci diskusií o jednotlivých ukazovateľoch, ktoré tlmočia ich hodnotu a relevantne hodnotia riziko nerovnováhy. Relevancie príspevku spočívajú v celkovom obraze o súčasnom stave ekonomiky. Pri pohľade na vnútorné i vonkajšie ukazovatele sme vyjadrili kľúčové otázky a vyhliadky na budúci ekonomický vývoj Ukrajiny.

Charakter ekonomiky sa vyvíja prostredníctvom predikátov vysokej zraniteľnosti, ktoré sú ovplyvňované vnútornými a vonkajšími šokmi, ktoré sú zodpovedné za súčasný vplyv ukrajinskej krízy, ktorá sa postupne rozširuje a zároveň dostáva do vývoja ekonomiky Ukrajiny. Pomocou porušovania určitých prahových hodnôt sme sa snažili poskytnúť ďalšie hospodárske ukazovatele, ktorými ospravedlňujeme argumenty nerovnováhy a nepravdepodobnosti celkového vývoja. Argumenty zvyčajne vychádzajú z fázy vývoja ekonomiky s nastolenými negatívnymi účinkami, ktoré zdanlivo vyjadrujú budúce nepriaznivé trendy. Na druhej strane sme venovali pozornosť občas problému s kľúčovým významom pre budúcu stabilitu a udržateľný rast produktivity práce a exportnej výkonnosti.

Zoznam bibliografických odkazov

CEER. (2015). *National report 2013 submitted as of 30. June 2014*, Retrieved January 06, 2015, from

- http://www.ceer.eu/portal/page/portal/EER_HOME/EER_PUBLICATIONS/NATIONAL_REPORTS/National%20Reporting%202014/NR_En/C14_NR_Slovakia-EN.pdf
- EU – Ukraine Association Agreement. (2014). *Guide to the association agreement*. Retrieved December 20, 2014, from http://eeas.europa.eu/images/top_stories/140912_eu-ukraine-association-agreement-quick_guide.pdf
- Finweb. (2015). *Ukrajina straší slovenský biznis. Väčšou hrozbou je ale Rusko*. Dostupné 15. 02. 2015, na <http://finweb.hnonline.sk/ukrajina-strasi-slovensky-biznis-vacsou-hrozbou-je-ale-rusko-608512>
- Kašťáková, E. et al. (2009). *Zahraničnoobchodné vzťahy EÚ s vybranými tretími krajinami (Rusko, Ukrajina, Čína, Brazília a Mexiko)*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- Kašťáková, E., & Ružeková, V. (2014). *Zahraničnoobchodné vzťahy EÚ s vybranými tretími krajinami III (Južná Kórea, Kanada, Ukrajina a Rusko)*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- MH SR (2014). *Ekonomická informácia o teritóriu – Ukrajina*. Dostupné 05. 08.2014, na <http://www.economy.gov.sk/obchodna-spolupraca-sr-s-jednotlivymi-krajinami-podpora-exportu-6663/128348s>
- MZVaEZ SR (2015). *Ukrajina*. Dostupné 10. 01. 2015, na [http://www.mzv.sk/App/WCM/ZU/kyjevzu/main.nsf/vw_ByID/ID_6554E7EB55A7C951C1257A3000547D7E_SK/\\$File/Analyza_vyvoja_zahranicneho_obchodu.pdf](http://www.mzv.sk/App/WCM/ZU/kyjevzu/main.nsf/vw_ByID/ID_6554E7EB55A7C951C1257A3000547D7E_SK/$File/Analyza_vyvoja_zahranicneho_obchodu.pdf)
- Parlamentný kuriér. (2015). *Náš osud záleží od nás*. Dostupné 15. 02. 2015, na <http://www.parlamentnykurier.sk/kur234a235-14/pk234a235-14.pdf>
- Raneta, L., & Kozhabayeva, A. (2010). Makroekonomické porovnanie štátov SNŠ. Prípadová štúdia – Ukrajina a Kazachstan. *Medzinárodné vzťahy*, 10(3), 68 – 69.
- Rokovania. (2014). *Zameranie zahraničnej a európskej politiky Slovenskej republiky na rok 2014*. Dostupné 10. 01. 2014. na <http://www.rokovania.sk/Rokovanie.aspx/BodRokovaniaDetail?idMaterial=23004>
- Samokhvalov, V. (2014). *Relations in the Russia-Ukraine-EU triangle*. Retrieved December 20, 2014. from https://www.academia.edu/8977434/Ukraine_between_Russia_and_the_European_Union_Triangle_Revisited_Europe-Asia_Studies_forthcoming
- SARIO. (2015). *Ukrajina*. Dostupné 03. 01. 2015, na <http://www.sario.sk/sites/default/files/content/files/Ukrajina.pdf>
- ŠÚ SR. (2015). *Ukrajina*. Dostupné 7. 02. 2015, na http://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/home!/ut/p/b1/04_Sj9CPyKssy0xPLMnMz0vMAfGjzOIDzT0tnJwMHQ0s_IJcDTxDHAPcg7xMDA1MTIEKIoEKDHAARwNCsP1o8BKnN0dPuzMfQwMLHzcTQ08HT1CgywDjY0NHI2hCvBY4eeRn5uqX5AbYZBI4qgIAL9TbiU!/dl4/d5/L2dBIS9nQSEh/
- ŠÚU. (2014). *Social and Economic Development of Ukraine*. Retrieved June 2, 2014, from http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/so_ek_r_u/soekru_u_e/soekru_01_14.zip

UNCTADSTAT. (2014). *Trade structure by partner, product or service-category*. Retrieved June 3, 2014 from <http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.aspx>

Demografické východiská rozvoja regiónov a politiky kvality v Slovenskej republike¹

Tatiana Košútová²

Demographic Assumptions of Regional Development and Quality Policy in the Slovak Republic

Abstract

The purpose of Common Agricultural Policy (CAP) is to support production of quality and particularly safe food products. CAP at the same time respects diversity of European agricultural traditions by means of system of quality policy. The quality policy of EU is a quality development philosophy of unique and traditional agricultural products. This philosophy is meant to be an important tool of rural area development. This contribution includes an analysis of demographic development in Slovak Republic which is a determining factor of rural area development as well as of quality policy.

Key words

Demographics, natality, mortality, natural increase, aging index, life expectancy

JEL Classification: J10

Úvod

Úlohou poľnohospodárov je vyrábať kvalitné a bezpečné potraviny pri zachovaní ekologickej rovnováhy. Spoločná poľnohospodárska politika EÚ podporuje rozmanitosť a kvalitu, pričom súčasne rešpektuje širokú rôznorodosť európskych poľnohospodárskych tradícií aj prostredníctvom systému politiky kvality. Politika kvality EÚ je filozofia rozvoja kvality originálnych, tradičných poľnohospodárskych výrobkov a potravín a zároveň je filozofiou, ktorá podporuje kultúrne tradície a regióny, v ktorých sa tieto výrobky vyrábajú. V rámci Politiky kvality Európska únia akceptuje, chráni, podporuje, registruje a kontroluje výrobky označené ako chránené označenie pôvodu, chránené zemepisné označenie a zaručená tradičná špecialita. Vytvorenie účinnej ochrany špecifických výrobkov s týmito označeniami znamená nielen na úrovni Európskej únie, ale aj v celosvetovom meradle zachovanie kultúrnych, sociálnych a spoločenských hodnôt. Systém politiky kvality je navyše významným nástrojom rozvoja poľnohospodárstva a vidieka ako celku, pretože práve vidiecke oblasti vytvárajú vysokú pridanú hodnotu týchto špecifických výrobkov. Vo veľkej miere ich k tomu predurčujú geografické a klimatické podmienky, tradície a ľudský potenciál. Pre politiku kvality a aj pre rozvoj vidieka ako celku bude v budúcnosti čoraz dôležitejšie, s ohľadom na demografický vývoj a jeho prognózy, efektívne a udržateľné využívanie všetkých zdrojov vráta-

¹ The paper is an output of the project VEGA number 1/0635/14 *Status and prospects of development of the organic food market, traditional and regional foods in Slovakia*.

² Ing. Tatiana Košútová, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra tovaroznalectva a kvality tovaru, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: tatiana.kosutova@euba.sk

ne tých ľudských. Kľúčovým v tejto skúmanej oblasti môže byť hľadanie a pochopenie súvislostí medzi demografickým vývojom a udržateľnosťou pracovných miest v poľnohospodárstve.

1 Metodika práce

Cieľom príspevku je analýza demografického vývoja v SR podľa krajov ako určujúceho faktora rozvoja vidieka v širšom chápaní a politiky kvality v užšom zmysle slova, ktorá tematicky korešponduje s riešeným grantovým projektom „Stav a perspektívy rozvoja trhu biopotravín, tradičných a regionálnych potravín na Slovensku“. Článok porovnáva demografické údaje podľa zistení Štatistického úradu SR a na verejne dostupných webových stránkach uvedených v zozname použitej literatúry. Úvodom predstavuje administratívne usporiadanie Slovenskej republiky na 8 krajov a k tomu patriace okresy jednotlivých krajov. Ťažisko článku tvorí analýza vybraných základných ukazovateľov demografického vývoja podľa členenia obyvateľov Slovenskej republiky na kraje. Pri skúmaní danej problematiky boli použité najmä tieto vedecké metódy: analýza a syntéza, indukcia a dedukcia, abstrakcia, komparácia.

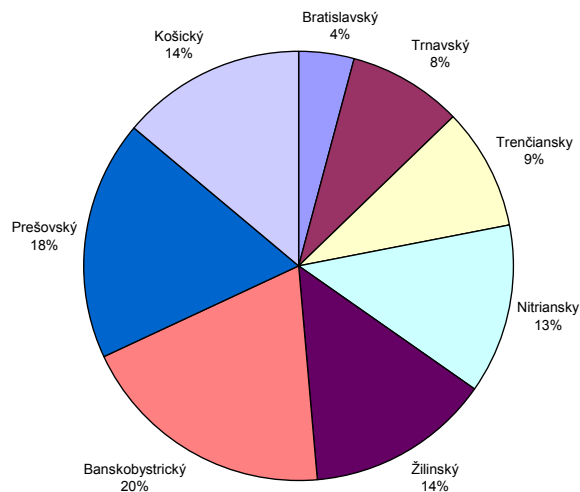
2 Výsledky a diskusia

Územie Slovenskej republiky, ktoré je rozdelené do 8 krajov (Bratislavský, Trnavský, Trenčiansky, Nitriansky, Žilinský, Banskobystrický, Prešovský, Košický), zaberá rozlohu 49 036 km². Najväčším krajom s rozlohou 9 454 km² je kraj Banskobystrický, najmenším s rozlohou 2 052,62 km² je kraj Bratislavský. Rozlohu jednotlivých krajov v SR dokumentuje tabuľka 1 a podiel jednotlivých krajov na celkovej rozlohe SR graf 1.

Tab. 1 Rozloha krajov v Slovenskej republike

	Bratislavský	Trnavský	Trenčiansky	Nitriansky	Žilinský	Banskobystrický	Prešovský	Košický
Rozloha v km ²	2 052,62	4 146,4	4 502	6 343,8	6 808	9 454	8 973	6 755

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

Graf 1 Podiel krajov na celkovej rozlohe Slovenskej republiky

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

Podľa počtu okresov v jednotlivých krajoch sú najväčšími krajoimi Banskobystrický a Prešovský, ktoré majú po 13 okresov. Trnavský kraj a Nitriansky kraj patria s počtom 7 okresov v kraji k najmenej početným v Slovenskej republike. Počty okresov v jednotlivých krajoch a jednotlivé okresy príslušných krajov sú uvedené v tabuľke 2.

Tab. 2 Prehľad počtu okresov v jednotlivých krajoch a prehľad okresov príslušných krajov v SR

Kraje v SR	Počet okresov	Okresy príslušného kraja v SR
Bratislavský	8	Bratislava I, Bratislava II, Bratislava III, Bratislava IV, Bratislava V, Malacky, Pezinok, Senec
Trnavský	7	Dunajská Streda, Galanta, Hlohovec, Piešťany, Senica, Skalica, Trnava
Trenčiansky	9	Bánovce nad Bebravou, Ilava, Myjava, Nové Mesto nad Váhom, Partizánske, Považská Bystrica, Prievidza, Púchov, Trenčín
Nitriansky	7	Komárno, Levice, Nitra, Nové Zámky, Šaľa, Topoľčany, Zlaté Moravce
Žilinský	11	Bytča, Čadca, Dolný Kubín, Kysucké Nové Mesto, Liptovský Mikuláš, Martin, Námestovo, Ružomberok, Turčianske Teplice, Tvrdošín, Žilina
Banskobystrický	13	Banská Bystrica, Banská Štiavnica, Brezno, Detva, Krupina, Lučenec, Poltár, Revúca, Rimavská Sobota, Veľký Krtíš, Zvolen, Žarnovica, Žiar nad Hronom

Prešovský	13	Bardejov, Humenné, Kežmarok, Levoča, Medzilaborce, Poprad, Prešov, Sabinov, Snina, Stará Ľubovňa, Stropkov, Svidník, Vranov nad Topľou
Košický	11	Gelnica, Košice I, Košice II, Košice III, Košice IV, Košice-okolie, Michalovce, Rožňava, Sobrance, Spišská Nová Ves, Trebišov

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

K najzákladnejším ukazovateľom, ktoré charakterizujú *demografický vývoj*, patria najmä: počet narodených detí, počet zomretých osôb a prírastok, resp. úbytok obyvateľstva. Stav a vývoj obyvateľstva za sledované obdobie dokresľujú niektoré ďalšie ukazovatele, napr. počet sobášov, počet rozvodov, počet potratov, počet migrantov, index starnutia, stredná dĺžka života pri narodení a pod.

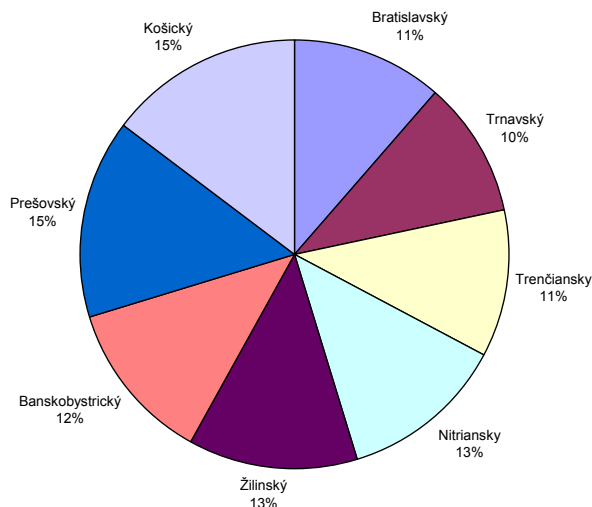
Základné ukazovatele demografického vývoja v SR podľa členenia na kraje (stav k 31. 12. 2013)

K 31. decembru 2013 mala Slovenská republika 5 415 949 obyvateľov, z nich 2 776 889 bolo žien. Narodilo sa 54 823 živých detí (o 712 menej ako v roku 2012) a zomrelo 52 089 osôb (o 348 menej ako v roku 2012). *Počet obyvateľov* v členení podľa krajov SR dokumentuje tabuľka 3 a graf 2. Ako vyplýva z údajov Štatistického úradu SR, najviac obyvateľov žilo v roku 2013 v Prešovskom kraji (818 916 obyvateľov) a najmenej v Trnavskom kraji (557 608 obyvateľov).

Tab. 3 Počet obyvateľov podľa krajov SR k 31. 12. 2013

	Bratislavský	Trnavský	Trenčiansky	Nitriansky	Žilinský	Banskobystrický	Prešovský	Košický
Počet obyvateľov	618 380	557 608	592 394	686 662	690 420	656 813	818 916	794 756

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

Graf 2 Podiel počtu obyvateľov SR podľa krajov k 31.12.2013

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

Počet živo narodených detí bol v roku 2013 najvyšší v Prešovskom kraji (9 412 živo narodených detí), najmenej detí sa narodilo v Trnavskom kraji (5 260 živonarodených detí). Za živo narodené dieťa sa považuje také, ktoré sa narodí aspoň s jedným zo znakov života, t. j. dýchanie, akcia srdca, pulzácia pupočníka alebo aktívny pohyb svalstva, aj keď nebol prerušený pupočník alebo nebola porodená placenta.

Pôrodná hmotnosť pritom je:

- a) 500 g a vyššia alebo
- b) 499 g a nižšia, ak dieťa prežije 24 hodín po pôrode (ŠÚ SR, 2015).

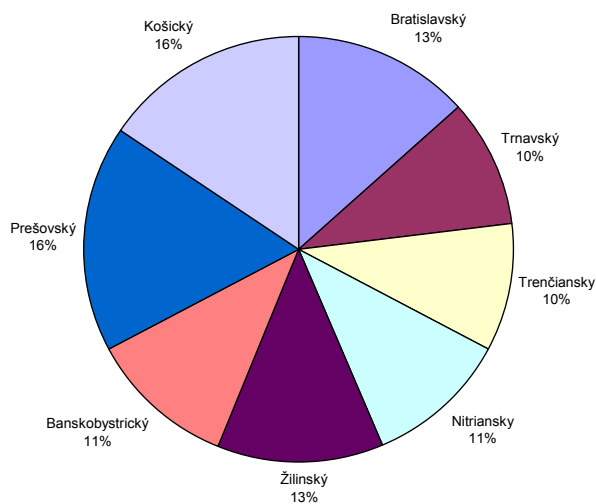
Tab. 4 Počet živo narodených detí v SR podľa krajov k 31. 12. 2013

	Bratislavský	Trnavský	Trenčiansky	Nitriansky	Žilinský	Banskobystrický	Prešovský	Košický
Počet živo narodených detí	7 376	5 260	5 396	5 822	6 953	6 084	9 412	8 520

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

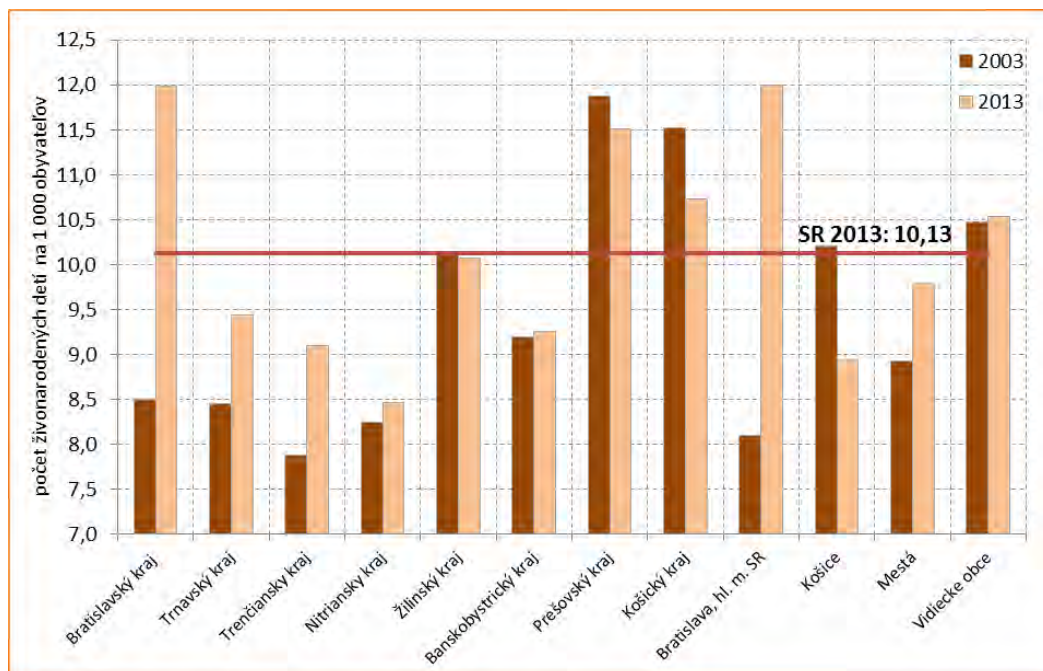
Významné zastúpenie v tomto ukazovateli počtu živo narodených detí majú po Prešovskom kraji kraje Košický (8 520 živo narodených detí) a Bratislavský (7 376 živo narodených detí). Počty živo narodených detí v jednotlivých krajoch SR dokumentuje tabuľka 4. Podiel živo narodených detí v jednotlivých krajoch na celkovom počte živo narodených detí v celej SR znázorňuje graf 3.

Graf 3 Podiel živo narodených detí v jednotlivých krajoch na celkovom počte živo narodených detí v celej SR k 31. 12. 2013



Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

Ako uvádzajú údaje Štatistického úradu SR, počet živo narodených detí bol v roku 2013 síce najvyšší v Prešovskom kraji, ukazovateľ **hrubej miery živorodenosti** v krajoch a regiónoch má však najvyššiu hodnotu v Bratislavskom kraji. Hrubá miera živorodenosti uvádza počet živo narodených detí na 1 000 obyvateľov. Ako sa zmenil tento ukazovateľ v roku 2013 v porovnaní s rokom 2003 za jednotlivé kraje, mestá spolu a vidiecke obce spolu, Bratislavu a Košice, dokumentuje graf 4. Výraznú pozitívnu zmenu zaznamenal ukazovateľ hrubej miery živorodenosti v roku 2013 v porovnaní s rokom 2003 v Bratislavskom kraji a v Bratislave, hlavnom meste SR. Naopak, výraznejšia negatívna zmena v sledovaných rokoch je zjavná v Košiciach a Košickom kraji, menej výrazná v Prešovskom kraji.

Graf 4 Hrubá miera živorodenosti v krajoch a regiónoch SR (2003, 2013)

Zdroj: Štatistický úrad SR, 2013, s. 48

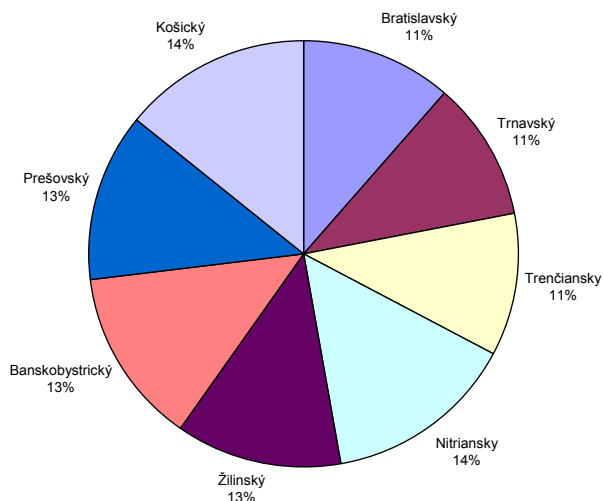
Ukazovateľ počtu zomretých osôb bol v roku 2013 najvyšší v Nitrianskom kraji (7 543 zomretých osôb), druhý v poradí bol ukazovateľ počtu zomretých v Košickom kraji (7 326 zomretých osôb). Najmenej osôb zomrelo v roku 2013 v Trnavskom kraji (5 494 zomretých osôb). Počty zomretých osôb v roku 2013 podľa krajov uvádza tabuľka 5, podiely jednotlivých krajov na celkovom počte zomretých osôb v celej SR znázorňuje graf 5.

Tab. 5 Počet zomretých v SR podľa krajov k 31. 12. 2013

	Bratislavský	Trnavský	Trenčiansky	Nitriansky	Žilinský	Banskobystrický	Prešovský	Košický
Počet zomretých	5 907	5 494	5 680	7 543	6 555	6 812	6 772	7 326

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

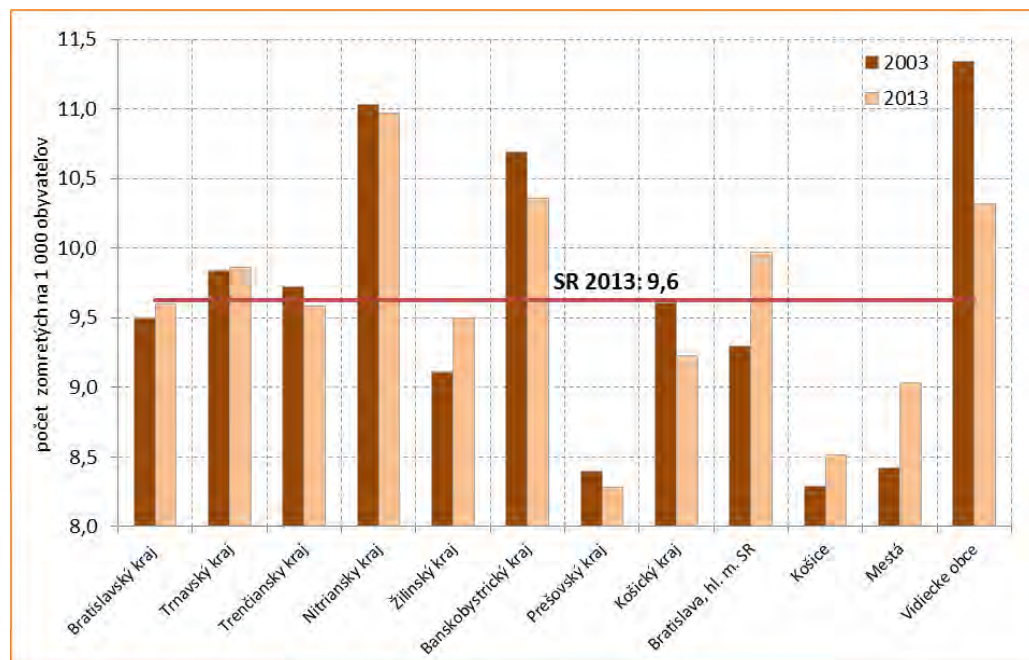
Graf 5 Podiel zomretých v jednotlivých krajocho na celkovom počte živonarodených detí v celej SR k 31. 12. 2013



Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

Tak, ako ukazovateľ počtu zomretých osôb, tak aj **ukazovateľ hrubej miery úmrtnosti**, t. j. počet zomretých osôb na 1 000 obyvateľov, dosiahol v roku 2013 najvyššiu hodnotu spomedzi všetkých krajov aj v Nitrianskom kraji.

Graf 6 Hrubá miera úmrtnosti v krajocho a regiónocho SR (2003, 2013)



Zdroj: Štatistický úrad SR, 2013, s. 59

Porovnanie ukazovateľov hrubej miery úmrtnosti podľa jednotlivých krajov, miest spolu a vidieckych obcí spolu, a pre Bratislavu a Košice dokumentuje graf 6. V roku 2003 dosahoval ukazovateľ najvyššie hodnoty pre vidiecke obce, Nitriansky kraj a Banskobystrický kraj. Jeho hodnota v roku 2013 však v spomínaných krajoch Nitrianskom a Banskobystrickom oproti roku 2003 mierne klesla, hodnota ukazovateľa hrubej miery úmrtnosti pre vidiecke obce klesla v tomto porovnaní výraznejšie.

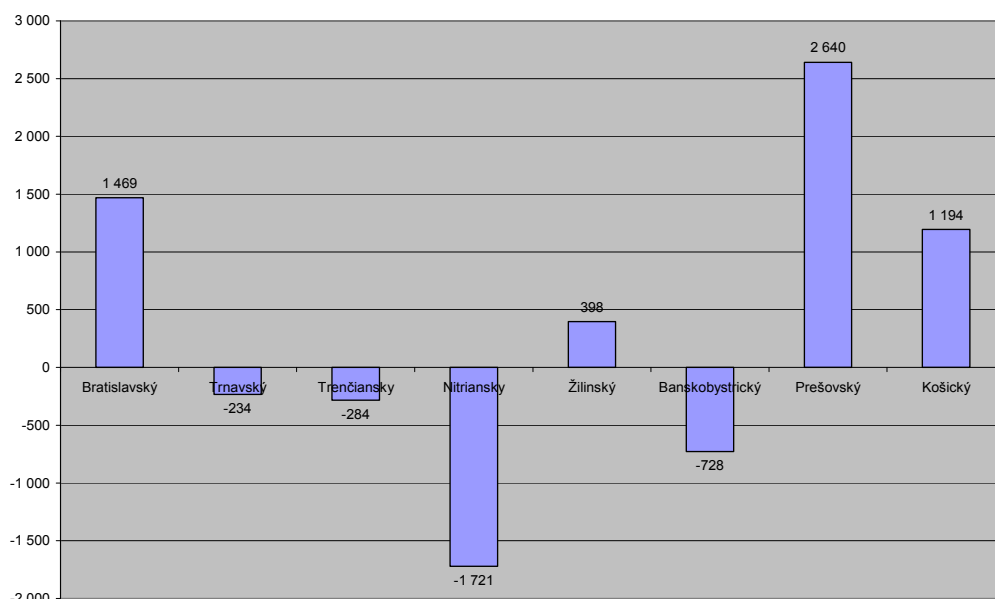
Prírodný prírastok, resp. úbytok obyvateľstva je štatistický ukazovateľ, ktorý vyjadruje rozdiel medzi počtom živo narodených detí a zomretých osôb. Ako vyplýva z tabuľky 6 a grafu 7, ktoré dokumentujú a znázorňujú údaje o prirodzenom prírastku, resp. úbytku obyvateľstva podľa jednotlivých krajov v SR v roku 2013, najvyšší úbytok počtu obyvateľstva zaznamenal Nitriansky kraj (-1 721 obyvateľov). Z krajov, ktoré v roku 2013 zaznamenali najvyšší prírastok obyvateľstva dominuje Prešovský kraj (+2 640 obyvateľov), významným počtom prispeli aj Bratislavský kraj (+1 469 obyvateľov) a Košický kraj (+1 194 obyvateľov).

Tab. 6 Prirodzený prírastok/úbytok obyvateľov v SR podľa krajov k 31. 12. 2013

	Bratislavský	Trnavský	Trenčiansky	Nitriansky	Žilinský	Banskobystrický	Prešovský	Košický
Prirodzený prírastok/úbytok	1 469	-234	-284	-1 721	398	-728	2 640	1 194

Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

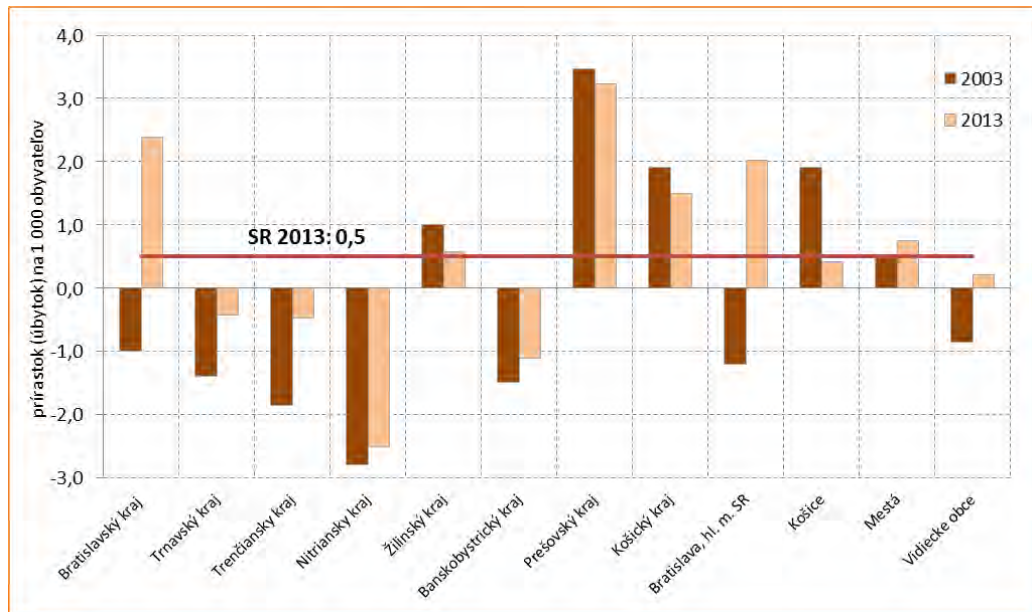
Graf 7 Prirodzený prírastok/úbytok obyvateľov v SR podľa krajov k 31. 12. 2013



Zdroj: Spracované podľa údajov ŠÚ SR

Prešovský kraj dominuje aj v **hrubej miere prirodzeného prírastku** v rokoch 2003 a 2013. Nitriansky kraj je podobne ako v rebríčku prirodzeného úbytku obyvateľstva aj v rebríčku **hrubej miery prirodzeného úbytku** na prvej priečke aj v roku 2013 (aj v roku 2003).

Graf 8 Hrubá miera prirodzeného prírastku/úbytku v krajoch a regiónoch SR (2003, 2013)



Zdroj: Štatistický úrad SR, 2013, s. 77

Záver

Demografický vývoj v SR je charakterizovaný procesom starnutia. Tento fenomén, ktorý má globálny charakter, ovplyvňuje každého jednotlivca v spoločnosti aj spoločnosť ako celok. „Krajiny sveta sú v rôznych fázach tohto procesu a výrazne sa líšia aj tempom starnutia. Všetky relevantné štatistické ukazovatele dokazujú zrýchľujúci sa proces starnutia slovenskej populácie. Všeobecne platí, že v krajinách, kde sa začal proces starnutia neskôr, prebieha tento proces intenzívnejšie a tieto krajiny budú mať menej času na prispôbenie spoločenských podmienok tomuto fenoménu. Medzi takéto krajiny patrí aj Slovenská republika“ (SÚ SR, 2013).

Index starnutia, ktorý vyjadruje pomer medzi počtom osôb v poproduktívnom veku (65+) a počtom osôb v predproduktívnom veku (0 – 14) bol v roku 2013 pre celú populáciu v Slovenskej republike 88,34 (pre ženy 112,20 a pre mužov 65,68), čo je za desaťročné obdobie porovnávania výrazné zvýšenie (v roku 2003 bol index starnutia pre celú populáciu 65,70, pre ženy 84,20 a pre mužov 48,10) (Infostat, 2015).

Pod starnutie obyvateľstva sa v dlhodobom horizonte podpisuje nižšia natalita, ale aj úroveň zdravotnej starostlivosti, zlepšenie zdravotného stavu obyvateľstva a

predlžovanie života jednotlivcov. Túto skutočnosť potvrdzuje aj nárast **strednej dĺžky života** pri narodení. Stredná dĺžka života pri narodení je priemerný počet rokov, ktoré pravdepodobne prežije práve narodená osoba za predpokladu, že sa mortalitné pomery nezmenia. Najväčšiu nádej na dožitie majú ženy v Bratislavskom kraji (81,21 rokov), najnižší vek dožitia dosiahnu podľa predpokladu tohto ukazovateľa muži v Košickom kraji (71,55 rokov). Pravdepodobnosť dožitia je dlhodobo výrazne vyššia u žien ako u mužov. Stredná dĺžka života žien sa v jednotlivých krajoch SR pohybuje od 79,05 v Košickom kraji po 81,21 v Bratislavskom kraji. Muži sa podľa predpokladov budú dožívať veku v intervale od 71,55 v Košickom kraji do 74,48 v Bratislavskom kraji.

Z porovnávania demografických údajov Štatistického úradu SR pre vidiecke obce vyplýva, že **hrubá miera živorodenosti** od roku 2003 do roku 2013 mierne stúpila (z 10,48 na 10,53) a v roku 2013 bola tiež mierne nad priemerom SR (10,13). Ukazovateľ **hrubej miery úmrtnosti** dokumentuje v sledovanom desaťročnom období výraznejší pokles úmrtnosti obyvateľstva vo vidieckych obciach (z 11,34 v roku 2003 na 10,32 v roku 2013), dosahuje však výraznejšie vyššiu hodnotu ako v mestách (9,03) a menej výrazne vyššiu hodnotu, ako je celoslovenský priemer hrubej miery úmrtnosti (9,63). Pozitívna pre rozvoj vidieka je skutočnosť, že zatiaľ čo v roku 2003 zaznamenali vidiecke obce v ukazovateli **hrubej miery prirodzeného prírastku** negatívnu hodnotu (-0,86), v roku 2013 už tento ukazovateľ dokumentoval prírastok vidieckeho obyvateľstva (0,21). Stále je však hodnota ukazovateľa hrubej miery prirodzeného prírastku pre vidiecke obce v roku 2013 nižšia ako pre mestá (0,75) a aj nižšia, ako je celoslovenský priemer (0,51).

Pre rozvoj vidieka sú určujúce základné ukazovatele stavu obyvateľstva a prognózy demografického vývoja. Spolu s ďalšími sociálno-ekonomickými činiteľmi, ktoré ovplyvňujú stav a pohyb vidieckeho obyvateľstva, vytvárajú predpoklady pre podporu a udržateľnosť zamestnanosti vo vidieckych oblastiach, ktoré dlhodobo čelia hrozbe odlivu pracovných síl. Politika kvality ovplyvňuje regionálnu politiku prostredníctvom systémov označovania tradičných regionálnych výrobkov. Môže byť prínosom pre vidiecke hospodárstvo, zvlášť v znevýhodnených oblastiach, horských oblastiach a v najvzdialenejších regiónoch najmä tým, že bude poskytovať výrobcom nástroje na identifikáciu a presadzovanie tých ich výrobkov, ktoré majú špecifické vlastnosti.

Zoznam bibliografických odkazov

- Infostat. *Demografické údaje*. Dostupné 24. 3. 2015, na http://www.infostat.sk/vdc/sk/index.php?option=com_content&view=article&id=17&Itemid=18
- Štatistický úrad Slovenskej republiky. (2014). *Vývoj obyvateľstva v SR a krajov v roku 2013*. Bratislava: Štatistický úrad Slovenskej republiky.
- Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Databáza DATAcube*. Dostupné 13. 3. 2015, na http://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/Databases/DATAcube_sk!/ut/p/b1/jZLLb0MwE-EW_pR9QcQ3mkeWAGuPgUmximrKpWFQVUpN0UfX7C6k3Carp7CyfozuamaAPDKf_Gr7H9-FrPJ-Gj_ndJ686IVmeM0KWdyFkWhWtWaS3sDhPwMgH4owg3fm0eIPfUCLPjDDx2vge48vF

YFZCRLHVOh-
kFy5xeCSp4qIFMihqTSmo2OIID0v_49AbNPWutWdR1EF26nbyZQWwtsU-
d7gNnvVOPy4zIGFbnmViHkijnfA_j6N8lifgvgKv9JNwlIVjVvNxJhG93mL4GV-
T0H_QXxbeAC-
E5kbcn92hbq8nx8Cz6P9rcOGOU93f0AY1S8vQ!;/dl4/d5/L2dJQSEvUUt3QS80SmtFL
1o2X1ZMUDhCQjFBME9RUDYwQUILTjRTOUkwMIMz/

Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Metodické vysvetlivky a definície*. Dostupné 14.
3. 2015, na <http://www.statistics.sk/pls/elisw/utlData.htmlBodyWin?uic=61>

Využitie sociálnych sietí v marketingu firiem¹

Zuzana Lukačovičová² – Diana Vargová³

Using the Social Networks for Marketing of the Companies

Abstract

The aim of the present paper is based on theoretical and practical knowledge about social networks. It helps Slovak companies and organizations in the efficient and effective management of social networking. It is a view based analysis to examine the particular specifications of communication on most social networks in Slovakia - Facebook and Pokec.sk. Everything is in the context of the use of new trends and tools in terms of effective communication. The final part of the paper is devoted to analysis and the results of the survey Slovak facebook pages, of which the conclusions drawn for practice.

Key words

Social networking, social media, communication, new trends

JEL Classification: M31

Úvod

Sociálne siete neboli nikdy úplne novým fenoménom. Rôzne online komunity vznikali už v každej fáze vývoja internetu. Veľký rozdiel nastal v tom, že v roku 2003 začala byť pre ľudí komunikácia na internete oveľa zaujímavejšia a hlavne pohodlnejšia. Medzi prvé významné spoločnosti, ktoré tvorili začiatky sociálnych sietí, patrili Classmates.com a Friendster. Sieť Classmates.com fungovala na princípe, vďaka ktorému sa ľudia mohli prihlásiť do určitej triedy spolužiakov a zostať tak v neustálom kontakte so svojimi spolužiakmi a ľuďmi zo škôl, ktoré vo svojom živote navštevovali. Malo to však aj svoje nevýhody. Napríklad mnohé funkcie Classmates boli prístupné až po zaplatení predplatného. Čo sa týka druhej spomínanej sociálnej siete Friendster, tá sa objavila až 6 rokov po spustení Classmates a inováciou bolo, že ponúkala oveľa viac funkcií ako napríklad koncept profilov. Veľkou nevýhodou tejto siete bolo však mnoho technických problémov, čo odradilo pomerne veľké množstvo nových užívateľov. Z neschopnosti Friendsteru stať sa dominantným globálnym fenoménom vyťažila vo viacerých smeroch sieť MySpace. Tá vznikla v polovici roku 2003, a to nie ako začínajúca služba alebo ako vedľajší projekt firmy eUniverse. S jej podporou sa veľmi rýchlo počet užívateľov rozrástol na niekoľko tisíc. MySpace a Friendster mali veľké množstvo po-

¹ Projekt VEGA č. 1/0224/15 *Spotrebiteľské správanie a osobná spotreba v podmienkach nezamestnanosti a relatívnej deprivácie nezamestnaných: Implikácie pre decízne rozhodnutia a podnikateľskú prax*. Vedúci: prof. Ing. Dagmar Lesáková, PhD, CsC.

² Ing. Zuzana Lukačovičová, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra marketingu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: ing.lukacovicova@gmail.com

³ Bc. Diana Vargová; United Fashion Group. s.r.o., Vajnorská 127/E, Bratislava; E-mail: diana.vargova2@gmail.com

dobných funkcií, ale MySpace nezdíeľala vždy údaje priateľov s priateľmi. V čase svojho vrcholu bola sociálna sieť Myspace veľmi obľúbená zvlášť medzi mladšími skupinami ľudí. V roku 2005 bolo viac ako 60 % užívateľov mladších ako 34 rokov. Aj vďaka tomu sa táto sieť stala základným marketingovým nástrojom pre rôzne hudobné skupiny a hudobníkov, ktorí sa snažili nadviazať a udržiavať kontakt so svojimi fanúšikmi. Zatiaľ čo MySpace v rokoch 2004 až 2008 zaznamenávala neustály rast, na internete sa objavila sociálna sieť, ktorá začala ovládať celosvetový trh s užívateľmi. Jej názov je Facebook. Tak vznikol súboj medzi spoločnosťami MySpace a Facebook medzi rokmi 2006 až 2008 a stal sa jedným z ďalších dlhodobých konkurenčných bojov podobného typu „Cola vs Pepsi“. V prvých rokoch mala služba MySpace verných užívateľov a nasledovníkov medzi mladými ľuďmi, avšak Facebook priťahoval i pozornosť vysokoškolských študentov. A tak v roku 2009 sociálna sieť Facebook predstihla MySpace a stala sa dominantným hráčom na poli sociálnych sietí (Treadaway & Smith, 2011, s. 25-27).

Na začiatku roku 2009 prišla na trh aj nová sieť, resp. nový konkurent, Twitter. Podľa portálu Compete.com v roku 2009 vzrástol počet používateľov Twitteru za prvé mesiace od spustenia o 400 %.

Sociálna sieť Twitter – v skratke by sa dalo teda povedať, že web spolu s vývojom sociálnych sietí a médií za posledné desaťročie predstavuje zreteľne transparentnejšiu a sociálnejšiu technológiu, kde sa užívatelia postupne zbavili strachu zdieľať svoje osobné informácie. Z pohľadu marketingových pracovníkov ide o obrovskú príležitosť, keďže do toho obdobia nemali podobné príležitosti a také množstvo dostupných informácií o potenciálnych spotrebiteľoch. Informácie, ktoré boli v minulosti ukladané a zhromažďované do rôznych databáz, sú teraz dostupné na sociálnych sieťach a dávajú príležitosť marketingovým pracovníkom ich čo najefektívnejšie využívať pri tvorbe rôznych kampaní a pod. Sociálne siete sú už fenoménom tejto doby a takmer každý jeden používateľ internetu má vytvorený aspoň jeden profil na niektorej zo sociálnych sietí, ako je napr. Facebook, Google+ LinkedIn či Twitter. Sociálne siete pomáhajú získať, spracovať a šíriť informácie, ku ktorým sa bežnými prostriedkami v rozumnom čase nemožno inak dostať.

1 Metodika práce

Hlavným cieľom predkladaného príspevku je na základe teoretických a praktických poznatkov o sociálnych sieťach získaných z dostupnej odbornej literatúry týkajúcej sa marketingu na sociálnych sieťach preskúmať možnosti implementácie poznatkov o predmetnej problematike do praxe slovenských firiem.

V rámci metodiky a metodológie bol prvotným štádiom zber potrebných a dostupných informácií na teoretickom základe, ktoré sa týkajú skúmanej problematiky. Pomocou metódy abstrakcie sme vyčlenili najpotrebnejšie informácie súvisiace so zvolenou problematikou. Potom sme pomocou syntézy tieto informácie spájali do jedného celku. V úvodnej časti príspevku sa podrobnejšie venujeme vymedzeniam pojmu sociálna sieť a sociálne médium s poukázaním na nutnosť správneho vnímania týchto pojmov. Ďalej uvádzame špecifiká marketingu na sociálnych sieťach či začiatku online komunikácie s nástupom dominantnej sociálnej siete Facebook. V závere tejto časti sme charakterizovali sociálne siete využívané na území Slovenskej republiky. Príspevok

sa končí analýzou a dedukciou najpodstatnejších záverov pre efektívne uplatňovanie poznatkov o problematike marketingu na sociálnych sieťach pre prax slovenských firiem.

V príspevku sú použité viaceré metódy marketingovej analýzy. Podstatou samotnej analýzy, ako už bolo spomenuté, je rozdelenie väčšieho komplikovaného obsahu na základné časti, čím sa vytvorili pre nás lepšie podmienky na pochopenie jednotlivých pojmov potrebných na správne porozumenie textu. Syntéza, ktorá je opakom analýzy, nám pomohla pri dopĺňaní analýzy. Myšlienково zosúladiť jednotlivé časti do komplexného celku. Abstrakcia nám pomohla pri vyselektovaní najdôležitejších a najpodstatnejších informácií a pojmov a metódu dedukcie sme využili predovšetkým na to, aby z poznatku všeobecného vyvodil poznatok konkrétny.

2 Výsledky a diskusia

Vymedzenie podstaty pojmu sociálna sieť

Pojem sociálna sieť. Veľľa ľudí si v súčasnosti mýli dva pojmy, a to: sociálne médiá a sociálne siete. Nedokážu ich používať v správnom tvare a súvislostiach, aj napriek tomu, že ide o ich každodenné používanie.

Sociálne médiá majú veľmi dôležité poslanie v spoločnosti a podľa Davida Meermana Scotta (2010, s. 38) ich môžeme definovať takto: „*Sociálne médiá umožňujú ľuďom vymieňať si myšlienky a názory, spoločne preberať obsah stránok a nadväzovať kontakty online. Sociálne médiá sa líšia od klasických v tom, že ich obsah môže vytvárať každý užívateľ a taktiež doň rovnako prispievať či komentovať ho. Sociálne médiá môžu mať rôznu formu a to textovú, môže ísť taktiež o audio, video alebo fotografie a iné obrazové formy, ktoré spájajú komunity a vychádzajú v ústrety ľuďom, ktorí sa chcú združovať.*”

Hlavnou črtou sociálnych médií je, že sú určené na združovanie a rozvíjanie spoločenských kontaktov. Poskytujú dostatočný priestor pre nové nápady a kreativitu, ktoré sú ďalej šírené medzi jednotlivými užívateľmi. Veľkou výhodou sociálnych médií je fakt, že ich obsah môže vytvárať, komentovať alebo aj upravovať každý jeden registrovaný užívateľ. V podstate môžeme povedať, že sú nadradené nad sociálnymi sieťami, pretože zahŕňajú aj blogy, chatovacie miestnosti, wiki stránky, stránky umožňujúce preberať obsah a hlasovať a podobne. V súčasnosti ich využíva viac ako 70 % internetovej populácie a viac ako 50 % registrovaných užívateľov na Facebooku ho sleduje každý jeden deň (Červenská, 2013).

Môžeme teda jednoducho skonštatovať, že sociálne siete patria pod sociálne médiá a tvoria teda jej podmnožinu. V sociálnych sieťach ide hlavne o vzájomnú interakciu, kde sa používatelia spájajú do skupín, nadväzujú medzi sebou vzťahy, tzv. priateľstvá na základe čoho vzniká sieť vzťahov medzi nimi.

Sociálne siete vznikli hlavne zásluhou rozvoja informačných a komunikačných technológií. Pre užívateľov zjednodušujú komunikáciu medzi ľuďmi, kde sa komunity ľudí združujú na základe už spomínaných spoločných záujmov, ostatnej zábavy a pod. Ich využívanie je však vo svete oveľa širšie. V súčasnosti ich využívajú aj spoločnosti,

ktoré vďaka nim dokážu komunikovať so svojimi existujúcimi alebo potenciálnymi zákazníkmi. Sú teda súčasťou nového moderného marketingu (Bujdošová & Klepochová, 2013).

Podľa M. Oreského (2013) pod pojmom sociálna sieť rozumieme isté sociálne médium, ktoré umožňuje užívateľom tvorbu ich profilu s cieľom prehliadania profilov aj ostatných používateľov na základe obojstrannej komunikácie a zdieľania spoločných obsahov a záujmov. Preto môžeme tvrdiť, že na sociálnych sieťach vznikajú dva typy vzťahov, a to: vzájomné vzťahy medzi užívateľmi a vzťahy založené na princípe užívateľ a značka. Pre marketingových pracovníkov je však primárny predovšetkým vzťah používateľ značka. Dôvod je jednoduchý. Pre mnohé oddelenia marketingu predstavujú sociálne siete veľmi dôležitý nástroj na sledovanie, spracovanie a ovplyvňovanie postojov spotrebiteľov voči daným produktom a značke. Firmy vytvárajú spravidla profily pre svoje produkty a značky, a tak komunikujú so svojimi zákazníkmi, informujú ich o novinkách alebo využívajú rôzne nástroje podpory predaja. Základným prvkom je fakt, že uverejnený obsah na sieti musí byť pre užívateľa zaujímavý, jasný a prínosný.

Sociálne siete sú v súčasnosti veľmi trendová záležitosť a vďaka nim sa vo svete informačných technológií podarilo niečo, čo doposiaľ nemalo obdobu. Hlavne vďaka kompletnému rozšíreniu mobilného internetu sa stali všeobecnou komunikačnou platformou (Bednar, 2011).

V posledných rokoch zaznamenali sociálne siete taký rast, aký sa v histórii internetu vyskytol len zriedka. Svoje správanie výrazne zmenili hlavne používatelia, a to nielen na internete, čo môžeme pripísať zmene a posunu od reálnych kontaktov smerom k virtuálnym. Pre marketingových pracovníkov sa stali veľmi zaujímavou cieľovou skupinou, keďže ide o mladých, pomerne technicky zdatných a formovateľných ľudí, ktorí aktívne reagujú na marketingové stimuly. Na opačnej strane, ich inteligencia a správanie vyžadujú, aby ciele kampane na sociálnych sieťach boli čoraz viac tvoriť a v prvom rade používateľov zabaviť (Miklošík, 2014).

Podstata marketingu na sociálnych sieťach

Pri marketingu na sociálnych sieťach môžeme tvrdiť, že nejde o priamy spôsob ovplyvňovania ľudí, ale skôr o nepriamy. Nejde o bezprostredný predaj, ale hlavne o vytváranie povedomia o značke, firme alebo produkte, ktoré časom môžu vyústiť do predaja. Preto možno charakterizovať marketing na sociálnych sieťach jednoducho. Ide o spôsob vytvárania, šírenia a poskytovania hodnoty pre už súčasných či potenciálnych zákazníkov.

Marketing na sociálnych sieťach podľa Janoucha pre organizácie znamená (Janouch, 2010):

- pochopenie a učenie sa (ide o pochopenie jednotlivých funkcií na sociálnych sieťach)
- načúvanie trhu (sociálne siete sú hlavne o interakcii medzi užívateľmi, a preto je nutné ich sledovať a zisťovať, čo píšú, komentujú alebo čo hovoria o konkurencii)

- experimentovanie (predtým, ako začnú pôsobiť na verejnosť a svojich potenciálnych zákazníkov, robia niektoré firmy experimenty pre menšiu skupinu ľudí, aby zistili záujem)
- nahováranie publika (prostredníctvom využitia širokých nástrojov sociálnych sietí možno lákať cieľových zákazníkov)
- posudzovanie a vyhodnocovanie (po určitom čase treba posúdiť a vyhodnotiť dosah danej stratégie na výsledky v podnikaní)

Organizácie si musia uvedomiť, že sociálne siete nemožno poňať ako štandardný priestor na reklamu, keďže veľká časť ľudí aktívnych na sociálnych sieťach je už voči klasickej marketingovej komunikácii imúnna a čoraz častejšie ju dokonca odmieta. Avšak sociálne siete ponúkajú veľkú možnosť využiť silu komunít a skupín užívateľov, treba hľadať také nástroje komunikácie, ktoré sú pre sociálne siete akceptovateľné. Sociálne siete nepochybne tvoria priestor, v ktorom možno využívať vybrané nástroje marketingovej komunikácie. Aby však bola táto komunikácia účinná, musí sa uskutočňovať aktuálne a pravidelne. To predstavuje hlavne kvalifikované a kvalitné ľudské zdroje, ako aj finančné prostriedky. Predovšetkým je však treba rešpektovať princípy správania sa užívateľov na sociálnych sieťach (Přikrilová & Jahodová, 2010).

Pri tvorení a vytváraní obsahu na sociálnych sieťach je nutné zapojiť kreativitu, emócie, vášň, nadhľad a sebakritiku, pretože toto sú práve tie atribúty, ktoré zaujmú užívateľov.

David Merman Scott (2010) vo svojej publikácii zdôrazňuje, že aby bol správne a úspešne využitý potenciál na sociálnych sieťach je pre organizácie nutné dodržiavať tieto body:

- Oslovovať konkrétne publikum – a to takým spôsobom, že treba vytvoriť takú stránku na sociálnej sieti, aby zasiahla cieľové publikum.
- Byť myšlienkovým lídrom – organizácia by mala ponúkať zaujímavé a cenné informácie, ktoré ľudia vyhľadávajú. Vždy je účinnejšie ukázať, v čom je daná spoločnosť dobrá, prípadne riešiť problémy zákazníkov, ako ospevovať len svoje produkty.
- Byť transparentný a autentický – to znamená nepokúšať sa napodobňovať niekoho iného a zároveň sa vyhýbať nekalým praktikám.
- Vytvárať veľa odkazov – pretože ľudia milujú linky a odkazy robia web webom
- Poháňať ľudí, aby sa s firmou skontaktovali – čiže urobiť všetko pre to, aby spoločnosť na webe bola ľahko nájdená a takisto nezabudnúť vyhradiť si dostatok času na zodpovedanie otázok svojich fanúšikov.
- Participovať – čo v preklade znamená vytvárať skupiny a pravidelne sa zúčastňovať na týchto internetových diskusiách, keďže online líder je v súčasnosti IN.
- Experimentovať – pretože sociálne siete sú na to ako stvorené a prinášajú veľké množstvo spôsobov na vyskúšanie nových vecí.

Na tomto mieste by sme radi uviedli niekoľko typov od expertov, ktoré tieto odporúčajú dodržiavať pri tvorbe profilov organizácií na sociálnych sieťach (Plamenia, 2012):

- Treba byť prirodzený: tzn., že je treba písať jazykom cieľovej skupiny, teda vyhýbať sa formálnosti a prispievať hlavne vtipne a zaujímavo;

- Ako už bolo spomenuté, treba pravidelne a rýchlo odpovedať na otázky zákazníkov, čiže byť online;
- Je nutné upozorňovať na časovo obmedzené zľavy a plánované akcie firmy;
- Takisto je veľmi dôležité odpovedať aj na negatívne ohlasy a komentáre a treba tieto situácie riešiť a zbierať nápady na zlepšenie. Ignorácia týchto ohlasov vedie len k negatívnej reklame a môže len uškodiť. Preto je lepšie trpezlivo odpovedať a riešiť problém.
- Neporovnávať sa s konkurenciou a predovšetkým ju netreba kritizovať.

Takže z celkového textu vyplýva, že je nutné zaujať niečím novým, nebyť ako ostatní, nekopírovať, vytvoriť si vlastný jazyk a spôsob komunikácie a hlavne sa odlišiť, pretože to majú ľudia radi.

Sociálne siete uprednostňované na území Slovenska

V strednej Európe si momentálne drží prvenstvo s jasným náskokom sociálna sieť Facebook. V tejto časti si uvedieme aj weby, ktoré pôsobia a vznikli na území Slovenska. Inštitút pre verejné otázky uskutočnil v roku 2012 celoslovenský prieskum o využívaní sociálnych sietí v SR, kde hlavným cieľom bolo poukázať na fakt, ako siete ovplyvňujú slovenské obyvateľstvo. Podľa tohto výskumu sociálne siete na Slovensku využíva viac ako polovica obyvateľov už nad 14 rokov. Väčšinu svojho času trávia na Facebooku a slovenskej sociálnej sieti Pokec.sk.

Využívanie sociálnych sietí ovplyvňuje hlavne vzdelanie, práca, vek, ale aj príjem. Výskum sa uskutočnil v roku 2012 na reprezentatívnej vzorke 1 139 respondentov, ktorí boli starší ako 14 rokov. Z výskumu vyplynulo, že sociálne siete využíva celkovo 54 % populácie Slovenska. Denne využíva sociálne siete až tretina opýtaných, pričom na prvom mieste sa umiestnil Facebook, jeho nasledovníkom, čiže druhým najnavštevovanejším miestom na virtuálnu komunikáciu bol Pokec.sk. Twitter, MySpace, či LinkedIn používa minimum opýtaných. Z výskumu takisto vyplynulo, že častým javom je kombinované využívanie dvoch alebo viacerých sociálnych sietí, najčastejšie Facebooku s Pokecom (Pravda, 2012).

Pokec.sk

Pokec bol založený v roku 1999 spoločnosťou Azet.sk a v súčasnosti je to jeden z najväčších komunitných portálov na Slovensku. Aktuálne je na sociálnej sieti Pokec.sk zaregistrovaných už cca. 1,5 milióna aktívnych užívateľov. Základom celej sociálnej siete je chat – kde ide o verejný rozhovor s inými užívateľmi. Okrem iného je taktiež možné písanie i súkromných správ a tzv. RP – čo znamená rýchla pošta. Je postavený viac menej na anonymite, ale tvorba profilu je podmienená tvorbou profilu, ktorý je povinnou súčasťou registrácie. Každý na Pokeci musí mať vytvorený profil, ktorý obsahuje hlavnú fotografiu používateľa a základné informácie o ňom. Nepovinné sú napríklad polia o špecifikácii používateľa, jeho povahe, záujmoch a pod. Táto sociálna sieť takisto podporuje pridávanie fotografií a rôznych videí do albumov, chatovanie v rôznych miestnostiach, spájanie sa s priateľmi, účasť v rôznych kluboch, ktoré spájajú ľudí s rovnakými záujmami a pod. V posledných dvoch rokoch prešiel tento portál zmenami na – Facebook design style, v ktorom je mnoho podobností s Facebookom

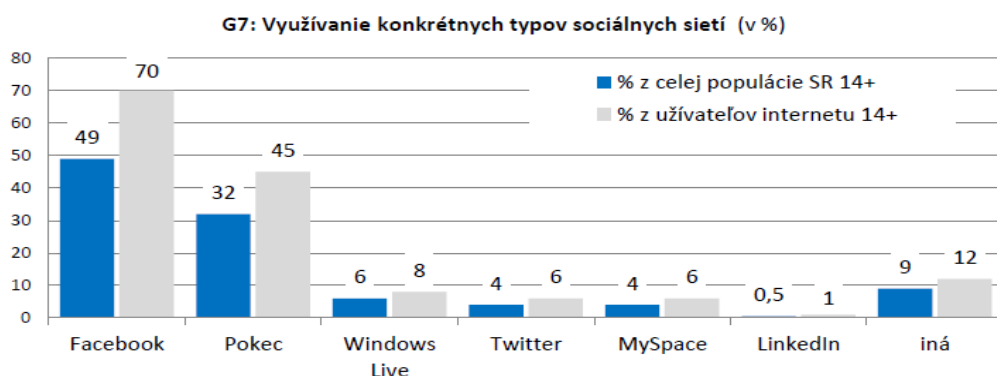
(od nástenky až po celkovú funkcionálnosť), no samotné služby sú oproti vzorovej sociálnej sieti dosť okresané (Čechová, 2014).

Jasným prínosom začlenenia sociálnych sietí do marketingovej stratégie a komunikácie firiem vyjadrujú špecifiká, ktoré sú prepojené s trhom na území Slovenskej republiky. Inštitút pre verejné otázky (IVO) vykonal v roku 2012 prieskum, ktorý sa zameriaval na využívanie sociálnych sietí v SR. Výsledky tohto prieskumu poskytujú jasný pohľad na potenciál a možnosti využívania sociálnych sietí v podmienkach slovenských firiem a organizácií. Vybrali sme preto len niektoré závery, ktoré vyplývajú z uvedeného výskumu (Labská, 2014):

- Sociálne siete na území SR využíva až 54 % populácie vo veku 14 a viac rokov a väčšina z týchto ľudí ich využíva denne alebo takmer denne. Vyplýva z toho, že slovenskí používatelia sociálnych sietí sú mimoriadne aktívni a majú tendenciu využívať tento komunikačný kanál.
- Vo veku 18 – 24 rokov využíva sociálne siete až 92 % mladých ľudí, čo je už pomerne vysoké číslo, ale veľakrát z demografického hľadiska existujú obmedzenia, keď nie je ešte vybraná cieľová skupina vhodná pre konkrétnu firmu alebo spoločnosť.
- V zozname najviac navštevovaných sociálnych sietí na našom území bola aj už vyššie spomínaná sociálna sieť Pokec.sk

Ako sme už uviedli, veľmi zaujímavý je pohľad na užívateľov sociálnych sietí hlavne z hľadiska demografie. To často pomáha organizáciám a spoločnostiam vhodne zhodnotiť racionálne využitie tohto nástroja pri tvorbe marketingovej komunikácie so svojimi zákazníkmi. Aj napriek veľkému množstvu sociálnych sietí, ich vysokej rozmanitosti a v podstate neobmedzenosti sú na území Slovenskej republiky najčastejšie využívané prakticky len dve sociálne siete. Ako je nižšie zobrazené v grafe č. 1, prvenstvo si na Slovensku drží sociálna sieť Facebook, ktorý používa takmer až polovica slovenskej populácie, čo je každý druhý vo veku viac ako 14 rokov.

Graf 1 Využívanie konkrétnych typov sociálnych sietí na území SR



Zdroj: Veľšic, M. (2012). *Sociálne siete na Slovensku*. Dostupné 04.04.2015 na <http://www.scribd.com/doc/86332262/Socialne-siete-na-Slovensku#scribd>

Druhé miesto si drží slovenská sociálna sieť Pokec, ktorú na Slovensku využíva takmer tretina populácie. Ostatné sociálne siete sú takisto využívané, ale pomenej,

a držia si pomerne veľký odstup v porovnaní s dvoma najpoužívanejšími na našom území. Aj čo sa týka dominancie sociálnych sietí Popec a Facebook, na našom území využíva pomerne veľká časť populácie viac ako len jednu sociálnu sieť. Veľmi zaujímavým zistením bolo tiež, že najčastejšou kombináciou používania (až 33% prípadov) je spojenie Popec a Facebook.

Marketingový prieskum slovenských facebookových stránok

V tejto časti zosumarizujeme výsledky marketingového prieskumu slovenských FB stránok. Tento prieskum realizovala v termíne od 16. 9. 2014 do 20. 10. 2014 marketingová digitálna agentúra PS Digital na vzorke 187 slovenských facebook adminov, ktorí spravujú facebookové stránky. Tento prieskum zobrazuje takisto i aktuálny pohľad na FB stránky a ich komunikáciu v podmienkach SR. Otázky, ktoré boli položené v danom výskume boli tieto:

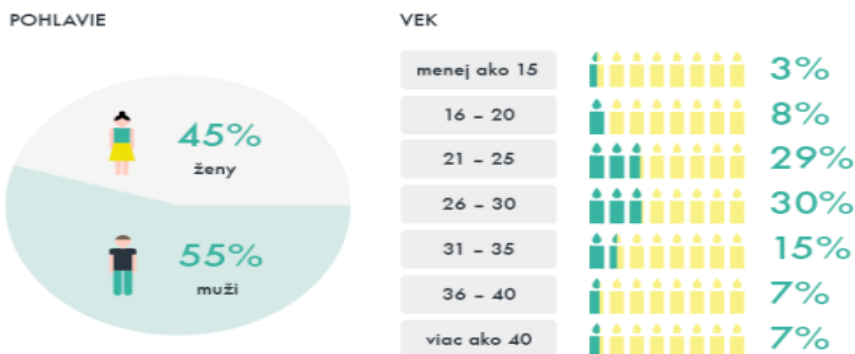
1. Koľko FB stránok spravujete?
2. Koľko fanúšikov má vaša Facebook stránka?
3. Aký typ stránky spravujete?
4. Ako často pridávate príspevky na stránke?
5. Kedy počas dňa najčastejšie publikujete príspevky na stránke?
6. Aký typ príspevkov najviac publikujete?
7. Odpovedáte fanúšikom stránky na ich otázky v správach alebo komentároch?
8. Čo vám najviac bráni zlepšovať vašu stránku?
9. Parametre: engagement, organic/paid reach, talking about, využívate ich?

Výsledky výskumu sú nižšie stručne zhrnuté a vyvodili sme z nich aj ďalšiu analýzu.

Na začiatku si hned' predstavíme ľudí, teda tých, kto sú slovenskí facebookoví administrátori a ďalej sa budeme venovať stručnej analýze daných otázok.

Z uvedeného grafu vidieť, že vzorku tvorilo 45% žien a 55% mužov a najviac aktívnych administrátorov je hlavne vo veku 21 až 30 rokov.

Graf 2 Slovenskí facebookoví administrátori



Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts> (cit. 04.04.2015)

Facebookové stránky ďalej títo administrátori spravujú hlavne ako:

- Agentúra – 19 % z opýtaných tvorili agentúry
- Freelancer – človek na voľnej nohe (živnostník) – 23 %
- Klient – 16 %
- Hobbisti – ako hobby – neplatená aktivita – 33 %

Prvá otázka prieskumu sa venovala problematike spravovania stránok, a to presnejšie – koľko stránok spravuje slovenský facebookový administrátor. Výsledky zobrazuje graf.

Graf 3 Množstvo spravovaných stránok jedným administrátorom

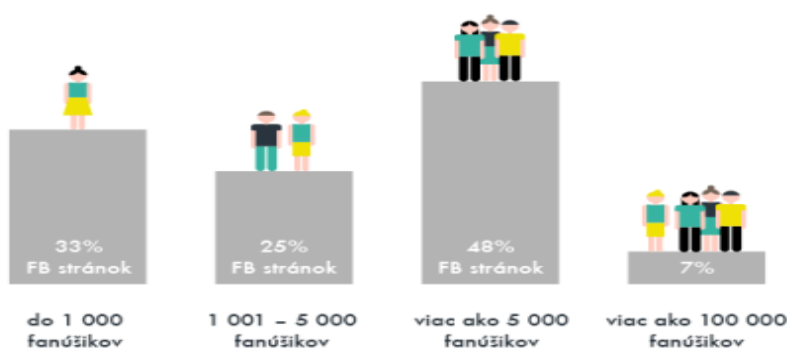


Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

Z grafu je viditeľné, že dve tretiny opýtaných administrátorov spravuje viac ako 3 a viac FB stránok. Pre zvyšných 22 % je postačujúca len jedna, ktorej sa venujú v plnom rozsahu.

Ďalšou z položených otázok na adminov bolo koľko fanúšikov majú slovenské facebookové stránky. Na túto otázku bola aj zaujímavá odpoveď a výsledky odpovedí zobrazuje uvedený graf.

Graf 4 Počet fanúšikov slovenských FB stránok

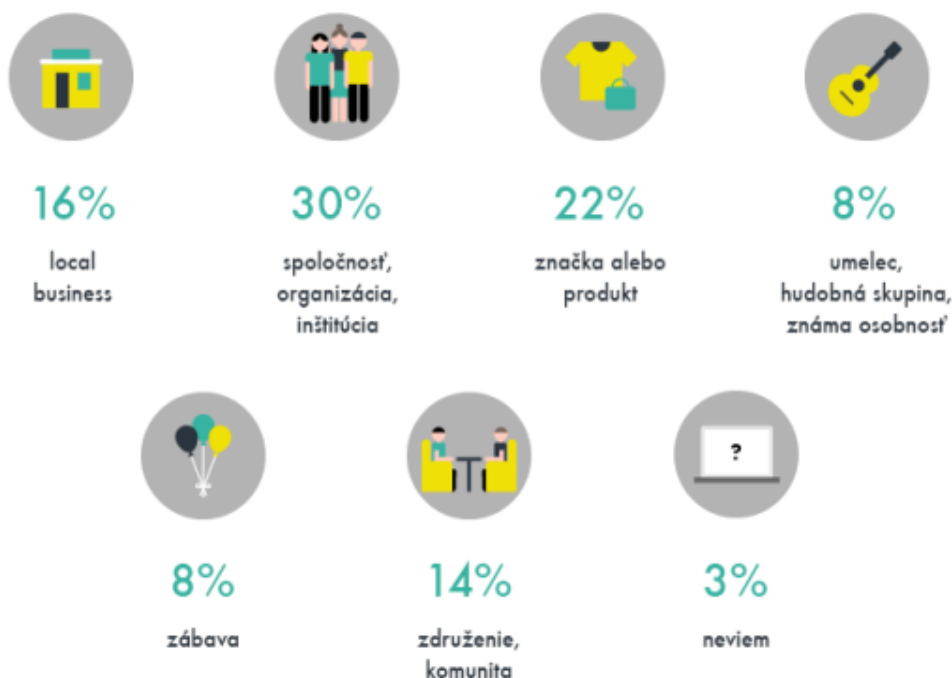


Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

Ako možno vidieť na grafe, až 48 % FB stránok má viac ako 5 000 fanúšikov, pokiaľ sú spravované administrátorom správne a efektívne. Tu je jasne vidieť, že pokiaľ je komunikácia nastavená správne, zvyšuje sa aj priamoúmerne počet fanúšikov danej stránky.

V tretej otázke sa zisťovalo, aký typ facebookovej stránky daný administrátor spravuje, a teda, aké sú najčastejšie typy FB stránok na Slovensku.

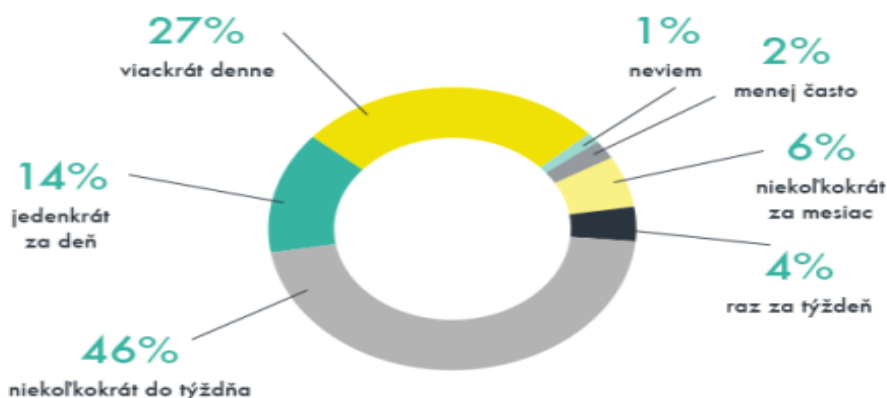
Graf 5 Typy FB stránok na Slovensku



Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

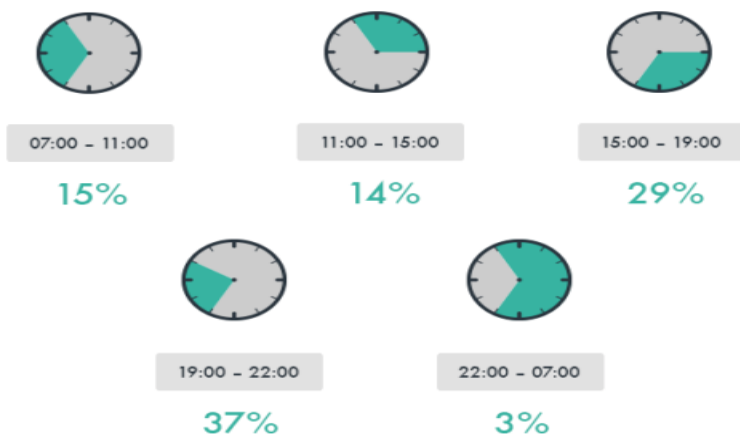
Z grafu možno vidieť, že až 30 % stránok je spravovaných typom spoločnosť či organizácia a takisto z výskumu vyplynulo, že až 81 % typu značka alebo produkt používa na podporu práve FB reklamy.

Veľmi dôležitou otázkou pre efektívnosť reklamy bola hlavne štvrtá otázka, ktorá zisťovala, ako často je administrátorom publikovaný obsah na FB stránke. Z grafu vidieť, že až 27 % FB stránok publikuje obsah a príspevky viackrát za deň a až 50 % stránok s počtom fanúšikov 50 000 – 100 000 publikuje obsah takisto viackrát denne.

Graf 6 Frekvencia publikácie obsahu

Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

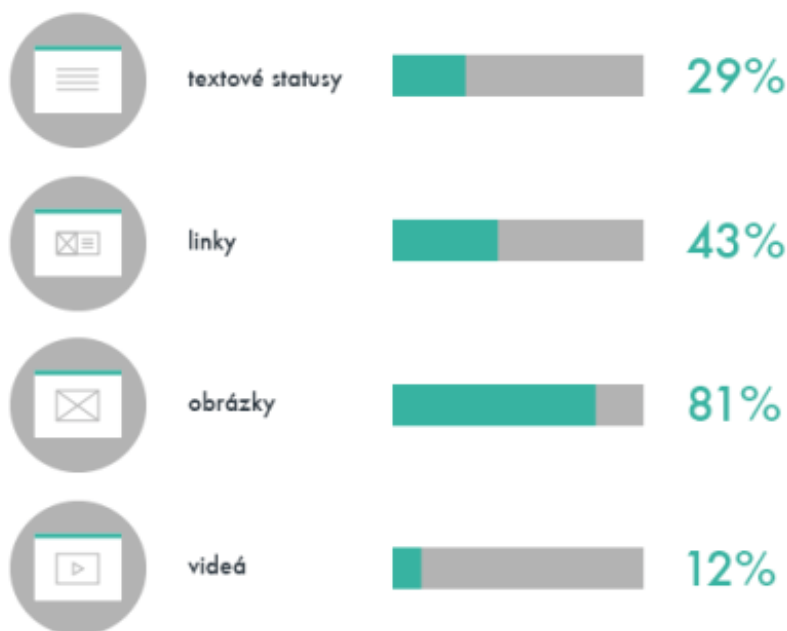
Piata otázka prieskumu sa zamerala hlavne na zisťovanie času, kedy sú príspevky a obsah najčastejšie publikované administrátorom, pričom až 37 % zveřejňovaného obsahu je v čase medzi 19:00 – 20:00, čo nepopiera aj fakt, že v tomto čase sa nachádza na sociálnej sieti najväčšie množstvo aktívnych užívateľov.

Graf 7 Čas uverejňovania príspevkov

Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

Publikovaný obsah môže mať rôzny charakter. Niektorí sa snažia zaujať obrázkami, iní zase textom, vtipmi a niektorí je verný skôr odkazom v podobe linku a videí.

V ďalšej otázke sa preto zisťovalo, aký typ príspevkov publikujú administrátori slovenských FB stránok najčastejšie. Z grafu je jasne viditeľné, že najčastejšie používanými typmi sú obrázky a o niečo menej obľúbené sú linky. Celkovo z prieskumu vyplynulo, že najviac videí publikujú agentúry (20 %) a aj ľudia, ktorí berú svoju prácu ako hobby, tzv. hobbisti (16 %).

Graf 8 Typy publikovaných príspevkov

Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

Ako sme už spomínali, rýchlosť reakcie na komentáre a interaktivita s vlastnými fanúšikmi je skutočne veľmi dôležitým aspektom pri reklame a propagovaní obsahu na Facebooku.

Siedma otázka z výskumu bola preto vytvorená so zámerom zistiť informácie, ako reagujú administrátori na komentáre a ohlasy fanúšikov a hlavne, s akým časovým odstupom vedia odpovedať na otázky a podnety fanúšikov stránky.

Odpoveďou na túto otázku bolo veľmi zaujímavé číslo, kde až 80 % administrátorov sa snaží na otázky svojich fanúšikov odpovedať hneď alebo v časovom intervale maximálne do 24 hodín od pridania otázky alebo komentáru. Avšak jedna šestina administrátorov veľkých stránok (100 000 a viac fanúšikov) odpovedá na otázky, len keď sú relevantné.

Ďalšou otázkou bolo, čo administrátorom najviac bráni v rozvoji ich stránok. Výsledky odpovedí zobrazuje tento graf.

Graf 9 Problémy pri tvorbe a rozvoji stránok

Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

Z grafu je zrejmé, že takmer polovica opýtaných uviedla, že nemá na to dostatok vyhradeného času. Až 25 % opýtaných uviedlo, že fanúšikovia nereagujú na obsah tak, ako by si to predstavovali. Z otázky takisto celkovo zišiel zaujímavý výsledok, že až 51 % z opýtaných agentúr tvrdí, že nemá takisto dostatok času na spravovanie stránok. Až 30 % klientov považuje za najväčšiu bariéru v rozvoji svojej stránky malý rozpočet a 43 % freelancerov má problémy v rozvoji svojej stránky kvôli fanúšikom, ktorých reakcie nespĺňajú dané očakávania a plány.

Posledná otázka, ktorá bola v prieskume položená, bola zameraná na využitie určitých parametrov ako napríklad engagement, organic/paid reach, talking about a podobne.

Graf 10 Využívanie parametrov pri tvorbe obsahu

Zdroj: <https://www.facebook.com/psdigital.sk?fref=ts>

Z otázky vyplynul napokon graf, ktorý potvrdil, že je veľmi podstatné pracovať s týmito údajmi, keďže majú veľmi veľkú vypovedaciu schopnosť a zachytiť tak merateľný rozsah určitej kampane.

Záver

Výskum, ktorý sa uskutočnil medzi prevádzkovateľmi facebookových stránok, nám prináša rôzne zaujímavé výsledky priamo od tvorcov obsahu na sociálnych sieťach. Poukazuje na fakt, že komunikácia, spätná väzba a interakcia s fanúšikmi a užívateľmi je veľmi dôležitým aspektom v marketingu na sociálnych sieťach. Pri komunikácii treba nezabúdať na aktuálnosť príspevkov, pravidelnú komunikáciu, pretože pri dlhšej pauze sa stane pre fanúšikov stránka nezaujímavá. Veľmi prínosnou informáciou bol aj čas uverejňovania príspevkov, kde je vidieť, že najčastejšie sú príspevky uverejňované v čase od 19:00 do 22:00 keďže pochopiteľne je v tomto čase na sociálnej sieti Facebook prihlásených najviac aktívnych užívateľov.

Z uvedeného teda môžeme stručne zhrnúť fakt, že Facebook je veľmi prínosným komunikačným kanálom pre mnohé rozvíjajúce sa, ale aj dlhšie existujúce slovenské firmy. Je vhodný aj pre malé a stredné podniky, pretože predstavuje nákladovo nenáročnú formu komunikácie a pri správne nastavenej marketingovej stratégii prináša skutočne veľmi pozitívne výsledky aj pri prepojení na vlastný e-shop.

Zoznam bibliografických odkazov

- Bednár, V. (2011). *Marketing na sociálnych sítích*. Brno: Computer Press.
- Bujdošová, A., & Klepochová, D. (2013). Vnímanie marketingovej komunikácie na sociálnych sieťach. In Zborník príspevkov z konferencie ŠVOČ (s. 34-41). Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- Čechová, M. (2014). *Sociálne siete*. Dostupné 4.4.2015 na <http://www.iamcool.sk/socialne-siete/24>
- Červenská, V. (2013). *Sociálne siete či sociálne médiá?* Dostupné 04.04.2015 na <http://veronikacervenska.wordpress.com/2013/07/01/socialne-siete-ci-socialne-media/>
- Janouch, V. (2010). *Internetový marketing*. Brno: Computer Press.
- Labská, H. (2014). *Marketingová komunikácia*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- Miklošík, A. (2014). *Informačné systémy marketingu*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- Oreský, M. (2013). *Aplikácie marketingu*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- Plamenia. (2012). *Ako propagovať značku na facebooku*. Dostupné 04.04.2015 na <http://plamenia.com/ako-propagovat-znacku-na-facebooku/>
- Pravda. (2012). *Sociálnym sieťam na Slovensku kraluje Facebook a Pokec*. Dostupné 04.04.2015 na <http://vat.pravda.sk/komunikacia/clanok/26181-socialnym-sietam-na-slovensku-kraluje-facebook-a-pokec/>

Příkrilová, J., & Jahodová, H. (2010). *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada.

Scott, D. M. (2010). *Nové pravidlá marketingu a PR*. Bratislava: Eastone Books.

Treadaway, Ch., & Smith, M. (2011). *Marketing na Facebooku*. Brno: Computer Press.

Sociálno-ekonomické determinanty vplyvu na zdravie v Slovenskej republike¹

Róbert Rehák² – Soňa Dragúňová

The Influence of Social and Economical Determinants on the Health in Slovak Republic

Abstract

The aim of the article is elaboration of a comprehensive study on the value of health and economic impacts of the operation of the Slovak Republic on individual health. The first part is devoted to theoretical knowledge studied the issue and classifying basic concepts. We also focused on determining the value of health and fundamental determinants that affect health, their defining and identifying factors that influence the monitored determinants of health. The final chapter deals with the measurement values investigated determinants of health in Slovakia. The solution of this issue is the development of economic proposals and recommendations to improve the health of Slovak population.

Key words

Health, health determinants, health, economic factors

JEL Classification: I11, I15

Úvod

Význam zdravia pre jedinca a spoločnosť je nespochybniteľný. V zdravej spoločnosti sa môže vyvíjať zdravý jedinec a zdraví jedinci tvoria zdravú spoločnosť. Ľudská spoločnosť sa vyvíja a na to potrebuje čoraz viac materiálnych hodnôt, ktoré si môže zadovážiť rozšírením reprodukcie spoločenskej výroby. Na toto rozšírenie produkcie potrebuje zabezpečiť reprodukciu osobného – subjektívneho činiteľa, čiže pracovnú silu a rozvíjať jej schopnosti, ako aj pasívneho činiteľa, čiže výrobné prostriedky. V tomto príspevku sme sa zaoberali hodnotou zdravia a zadefinovaním determinantov, ktoré ho ovplyvňujú. Vo všeobecnosti zdravotný stav je vždy odrazom viacerých determinantov. Prvú skupinu tvoria faktory, ktoré sú odrazom úrovne vyspelosti jednotlivca, ale aj spoločnosti. Druhú skupinu tvoria faktory, ktoré sú odrazom úrovne štátu. Prínosom príspevku je analýza determinantov zdravia a vypracovanie ekonomických návrhov a odporúčaní na zlepšenie zdravotného stavu slovenskej populácie.

¹ This paper is the result of the project of Operational Programme Science & Research: University Research Park for Biomedicine Bratislava (ITMS 26240220087). We support research activities in Slovakia/Project is co-funded by EU funds.

² Ing. Róbert Rehák, PhD.; University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce, Department of Marketing, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: robert.rehak@euba.sk

1 Metodika práce

Príspevok je zameraný na problematiku zdravia zo všeobecného aj z praktického hľadiska. V príspevku je zadefinovaný súbor hlavných determinantov, ktoré veľkou mierou vplyvajú na zdravotný stav obyvateľstva a poukazujú na ich vplyv na zdravie a vplyv zdravia na fungovanie ekonomiky. V rámci odporúčaní je v príspevku vypracovaný súbor opatrení zo strany štátu, samospráv, samotných podnikov, zdravotného, ako aj školského systému a na osvetu jednotlivca.

Na dosiahnutie daného cieľa bolo nutné naštudovať si dostupnú literatúru, zaoberajúcu sa danou problematikou a stanovenie si čiastkových cieľov. Tými sú:

- Zhrnutie dostupných teoretických poznatkov o hodnote zdravia.
- Zadefinovanie determinantov, ktoré vplyvajú na zdravie jednotlivca.
- Analýza determinantov, ktoré ovplyvňujú zdravie jednotlivcov a vytvorenie odporúčaní na ich zlepšenie.

Pre spracovanie teoretickej časti bola uplatnená textová analýza, ktorá spočívala v preštudovaní viacerých textov a dokumentov. Selekciou sme dospeli k využitiu sekundárnych informačných vstupov z odbornej slovenskej a zahraničnej literatúry, odborných publikácií a webových stránok zameraných na skúmanú problematiku. Pri definovaní základných pojmov bola aplikovaná všeobecná teoretická metóda abstrakcie. Na spracovanie praktickej časti boli spracované primárne, ako aj sekundárne údaje. Sekundárne údaje boli zhromaždené využitím textovej analýzy a abstrakcie. Primárne údaje boli získané prostredníctvom dotazníka v rámci diplomovej práce Sone Dragúňovej na tému Hodnota zdravia a jeho determinanty.

2 Výsledky a diskusia

Determinanty zdravia sú vlastnosti a ukazovatele, ktoré ovplyvňujú prítomnosť a rozvoj rizikových faktorov ochorení. Každé ochorenie je spojené s množstvom tzv. rizikových faktorov, ktorých prítomnosť, respektíve neprítomnosť, rozhodne o tom, či dôjde k vzniku a rozvoju choroby, alebo nie. Rizikové faktory sú jednak špecifické pre každé ochorenie, ale na druhej strane, mnoho ochorení má rovnaké rizikové faktory. V niektorých prípadoch faktor môže byť pre jedno ochorenie rizikový a pre druhé ochranný. Spoločné pre tieto rizikové faktory je vlastnosť, že sa vyskytujú v definovanom prostredí, ktoré buď podporuje ich prítomnosť, a tým umožňuje ich pôsobenie, alebo sa snaží ich prítomnosti zabrániť.

Determinanty zdravia sa delia na vnútorné a vonkajšie:

- a) *vnútorné faktory* – sú väčšinou dedičné faktory, ktoré jedinec získava v rámci ontogenetického vývoja od oboch rodičov
- b) *vonkajšie faktory* – ktoré ovplyvňujú naše zdravie, sú tvorené:
 - *Demografické determinanty* (pohlavie, veková štruktúra, pôrodnosť, úmrtnosť)
 - *Sociálno-ekonomické determinanty* (životný štýl, vzdelanie, zamestnanosť, sociálne kontakty)

- *Životné prostredie* (pracovné a životné prostredie)
- *Zdravotníctvo* (prevencia)

2.1 Demografické determinanty

V Európskej únii bol rok 2011 rokom sčítania obyvateľstva. Sčítanie sa uskutočnilo v každom členskom štáte, čím sa aktualizovali údaje o stavoch, štruktúrach a ďalších charakteristikách obyvateľstva v EÚ. Podľa údajov mala v roku 2011 Európska únia 504 miliónov obyvateľov, tí tak tvorili 7 % svetovej populácie. V Slovenskej republike sa sčítavalo k 21. 5. 2011, t.j. k rozhodujúcemu okamihu ostatného sčítania. V tomto období žilo na Slovensku 5 397 036 obyvateľov s trvalým pobytom. V demografickom vývoji v roku 2011 je udržiavanie úrovne plodnosti a pokračujúce zvyšovanie strednej dĺžky života.

Štruktúra podľa pohlavia

Štruktúra podľa pohlavia je jedným z najvýznamnejších znakov ľudskej spoločnosti. Nielen jej interakcie s demografickými procesmi majú vysokú dôležitosť. Pomer pohlavia žijúceho na danom území vzniká v procesoch prirodzenej (narodenie, úmrtie) a mechanickej (sťahovanie) reprodukcie a aj vplyvom vonkajších udalostí (vojny, epidémie). V súčasnosti vo väčšine krajín sveta prevládajú početne ženy nad mužmi, v necelej tretine krajín prevládajú muži nad ženami – ide predovšetkým o rozvojové krajiny, ostatné krajiny majú pomer vyrovnaný. Zastúpenie pohlaví v populácii sa v priebehu života jednotlivých generácií mení. Ďalším faktorom, ktorý ovplyvňuje štruktúru obyvateľstva, je rozdielna úmrtnosť mužov a žien. V našich podmienkach je typická mužská nadúmrtnosť. V ekonomických vekových skupinách majú prevahu muži v preproduktívnej zložke. V produktívnej zložke je pomer pohlaví vyrovnaný a v poproduktívnej majú relatívne výraznú prevahu ženy (Vývoj obyvateľstva v SR, 2014).

Štruktúra podľa veku

Veková štruktúra je obrazom demografických procesov z minulosti aj obrazom budúceho demografického vývoja. Pre vekovú štruktúru obyvateľstva SR sú typické dva základné rysy, a to nerovnosť a starnutie. Nerovnosť je spôsobená predovšetkým zmenami vo vývoji intenzity pôrodnosti v priebehu ostatných 100 rokov (vojny, baby-boom). Pod starnutie sa podpisuje zvyšovanie strednej dĺžky života a nízka súčasná plodnosť. Hlavným demografickým vývojovým trendom zostáva starnutie slovenskej populácie. Príčinou je predovšetkým zásadná zmena reprodukčného správania, ktorá viedla k tomu, že plodnosť populácie Slovenska sa dostala pod úroveň jednoduchšej reprodukcie a potom sa začala transformácia vekovej štruktúry vedúca k populačnému starnutiu. Index ekonomického zaťaženia je charakteristikou miery hospodárneho zaťaženia práceschopného obyvateľstva závislými osobami. Dlhodobu, od začiatku 80. rokov, tento index klesal. Vplyvom reprodukčných zmien vedúcich k starnutiu populácie došlo však v roku 2009 k zmene trendu. V roku 2010 podľa indexu hospodárskej závislosti pripadalo na 100 obyvateľov vo veku 15 – 64 rokov 39 závislých osôb.

Štruktúra podľa pôrodnosti

Početnosť populácie a prírastky, resp. úbytky obyvateľstva sú určované hlavnými populačnými procesmi, ktoré úzko súvisia s narodením a zomieraním obyvateľstva a zahraničnou migráciou. Celkový pohyb obyvateľstva je výsledkom prirodzeného a migračného pohybu. Prejavuje sa ako prírastok alebo úbytok obyvateľstva. Od vývoja pôrodnosti závisí budúcnosť spoločnosti. Na Slovensku sa začal pokles plodnosti a pôrodnosti začiatkom 80. rokov, ktorý v jednotlivých časových etapách pokračoval s rôznou intenzitou až do 21. storočia, čím došlo k výraznej zmene reprodukčných pomerov. Miery reprodukcie poukazujú na to, že od začiatku 90. rokov obyvatelia Slovenska nezabezpečujú za seba adekvátnu náhradu. Na pôrodnosť má vplyv aj zvyšovanie kvalifikácie obyvateľstva v dôsledku meniacich sa nárokov trhu práce. Dôležitým faktorom ovplyvňujúcim pôrodnosť je hlavne nárast vysokoškolsky vzdelaných obyvateľov, ktorý je reakciou na nutnosť zvýšenia kvalifikácie v dôsledku meniacich sa nárokov na trhu práce. Predlžuje sa tak fáza vzdelávania, a to posúva udalosti súvisiace s reprodukciou do vyššieho veku. Starnutie populácie je už všadeprítomný globálny fenomén a zasahuje každého člena spoločnosti aj spoločnosť ako celok. Všetky relevantné štatistické ukazovatele dokazujú zrýchľujúci sa proces starnutia slovenskej populácie. Všeobecne platí, že krajiny, kde sa začal proces starnutia neskôr, budú mať menej času na prispôsobenie. Medzi tieto krajiny patrí aj Slovenská republika. Ak sa totiž spoločnosť na túto skutočnosť dôsledne nepripraví, potom podobne ako dramaticky tento proces prebieha, bude sa dramaticky meniť spôsob organizácie a fungovania spoločnosti. Nastanú závažné zmeny v ekonomike, na trhu práce, v dôchodkovom veku, v personálnom obsadzovaní pracovných miest, v zdravotníckych systémoch, dôchodkových systémoch atď.

Štruktúra podľa úmrtnosti

Úmrtnostné pomery v krajine najlepšie vystihuje stredná dĺžka života. Stredná dĺžka života v určitom veku poskytuje informáciu o tom, ako dlho bude v priemere žiť osoba v príslušnom veku za predpokladu, že sa počas celého jej života úmrtnostné pomery nezmenia. *Muži zomierajú skôr vo vyššom počte*, čo svedčí o ich horšom zdravotnom stave. Menej sa venujú prevencii a častejšie majú horšiu životosprávu. Významnú úlohu zohráva aj predčasná úmrtnosť mužov v dôsledku vonkajších príčin (autonehody, pracovné úrazy atď.). Najčastejšími príčinami smrti obyvateľov Slovenskej republiky (93 – 94 %) sú choroby obehovej sústavy, nádory, vonkajšie príčiny, choroby dýchacej sústavy a choroby tráviacej sústavy. Dlhodobo najviac mužov (46 – 48 %) a najviac žien (60 – 63 %) zomiera na choroby obehovej sústavy. Najzávažnejšie sú choroby srdca a cievne choroby mozgu. V posledných rokoch úmrtnosť na srdcovo-cievne ochorenia klesá u oboch pohlaví, ale v porovnaní s inými krajinami EÚ je na Slovensku stále výrazne vyššia. Na druhom mieste u oboch pohlaví sú nádory. Každoročne na túto diagnózu zomrie okolo 25 % mužov a 20 % žien. V posledných rokoch sa počet nádorových ochorení zvýšil. Dominuje zhubný nádor priedušiek, pľúc, žalúdka, hrubého čreva, u mužov nádor prostaty a u žien zhubný nádor prsníka. Tretie miesto v rebríčku najčastejších príčin smrti patrí tzv. vonkajším príčinám, teda nehodám, náhodným poraneniam, ale aj úmyselnému sebaopoškodzovaniu. Na vonkajšie príčiny zomierajú častejšie muži ako ženy (Vývoj obyvateľstva v SR, 2014).

2.2 Sociálno-ekonomické determinanty

Životný štýl

Výživa obyvateľstva sa významnou mierou podieľa na zdravotnom stave obyvateľstva. Správna výživa je základným predpokladom zdravého vývoja človeka a hlavnou podmienkou prevencie a liečby ochorení, ktoré postihujú obyvateľstvo. Spôsob výživy a jej trendy sa v minulosti menili pod vplyvom spoločenských, ekonomických, ale aj sociálnych zmien. To, či je príjem potravín dostatočný, nielen z hľadiska kvantity ale aj kvality, možno sledovať na základe zdravotného stavu obyvateľstva a štruktúry spotrebovaných potravín. Na vývoj spotreby potravín a tým aj na celkovú úroveň výživy nášho obyvateľstva mali vplyv radikálne zmeny, ku ktorým došlo na začiatku 90. rokov v celom národnom hospodárstve. Vstupom Slovenska do EÚ sa prejavili zmeny v spotrebe potravín najmä v štruktúre a objeme spotreby potravín na obyvateľa. Tieto zmeny sú ovplyvňované viacerými faktormi, napr. príjmami obyvateľstva, životnou úrovňou, cenovou dostupnosťou potravín a iné. Spotreba potravín je predovšetkým za súčasnej ekonomickej situácie otázkou vzťahu medzi spotrebiteľskými cenami a vývojom príjmov, teda reálnym kúpyschopným dopytom obyvateľstva. Populačné štúdie ukazujú, že existujú výrazné rozdiely medzi jednotlivými spoločenskými vrstvami vo vzťahu k potravinám a nutričnému príjmu. Obzvlášť nízko príjmové skupiny obyvateľstva majú veľkú tendenciu konzumovať nevyváženú stravu. Cenové prírážky za zdravé potraviny, nedostatok motivácie a zručností pri varení môžu potlačiť snahy o nakupovanie určitých surovín a prípravu jedál, čo vedie ku konzumácii hotových potravín alebo rýchleho občerstvenia. Úroveň vzdelania takisto ovplyvňuje výber potravín a správanie, ktoré skôr či neskôr môže viesť k ochoreniam spojeným so stravovaním (Prečo jeme to, čo jeme..., 2014).

Pri spotrebe potravín na Slovensku možno konštatovať zvýšenie spotreby mäsa, mlieka a mliečnych výrobkov, ale aj zemiakov na úkor konzumácie zeleniny a zeleninových výrobkov a aj ovocia a ovocných výrobkov.

Mäso zohráva veľmi dôležitú úlohu vo výžive obyvateľstva vzhľadom na jeho energetické, nutričné a zdravotné vlastnosti. Spotreba mäsa sa na jednej strane považuje za jedno z meradiel životnej úrovne obyvateľstva. Na druhej strane je však jeho vysoká spotreba predmetom kritiky zdravotníkov pre vysoký prísun tukov, cholesterolu a pod. Ovocie a zelenina má vo výžive človeka nenahraditeľné miesto vďaka vysokému obsahu vitamínov, minerálnych látok, vláknin a ďalších látok priaznivo ovplyvňujúcich fyziologické procesy v našom organizme a sú výborným zdrojom prírodnej energie. Neustále však dochádza k nedostatočnej spotrebe tejto komodity. Porovnanie Slovenska s ostatnými krajinami EÚ v spotrebe určitých vybraných druhov potravín, ktoré ovplyvňujú zdravotný stav obyvateľstva, charakterizuje nepriaznivé postavenie Slovenska (Zdravotný stav obyvateľstva Slovenska, 2014).

Viac ako polovica Slovákov je *fyzicky lenivá*, málo sa hýbe. Pohybovať sa, to znamená len cvičiť. Je to každá aktivita, pri ktorej nie sme pasívni. Ten, kto využíva pohyb, má lepšie mozgové funkcie, vďaka ktorým sa môže aj v neskoršom veku zapájať do mnohých činností. Nedostatok pohybovej aktivity je spojený aj s prevládajúcimi „sedavými zamestnaniami“. Viac ako 4 % ľudí pracuje viac ako osem hodín. Niektorých núti pracovať nadčas, iných povaha zamestnania, ktoré si zvolili – lekári a zdravotné sestry. Odborníci označujú 21. storočie za storočie obezity. Na Slovensku má túto chorobu 1,5 milióna pacientov. Slováci prijímajú viac tukov, ako je nutné, vyhýbajú sa po-

hybu a zvyšujú si tak riziko ochorenia. Alarmujúci je aj fakt, že obezita na Slovensku narastá už aj pri počte detí a adolescentov (Klepochová, 2013). Medzi odborníkmi prevažuje názor, že príčinou obezity je skôr nedostatok pohybu ako nadbytok potravy. Obezita so sebou prináša zdravotné riziká mechanické (veľké zaťaženie kĺbov, šliach, teda celého pohybového aparátu a dýchacích ciest) a metabolické (kardiovaskulárne ochorenia, cukrovka, vysoká hladina cholesterolu v krvi atď.) Kombináciou nezdravého stravovania a nedostatku pohybu sa spájajú aj ochorenia tráviacej či vylučovacej sústavy s nádormi.

Konzumácia alkoholu patrí popri zdravej výžive a pohybovej aktivite k základným ovplyvňujúcim determinantom zdravého spôsobu života. Konzumácia alkoholu však nie je bežná súčasť našich životov, predstavuje vážne zdravotné riziko. Spotreba alkoholu v Slovenskej republike, podobne ako vo väčšine európskych krajín, prudko stúpala v povojnovom období až do 80. rokov dvadsiateho storočia. Na začiatku 90. rokov došlo k výraznému poklesu registrovanej spotreby a v priebehu posledných 15. rokov sa takisto zmenil podiel liehovín na celkovej spotrebe. Jeho príležitostné ale aj pravidelné pitie sa posúva do nižších vekových kategórií. Závislosťou od alkoholu trpia mladí aj dospelí, pričom čoraz častejšie sa závislosť vyskytuje aj u adolescentov. Konzumácia alkoholu je na Slovensku vysoko spoločensky tolerovaná, čo má závažné, nepriaznivé zdravotné, sociálne aj ekonomické dôsledky (Maisto, Connors & Dearing, 2007). Podľa štatistík krajín Európskej únie boli len v roku 2010 výdavky spojené so sanáciou následkov pitia alkoholu priemerne 156 miliárd eur a je pravdepodobné, že tieto náklady sú v súčasnosti ešte vyššie. Priemerná spotreba na Slovensku sa v posledných rokoch pohybuje medzi 10 – 15 l čistého alkoholu ročne na osobu staršiu ako 15 rokov, čo nás radí medzi jeho najväčších konzumentov na svete (Heretik, 2013). Alkohol sa podieľa na vzniku približne 200 rôznych porúch zdravia. Riziko ich vzniku vzrastá úmerne s množstvom vypitého alkoholu za deň. Existuje aj niekoľko ochorení, pre ktoré je pitie alkoholu v malých množstvách ochranným faktorom. Tieto choroby sa však vyskytujú len veľmi ojedinele. Je pravda, že Slováci už nepijú toľko ako v minulosti. Statistiky Svetovej zdravotníckej organizácie poukazujú na to, že obyvatelia Slovenskej republiky aj tak konzumujú priemerne viac alkoholu, ako je priemer. Medzi choroby, ktoré sú spojené s nadmernou konzumáciou alkoholu, patria najmä cirhóza pečene a duševné ochorenia (Rizikové pitie alkoholu..., 2015).

Fajčenie má nielen nepriaznivý zdravotný, ale aj ekonomický vplyv na fajčiara a spoločnosť. Na rozdiel od iných spotrebných výrobkov, ktoré si človek kupuje pre úžitok a radosť, tabakové výrobky v konečnom dôsledku spôsobujú svojmu pravidelnému spotrebiteľovi utrpenie a smrť. Veľa tabakových spoločností pridáva do cigariet príchuť, ktoré majú pritiahnuť k fajčeniu predovšetkým prvokonzumentov, ženy a mládež. V minulosti populárne cigarety s označením „light“ evokovali vo fajčiaroch mylný dojem, že sú menej škodlivé, ale okrem zníženého obsahu dechtu boli ich účinky na ľudský organizmus rovnaké ako pri klasických cigaretách. Fajčenie ručne šľahaných cigariet má v Európe zvyšujúcu sa tendenciu, pretože finančné náklady na podomácky pripravenú cigaretu sú nižšie v porovnaní so strojovo vyrábanými cigaretami predávanými v obchodoch (Palušková et al., 2014). Podľa prieskumov a rôznych ankiet si približne 70 – 75 % fajčiarov želá prestať fajčiť, ale svoju závislosť nedokážu prekonať. Fajčenie je zodpovedné za tieto ochorenia: nádorové ochorenia s najvýznamnejším podielom rakoviny pľúc, nádorové choroby úst, hltana, kardiovaskulárne choroby, chronickej bronchitídy a ďalších (Otázky a odpovede na tému fajčenie, 2015).

Vzdelanie

Vzdelanie je dlhodobou jedným z najvýznamnejších determinantov zdravia. Investícia do vzdelávania je investíciou do zdravia, preto možno predpokladať, že pokles investícií do školstva a vzdelávania vyvoláva s istým odstupom času tlak na zvýšenie nákladov na zdravotnícke služby. Pravdepodobne najvýznamnejší vplyv na zdravie je daný hranicou medzi základným a stredoškolským vzdelaním. Čím viac žiakov pokračuje vo svojom vzdelávaní na stredných školách a získa maturitu, tým rastú šance na zdravú populáciu. Napriek klesajúcemu podielu vekovej kategórie (18- až 24-roční) na celkovej populácii v uplynulých rokoch nedošlo k zníženiu nízko vzdelaných osôb. Pričom skoro polovica z tejto skupiny bola nezamestnaná. Nedostatočné vzdelanie však nielen znižuje možnosti na trhu práce, ale limituje aj zodpovedný prístup k životu, zhoršuje životné podmienky, zvyšuje sociálne riziká a tým zhoršuje zdravotný stav. Pri vzdelanosti je nevyhnutné upozorniť aj na regionálne rozdiely v rámci Slovenska. Školy a iné vzdelávacie zariadenia nevpávajú na zdravie človeka len vzdelávacími aktivitami, ale aj formovaním životného štýlu. Podobne ako rodinné zázemie alebo pracovné prostredie u dospelých generácií. Medzi tieto funkcie školy možno zaradiť napríklad voľno časové aktivity a školské stravovanie.

Zamestnanie

Významným sociálno-ekonomickým determinantom zdravia je pozícia na trhu práce. Zdravotné dôsledky nezamestnanosti sú veľmi rozsiahle, počnúc duševnými chorobami a končiac kardiovaskulárnymi chorobami. Negatívne pôsobenie nezamestnanosti je buď priame, ktoré sa prejavuje skôr výskytom depresí, úzkosti, straty sebadôvery, alebo nepriame, ktoré súvisí so zhoršenou kvalitou života a vysokým rizikom chudoby, výskytom nevhodného stravovania, rôznych negatívnych návykov (alkohol, fajčenie, drogy, kriminalita atď.). Trend nezamestnanosti na Slovensku je všeobecne nepriaznivý. Medzi zaujímavé prejavy nezamestnanosti patrí zvýšená práceneschopnosť. Regionálne porovnania naznačujú, že v okresoch s vysokou mierou nezamestnanosti sú pracujúci podstatne častejšie práceneschopní ako v okresoch s nízkou mierou nezamestnaných. Prejavuje sa tu jav „tieňovej“ práceneschopnosti, ktorá sa pri nízkych priemerných mzdách vyskytuje ako náhrada za mzdu, ktorá je finančne zaujímavá (Národná správa o ľudskom rozvoji SR, 2002).

2.3 Životné prostredie

Ďalším významným determinantom zdravia je životné prostredie. Pod pojmom životné prostredie sa v tomto prípade rozumie viac ako len jeho ekologický aspekt.

Pracovné prostredie

Práca formuje človeka ako biopsychosociálnu bytosť. Pracovný potenciál je časť zdravotného potenciálu jedinca, ktorá ovplyvňuje jeho možnosti pracovného uplatnenia. Pracovné podmienky vytvárajú v interakcii s pracovným potenciálom človeka pracovné požiadavky. Ak pracovné požiadavky presahujú možnosti adaptácie na jedinca, prekročením pracovného potenciálu, môže dôjsť k poruche zdravia a strate pracovnej schopnosti (Determinanty zdravia, 2014). Pracovné prostredie môžeme rozdeliť na dve skupiny: materiálne a spoločenské. Medzi materiálne podmienky zaradujeme vybavenie pracoviska technikou, zariadením, nábytkom a pod. K spoločenským podmienkam

patria medziľudské vzťahy v kolektíve, v organizácii, ale aj mimo organizácie. V širšom zmysle slova sem môžeme zaradiť také podmienky, ktoré priamo nesúvisia s výkonom práce, ale majú na prácu a pracovný výkon vplyv. Táto oblasť zahŕňa veľké množstvo zamestnaneckých výhod. Riziká, ktoré sa na pracoviskách vyskytujú, sú dôležitým determinantom zdravia. Počet rizikových pracovísk má trvale klesajúci trend. Hlavné skupiny rizikových faktorov vyskytujúcich sa na pracoviskách sú ionizujúce žiarenie, hluk, chemikálie a vibrácie. Výskyt chorôb z povolania aj počet úrazov spojených s prácou v posledných rokoch klesá (Národná správa o ľudskom rozvoji SR, 2002).

Životné prostredie

Poznanie a hodnotenie vplyvu faktorov životného prostredia na ľudské zdravie (fyzické aj psychické) je problematika, ktorá si vyžaduje multidisciplinárny prístup. Odvíja sa predovšetkým od poznania kvality životného prostredia, od vnútorného prostredia (pracovného aj mimopracovného) cez vonkajšie prostredie v urbanizovaných celkoch až po prírodné prostredie. Dobrá kvalita životného prostredia človeka, výrazne ovplyvňujúca jeho zdravie, je súhrnom dobrej kvality ovzdušia, vody aj potravín. Na udržanie rovnováhy v organizme je však okrem toho nutné optimálne zužitkovanie prijímaných látok, ako aj harmonický vzťah k prostrediu, čo vyžaduje psychickú vyrovnanosť a zdravý životný štýl. Znečisťujúce látky pochádzajúce z priemyslu, poľnohospodárstva a ďalších zdrojov sú pre ľudský organizmus cudzorodé a v závislosti od ich charakteru a kvantity ohrozujú, resp. narušujú zdravie človeka. Na zhoršené zdravie obyvateľov a ich zvýšenú úmrtnosť v niektorých regiónoch jednoznačne vplýva znečistené alebo poškodené životné prostredie, kombinované so životným štýlom, úrovňou zdravotnej starostlivosti aj fyzickou (genetickou) dispozíciou. Environmentálny aspekt však vo viacerých lokalitách výrazne dominuje a prostredníctvom škodlivých látok má nepriaznivé účinky na ľudské zdravie a vek. V poslednom čase dochádza k nárastu alergických, srdcovo-cievnych a nádorových ochorení, ktoré sa stali alarmujúcimi parametrami environmentálneho zdravia (Životné prostredie a zdravie, 2015).

2.4 Zdravotnícky systém v SR

Organizácia

Ústava Slovenskej republiky garantuje všetkým občanom univerzálny bezplatný prístup k širokému základnému balíku zdravotnej starostlivosti hradenej z verejného zdravotného poistenia. Všetci obyvatelia sú zdravotne poistení a sú povinní platiť príspevky do verejného zdravotného poistenia, ktoré spravujú zdravotné poisťovne. Za niektorých poistencov (deti, študenti, matky, resp. otcovia na rodičovskej dovolenke, nezamestnaní, poberatelia nemocenských dávok, dôchodcovia a pod.) platí poistenie štát. Každý občan, prípadne cudzinec s registrovaným dlhodobým pobytom na Slovensku, má nárok na rovnakú zdravotnú starostlivosť pri rovnakom zdravotnom probléme (OECD, 2013). Na Slovensku funguje pluralitný systém zdravotných poisťovní, ktoré musia prijať každého pacienta, ktorý zase môže zmeniť poisťovňu raz ročne. Úrad pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou je zodpovedný za monitoring vykonávania verejného zdravotného poistenia, poskytovania zdravotnej starostlivosti a jej nákupu. Úrad dohliada na prerozdeľovanie finančných zdrojov medzi zdravotnými poisťovňami. Zdravotnícke zariadenia ústavnej starostlivosti sú primárne financované z verejných zdrojov, a to cez štátny rozpočet, ale najmä platbami zdravotných poisťovní

z verejného zdravotného poistenia. Slovenské nemocnice sú prevažne vlastnené verejným sektorom.

Rozsah krytej zdravotnej starostlivosti

Úlohou zdravotných poisťovní je zabezpečiť pre svojich poistencov dostupnú zdravotnú starostlivosť v súlade s príslušnou legislatívou. Poskytovatelia vykonávajú zdravotnú starostlivosť pre pacientov bez ich priamej finančnej spoluúčasti na nákladoch za liečbu, pričom však existujú určité výnimky – u zubárov. Pacienti platia ešte paušálne regulačné poplatky a za lieky. Aj keď nie všetky nerovnosti v zdravotníctve bývajú zapríčinené finančnými bariérami, spôsob financovania zdravotnej starostlivosti má dôležitý vplyv na rovnosť. Slovenská republika vykazuje podľa legislatívy vysokú mieru krytia zdravotnej starostlivosti verejným zdravotným poistením, ale v realite je situácia opačná. To znamená, že síce je celá populácia zo zákona povinne zdravotne poistená a má takmer neobmedzený nárok na poskytovanie kompletnej zdravotnej starostlivosti, ale v skutočnosti výrazne obmedzujú tieto nároky vysoké priame platby obyvateľstva (Income-Related Inequalities..., 2010).

Financovanie

Zdravotnícky systém na Slovensku možno charakterizovať ako finančne neudržateľný, keďže sľubuje pacientom komplexné krytie zdravotných výkonov, pričom však zdroje na ich financovanie nepostačujú. Medzera medzi príjmami a výdavkami sa zväčšuje, čo má za následok nárast zadlženosti zdravotníckych zariadení. Pacienti budú počiťovať dlhodobú zadlženosť nemocníc nižšou kvalitou a horšou dostupnosťou zdravotnej starostlivosti. Zhoršenie kvality poskytovanej zdravotnej starostlivosti sa môže prejavovať rôznymi spôsobmi, napríklad: dlhším čakaním na liečbu, odchodom špičkových odborníkov do súkromnej sféry alebo do zahraničia, nízkym počtom zdravotných sestier, ktoré nestíhajú, nedostatkom niektorých liekov a špeciálneho zdravotníckeho materiálu, zastaranými technológiami a liečebnými postupmi, chýbajúcimi investíciami do budov, horšou hygienou a pod. (Zdravotnícky systém v SR, 2015).

Zdravotnícky personál

Rozmiestnenie zdravotníckeho personálu po Slovensku vykazuje určité regionálne nerovnosti. Bratislavský kraj má v priemere približne o 1,7- až 2,6-krát viac zdravotníckych pracovníkov na 1 000 obyvateľov ako ďalšie kraje. Starnutie pracovníkov v zdravotníctve, reštrukturalizácia zdravotníckych zariadení a odchod za prácou do zahraničia sú faktory, ktoré môžu spôsobiť v dlhšom časovom horizonte nedostatok zdravotníckych pracovníkov na Slovensku. Toto je považované za všeobecne známe, hoci presné dáta o migrácii slovenských zdravotníkov za prácou do zahraničia absentujú. Podľa prieskumov je na celoštátnej úrovni nedostatok zubárov. Pri ostatných zdravotníckych profesiách primárnej starostlivosti nebol podobný nedostatok vykázaný celoslovensky, ale v niektorých regiónoch chýbajú všeobecní lekári, gynekológovia a pôrodníci a zdravotné sestry v domácej ošetrovateľskej starostlivosti. Naopak, máme dostatok fyzioterapeutov a farmaceutov (Zdravotnícky systém, 2015). Jedným z dôvodov nízkeho stavu zdravotných sestier môžu byť aj relatívne nízke príjmy sestier. Riešením však nie je plošné zvyšovanie platov ani zákonom stanovené minimálne mzdové nároky, ale diferenciacia platov umožňujúca riaditeľom nemocníc odmeňovanie podľa kvality odvedenej práce, pričom berú do úvahy aj finančnú kondíciu tejto nemocnice či poskytovateľa. Problém je, ak sa zvyšujú platy sestier či lekárov plošne, bez ohľadu na finančné možnosti a kvalitu poskytovanej zdravotnej starostli-

vosti, čiže na úkor efektívnosti a zadlženosti nemocníc. Zároveň je všeobecne platné, že zdravotnícky personál na Slovensku starne.

Indikátory kvality a výkonnosti zdravotníckeho systému

Jednou z dôležitých podmienok pre efektívnu súťaž v zdravotníckom sektore sú hodnoverné a zrozumiteľné informácie vrátane tých o kvalite a efektívnosti zdravotných poisťovní a poskytovateľov zdravotnej starostlivosti. Slovenská legislatíva predpokladá, že oficiálne indikátory kvality budú jednotlivé zdravotné poisťovne každoročne vyhodnocovať, zasielať Úradu pre dohľad nad zdravotnou starostlivosťou a zohľadňovať pri uzatváraní zmlúv s poskytovateľmi. V praxi však poisťovne využívajú pri kontraktingu často aj svoje vlastné kritériá a indikátory.

Silné a slabé stránky slovenského zdravotníctva

Jedným z najväčších problémov slovenského zdravotníctva boli vysoké verejné výdavky na lieky a ich značná spotreba. Pomôcť znížiť verejné výdavky na lieky malo dôslednejšie využívanie inštitútu medzinárodného referencovania cien liekov, ktoré je známe v slovenskej legislatíve už od roku 2000. Slovensko bolo jednou z prvých európskych krajín, ktoré zaviedli referencovanie cien liekov do praxe. Ako referenčná hodnota pre určovanie maximálnych cien liekov bola stanovená priemerná cenová úroveň 6 najlacnejších krajín EÚ. Vzápätí sa ukázalo, že lieky boli predražené, pričom najviac predražené boli originálne lieky chránené patentom (najmä drahé lieky na liečbu onkologických ochorení a autoimunitných porúch). Predražená bola takisto väčšina liekov z prvej stovky podľa spotreby. Na základe týchto opatrení má teraz Slovensko druhé najlacnejšie lieky v Európe (Zdravotnícky systém v SR, 2015).

Slovensko sa radí medzi európske krajiny s najnižšou mierou efektívnosti zdravotníckeho systému.

Za súčasnú úroveň poskytovanej zdravotnej starostlivosti by mali občania Slovenska platiť oveľa menej. Alebo opačne, za peniaze, ktoré v súčasnosti Slovenská republika vynakladá na zdravotníctvo, by jeho občania mali dostať oveľa viac – lepšiu zdravotnú starostlivosť a viac zdravia. Problémom slovenského zdravotníctva teda nemusí byť nedostatok peňazí, určite však ním je ich neúčelné používanie (Analýza verejného obstarávania..., 2012). Podľa vládneho Národného programu sa rýchly rast zdrojov neprejavil na výsledkoch zdravotníctva v dostatočnej miere. Zatiaľ čo ostatné krajiny V4 dokázali v posledných rokoch takmer vymazať náskok krajín EÚ v počte rokov zdravého života, Slovensko stále zaostáva takmer s 10-ročným rozdielom EÚ a V4. Rýchly rast výdavkov na zdravotnú starostlivosť v spojitosti s relatívne pomalým rastom očakávanej dĺžky života môže indikovať znižujúcu sa efektívnosť vynakladania zdrojov v zdravotníctve. V súčasnosti by sa obyvatelia Slovenska mali pri nezmenenej výške výdavkov dožívať o 2 roky dlhšie (Národný program reforiem SR, 2013).

Prevenca na Slovensku

Prevenca podľa odborníkov výrazne zlepšuje vyhliadky na dlhší život. Slováci však chodia na preventívne prehliadky minimálne. Na viaceré majú zo zákona nárok a zdravotné poisťovne sú povinné ich uhradiť, no poistenci ich nevyužívajú. Slovákov stále zabíjajú choroby, ktorým sa dá už aj existujúcimi prostriedkami predísť, zatiaľ čo napríklad v Nemecku je najväčší problém v tých chorobách, kde ešte nepoznáme účinnú liečbu. Prevencia a skoré zachytenie choroby pritom výrazne zvyšuje šance pacienta na uzdravenie a zároveň pomáha šetriť zdroje (Riffaiová, 2013).

2.5 Diskusia

Každý jednotlivec má určité genetické predispozície na choroby. To, či sa tieto choroby u neho prejavia, alebo nie, do veľkej miery ovplyvňuje sám, svojím správaním a zaužívaným životným štýlom. Tieto jeho činnosti by sme mohli zhrnúť do skupiny sociálno-ekonomických determinantov. Veľmi dôležitú úlohu zohráva príjem potravy. Je to činnosť, ktorú vykonávame denne. V súčasnej ekonomickej dobe, ktorú by sme mohli charakterizovať ako spoločnosť nadbytku, kde ponuka prevláda nad dopytom, čo potvrdzujú aj veľkoplošné obchodné komplexy, supermarkety a hypermarkety s veľkou ponukou potravinárskych produktov s rôznou kvalitou, si ľudia začínajú postupne dávať pozor na to, čo kupujú. Myslíme si, že na tejto zmene spotrebiteľského správania mali zásadný podiel medializované potravinárske škandály.

V tejto oblasti odporúčame, aby sa na potravinárskych výrobkoch začali viditeľnejšie označovať: dátum minimálnej trvanlivosti alebo dátum spotreby, meno alebo obchodné meno prevádzkovateľa alebo dovozcu, krajina pôvodu alebo miesto pôvodu v prípade určitých druhov potravín a označenie výživovej hodnoty.

Všeobecne sa veľkým trendom vo svete stáva zvýšená konzumácia mäsových výrobkov, ktorá so sebou prináša mnohé zdravotné problémy. Za vysokú konzumáciu určitých druhov mias môže aj ich cenová dostupnosť, ktorá je spojená s nízkymi nákladmi a nenáročnosťou na chov vybraných zvierat s udrzaním pomerne vysokých ziskov (pravidlo klesajúcich nákladov z rozsahu). Tomuto trendu sa neubránili ani slovenskí spotrebiteľia.

V oblasti obmedzenia konzumácie mäsa odporúčame, aby štát zvýšil DPH na mäsové výrobky a súbežne s tým spustil aj mediálnu kampaň, ktorá by bola zameraná na osvetu jednotlivcov. Táto kampaň by poukazovala na zdravotné problémy spojené s častou konzumáciou mäsa a zároveň by načrtla globálne dôsledky spojené s početným chovom hospodárskych zvierat.

Hoci všetci si uvedomujú, že ovocie a zelenina sú zdraviu prospešné, v posledných rokoch sa vyskytuje klesajúca tendencia ich konzumácie. Myslíme si, že za tento nepriaznivý vplyv môže práve sezónnosť, ktorá ovplyvňuje ich chuť, cenovú dostupnosť, a teda aj motiváciu jednotlivcov kupovať ovocie a zeleninu mimo ich sezóny v takom množstve ako počas nej. Tieto aspekty do veľkej miery ovplyvňujú aj vybudovanie nákupných, ako aj konzumných návykov konečných spotrebiteľov. V poslednom čase sa na trh začínajú dostávať BIO ovocné a zeleninové výrobky, ktoré obsahujú cenovú prirážku za zdravie. Prví dodávatelia, ktorí prišli na trh s BIO výrobkami zaznamenali úspech a u spotrebiteľov vyvolali veľký záujem práve o svoje produkty. Myslíme si však, že v súčasnosti si z prívlastku BIO začínajú dodávatelia, ale aj spoločnosti skôr robiť marketingovú kampaň. Nesmieme zabúdať ani na fakt, že kvalitu ovocných, ale aj zeleninových výrobkov významnou mierou ovplyvňuje aj životné prostredie, ktorého úroveň má práve klesajúcu kvalitu.

Navrhujeme podporu zo strany štátu na zníženie DPH na ovocie a zeleninu. Takisto by mohli byť vyčlenené určité peňažné prostriedky vo forme dotácií pre sady a malé farmy, ktoré sa zaoberajú touto hospodárskou činnosťou. Medzi ďalšie činnosti zameriavajúce sa na podporu konzumácie ovocia a zeleniny by boli tieto potraviny povinne zaradené ku každému obedu v školách a verejných jedálňach.

Ďalšie zložky, ktoré patria do oblasti životného štýlu jednotlivcov, tvoria alkoholické a tabakové výrobky. Na jednej strane štát na ne zvyšuje spotrebné dane, ktoré tvoria pomerne vysokú časť príjmov do štátneho rozpočtu. Na druhej strane sú dané výrobky veľmi škodlivé pre zdravie jednotlivca a ročne sa na liečbu zdravotných problémov spojených s ich konzumáciou vynakladá veľké množstvo financií. Tabakové výrobky boli v minulosti znakom vyššieho spoločenského statusu. No v poslednom čase rastie ich spotreba najmä v nižšej spoločenskej triede a u ľudí s nižšou úrovňou vzdelania. Napriek opatreniam, ktoré boli zo strany štátu zavedené (vyššie ceny, nefajčiarske miestnosti v reštauráciách, baroch a vinárňach) je ich spotreba pomerne vysoká.

Ako riešenie tohto problému vidíme zavedenie jednotného obalu škatuliek všetkých tabakových výrobkov. Toto opatrenie by si však vyžadovalo prísnejšie bezpečnostné kontroly, aby sa zamedzilo pašovaniu tabakových výrobkov. Na druhej strane by bolo otáznne, či by tabakové spoločnosti dokázali akceptovať takéto opatrenie na území Slovenska.

V oblasti konzumácie alkoholických nápojov je Slovenská republika stále v negatívnych hodnotách oproti európskemu priemeru. Pomerne vysoká konzumácia alkoholických nápojov je nepriamym dôsledkom toho, že človek je spoločenským tvorom a veľmi často sa na verejnosti stretáva práve v podnikoch, kde sa predáva alkohol, čo na druhej strane však podporuje malých a stredných podnikateľov, ktorí podnikajú v tejto oblasti. Myslíme si, že tento fenomén je zaužívaný aj na základe mediálneho vplyvu spoločností produkujúcich alkoholické nápoje, ktoré svojimi reklamnými kampaňami vytvárajú asociáciu medzi konzumáciou alkoholu a príjemným stretnutím s priateľmi alebo prepojením medzi ich výrobkami a pasívnym športom, najmä v období majstrovstiev sveta v hokeji.

Preto navrhujeme striktnejšie pravidlá v kontrole mediálneho priestoru (televízne reklamy, billboardy).

Vzdelanie je veľmi dôležitou investíciou do budúcnosti, ale aj do zdravia.

Navrhujeme, aby sa v školskom systéme, pri výučbe biológie na základných, ako aj stredných školách vyučujúci venovali aj otázke zdravého životného štýlu.

Ďalšiu skupinu determinantov, ktoré ovplyvňujú zdravie jednotlivcov, je životné prostredie, v ktorom sa počas dňa pohybuje. Neustále prebieha proces urbanizácie, čo spôsobuje, že väčšina obyvateľstva sa koncentruje v mestách. Mestá poskytujú dostatok pracovných príležitostí, ale aj voľnočasových aktivít, no taktiež zhoršené životné prostredie pre jednotlivca ako na dedine. Úroveň smogu a exhalátov z výrobných podnikov a automobilov (hoci sa začínajú postupne nahrádzať hybridmi) je pomerne vysoká, hodnoty hluku nadpriemerne alebo nedostatok zelene v mestách. V oblasti celkového životného prostredia sa začína klásť čoraz väčší dôraz na recykláciu obalov, čo si na druhej strane vyžaduje vysoko konzumný štýl ľudstva a udržateľnosť ekosystému.

Navrhujeme, aby samotní starostovia miest začali realizovať projekty, ktoré by boli zamerané na zvýšenú výsadbu zelene a okrasných rastlín do mestských verejných priestorov, takisto vytvorili viac parkov v mestách. Zvýšili koncentráciu odpadkových košov na verejných priestranstvách, ktoré by boli farebne rozlíšené, aby dochádzalo k recyklácii aj na verejnosti.

Ako ďalšiu alternatívu ponúkame posilnenie a skvalitnenie MHD dopravy, pričom tieto dopravné prostriedky by boli hybridmi. Spolu so zmenami v MHD doprave by sa

mohli podporiť cyklotrasy vedúce cez mestá s možnosťou využitia verejných mestských bicyklov na mestské karty s primeranými poplatkami. Tento spôsob dopravy by mal tiež pozitívny vplyv aj na fenomén obezity.

Úroveň a kvalita pracovného prostredia je priamo regulovaná štátom v podobe zákonov, respektíve samotnými zamestnancami podnikov, ktorí môžu podať podnet na prešetrenie porušenia pracovných podmienok či práv a povinností zamestnancov priamo na príslušnom úrade, v odboroch, organizáciách alebo združeniach.

Navrhujeme, aby zamestnávateľia vynaložili dostatočnú pozornosť na bezpečnosť pracovného prostredia svojich zamestnancov, takisto vytvorili príjemné prostredie, čím by znížili stres, ktorý zamestnanci v práci môžu pociťovať, pričom ten vplýva na ich zdravie ako aj pracovný výkon. Podporiť team buildingy na dosiahnutie lepších medziľudských ako aj pracovných vzťahov.

Zdravotný stav je vždy odrazom viacerých determinantov – genetiky, našej výživy a životného štýlu, životných a pracovných podmienok – tieto sú odrazom úrovne vyspelosti spoločnosti.

Úroveň zdravotnej starostlivosti, ktorá je poskytovaná zdravotným systémom na Slovensku, je dlhodobo neuspokojivá. Nemocnice nie sú nútené ekonomicky hospodáriť, a tak dochádza k neustálemu kolobehu ich zadlžovania a oddlžovania. Finančné prostriedky nie sú efektívne vynakladané a za niektoré služby a úkony si musia platiť samotní pacienti, hoci má zdravotnícky systém status „bezplatný“. Zdravotné poisťovne sú neochotné preplácať určité úkony, ktoré v konečnom dôsledku nakoniec hradí samotný lekár na úkor svojich vlastných nákladov.

Navrhujeme, aby nemocnice boli povinné každoročne predkladať účtovnú uzávierku na kontrolu. Motiváciou zo strany riaditeľov nemocníc proti zadlžovaniu by mohla byť aj možnosť dotácie na nákup moderného zdravotníckeho zariadenia za pozitívne hospodárenie v danom roku. Takisto by poisťovne mali mať zakázané dosahovať zisky v účtovných obdobiach, pretože práve zisky svedčia o neefektívnom vynakladaní peňažných prostriedkov, ktoré jednotlivci platia poisťovniam.

Významným fenoménom, ktorý sa začína prejavovať v našom zdravotníctve, je pokročilý vek lekárov, ktorí budú časom odchádzať do dôchodku, pričom hrozí nedostatok lekárov, pretože veľké množstvo absolventov odchádza do zahraničia. S touto situáciou úzko súvisí aj nedostatok lekárov s určitou špecializáciou. Myslíme si, že pokiaľ sa tento stav nezačne pomaly riešiť v súčasnosti, v budúcnosti dôjde k neudržateľnej situácii v oblasti dostupnosti a úrovne služieb vo sfére zdravotnej starostlivosti.

Navrhujeme, aby samotné vysoké školy na základe prieskumov vyvíjali iniciatívu u žiakov počas ich štúdia na vysokých školách s možnosťou praxe v ambulanciách lekárov, ktorí sa venujú špecializácii, ktorá nie je takou bežnou. Väčšia spolupráca medzi samotnými lekármi a vysokými školami by mohla pozitívne prispieť k vytvoreniu udržateľnej situácie.

Preventívne prehliadky patria medzi jedny z významnejších faktorov, ktoré dokážu v ranom štádiu zachytiť choroby, pokiaľ už nejaké podozrenia na ňu vznikajú. Hoci je väčšina preventívnych prehliadok bezplatná, respektíve hrazená zo zdravotných poisťovní, návštevnosť je stále pomerne nízka. Ľudia majú obavy z chorôb alebo ich odrádza plná čakáreň ďalších pacientov.

Myslíme si, že táto situácia by sa dala vyriešiť tým, že by lekári pol dňa v pracovnom týždni vyhradili vo svojich ordinačných hodinách práve prevencii. Táto návštevnosť by sa dala podporiť oznámením dátumu preventívnej prehliadky oslovením priamo pacienta cez SMS alebo email.

So zdravotníctvom veľmi úzko súvisí farmaceutický priemysel a farmaceutické výrobky. Hoci sú ceny liekov na Slovensku posudzované a zaraďované do cenových kategórií, ktoré v plnej miere hradí štát alebo hradí len časť, respektíve ich nehradí vôbec, stále vysoké percento liekov vyžaduje dodatočné peňažné prostriedky od samotných pacientov, ktorí lieky všeobecne považujú za drahé. Za neuspokojivý považujeme aj fakt, že v komisii, ktorá sa zaoberá kategorizovaním liekov, majú svojich zástupcov aj samotné poisťovne, ktoré tak lobujú za svoje záujmy a nie za záujmy pacientov.

Navrhujeme, aby členov, z ktorých je komisia vytvorená tvorili z polovice ľudia z lekárskej komory a druhú polovicu samotní lekári.

Záver

Cieľom príspevku je vypracovanie štúdie o hodnote zdravia a vplyvov ekonomického fungovania Slovenskej republiky na zdravie jednotlivca. Týmto príspevkom sme chceli dosiahnuť, aby si každý z nás uvedomil, aký význam má pre nás zdravie a potrebu jeho ochraňovania. Zmyslom bolo poskytnúť návrhy a opatrenia pre rozvoj zdravia s myšlienkou zachovať ľudí a spoločenstvo zdravé, a to posilňovaním zdravia, predchádzaním chorobám a poraneniam, poskytovaním zdravotnej starostlivosti, ale aj osvety jednotlivca.

Zoznam bibliografických odkazov

- Analýza verejného obstarávania nemocníc v rokoch 2009-2012.* (2012). Dostupné 10. 2. 2014, na http://www.ineko.sk/file_download/693/
- Heretik, A. (2013). Často podceňované riziká pitia alkoholu. *Bratislavské lekárske listy*, 6, 38.
- Income-Related Inequalities in Health Service Utilisation in 19 OECD Countries.* (2010). Dostupné 10. 2. 2014 na <http://dx.doi.org/10.1787/5k95xd6stnxt-en/>
- Klepochová, A. (2013). *Obezita trápi 1 a pol milióna Slovákov!* Dostupné 11. 3. 2015 na <http://webmagazin.teraz.sk/zdravie/obezita-trapi-1-a-pol-miliona-slovakov/1140-clanok.html/>
- Maisto, S. A., Connors, G. J., & Dearing, R. L. (2007). *Alcohol Use Disorders*. Cambridge: Hogree and Huber publishers.
- Národná správa o ľudskom rozvoji SR 2001 – 2002.* (2002). Dostupné 12. 3. 2015 na http://www.cphr.sk/undp2002sl_09.pdf
- Národný program reforiem Slovenskej republiky 2013.* (2013). Dostupné 11. 3. 2015 na

- http://www.mfsr.sk/Components/CategoryDocuments/s_LoadDocument.aspx?categoryId=8046&documentId=9957/
- OECD Health Data 2013 – Country Note – Slovak Republic.* (2013). Dostupné 10. 3. 2015 na <http://www.oecd.org/els/health-systems/Briefing-Note-SLOVAK-REPUBLIC-2013.pdf/>
- Palušková, M., Száz, K., Nešpor, K. a kol. (2014). *Drogy a závislosti v ambulancii všeobecného lekára.* Nové Zámky: Občianske združenie Societa.
- Prečo jeme to, čo jeme: sociálne a ekonomické faktory potravinového výberu.* (2014). Dostupné 11. 3. 2015 na <http://www.eufic.org/article/sk/5/20/artid/social-economic-determinants-food-choice/>
- Rifaiová, D. (2013). *Prevenca predlžuje život, no Slovákov nezaujíma.* Dostupné 13. 3. 2015 na <http://ekonomika.etrend.sk/ekonomika-slovensko/prevenca-predlzuje-zivot-no-slovakov-nezaujima.html/>
- The Slovak Health Insurance System and the Potential Role for Private Health Insurance: Policy Challenges.* (2015). Dostupné 10. 3. 2015 na http://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/the-slovak-health-insurance-system-and-the-potential-role-for-private-health-insurance_561285317408/
- Vajdová, D. (2013). *Vplyv pracovných podmienok na zamestnanca v prostredí banky.* Dostupné 25. 3. 2014 na http://is.bivs.sk/th/17835/bisk_b/Bakalarska_praca_2013.pdf/
- Vývoj obyvateľstva v Slovenskej republike.* (2014). Dostupné 9. 2. 2015 na http://portal.statistics.sk/files/Sekcie/sek_600/Demografia/Obyvatelstvo/vyvoj_obyvateľstva_sr/vyvoj-2011_e-v_15.pdf/
- Zdravotnícky systém v SR.* (2015). Dostupné 10. 3. 2015 na http://www.i-health.sk/analyzy/1435_zdravotnický-systém-v-sr-2012-2013/
- Zdravotnícky systém.* (2015). Dostupné 10. 3. 2015 na <http://www.ineko.sk/clanky/zdravotnický-systém-v-sr-2012-2013/>
- Otázky a odpovede na tému fajčenie.* (2015). Dostupné 11. 3. 2015 na http://www.uvzsr.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=338:otázky-a-odpovede-na-temu-fajčenie&catid=61:problematika-fajčenia-a-alkoholu&Itemid=68/
- Rizikové pitie alkoholu a jeho dôsledky.* (2015). Dostupné 11. 3. 2015 na <http://www.shr.sk/pages/casopishumanita/archiv/humanitaplus/P201302.pdf/>
- Determinanty zdravia.* (2014). Dostupné 12. 3. 2015 na <http://www.promeda.sk/7972/>
- Životné prostredie a zdravie.* (2015). Dostupné 12. 3. 2015 na <http://liek.beautywoman.sk/clanok/1593/>
- Zdravotný stav obyvateľstva Slovenska.* (2014). Dostupné 11. 3. 2015 na http://www.kgrr.fpv.ukf.sk/pdf/Vilinova_monografia.pdf/

Procesný a inovačný model internacionalizácie: Možnosti aplikácie pre malé a stredné firmy¹

Simona Škorvagová²

The Process and Innovation Model of Internationalization: The Possibilities and Applications for Small and Medium-Sized Enterprises

Abstract

The internationalisation models introduced in the mid-to-late 1970s still influence international business and management studies. Since then, a considerable amount of literature on the internationalisation process has accumulated. The internationalisation process has been subjected to widespread empirical research to show strengths and weaknesses of the models. The dominant internationalisation theories/models are the Uppsala Model (U-Model) and the innovation model (I-Model). Regardless their criticism, they seem to benefit from a general acceptance in the prevailing research papers and there are often being used as a theoretical basis for empirical analysis. In this paper, the author examines these two types of models explaining the firm's internationalisation process. On the basis of their analysis, a comparison was made to identify their potential to explain internationalisation process of small and medium-sized enterprises. The findings indicate that the original theories are no more able to address contemporary issues in international business and lack the explanatory power to describe the dynamic processes of SMEs internationalisation. The changes in business practices and theoretical advances have led to the revision of original models and a network perspective has been introduced. The conclusion has shown that a network approach or establishment of a relationship with foreign counterparts offer better opportunities to analyse the internationalisation of SMEs.

Key words

Internationalisation, internationalisation process, uppsala model, innovation model, small and medium-sized enterprises

JEL Classification: D21, M31

Úvod

Súčasný vývoj svetového hospodárstva mení zaužívané spôsoby obchodovania a podnikania. Finančno-hospodárska kríza, pretrvávajúca recesia mnohých ekonomík a rastúca neistota v medzinárodnom prostredí sprevádzaná vznikom ďalších kategórií rizík vedú firmy k neustálemu prehodnocovaniu vlastných stratégií a k hľadaniu nových spôsobov podnikania, ktoré by zvyšovali ich konkurencieschopnosť a pravdepodobnosť uspieť aj v budúcnosti. Pre firmy sa stáva nevyhnutnosťou aktívne sa zapájať do me-

¹ Príspevok je súčasťou vedeckého projektu VEGA 1/0391/13 *Význam tretích krajín pre strategické rozvojové zábery EÚ v pokrízovom období (s implikáciami pre slovenskú ekonomiku)*.

² Ing. Simona Škorvagová, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: simona.skorvagova@euba.sk

dzinárrodných aktivít a vytvárať nové, inovatívne alebo netradičné stratégie v snahe preniknúť a presadiť sa na zahraničných trhoch s cieľom diverzifikovať riziká prítomné v medzinárodnom prostredí. Medzinárodné marketingové stratégie sú čoraz sofistikovanejšie, komplexnejšie a prepracovanejšie. Tvorbe takejto stratégie však predchádza najskôr úspešná internacionalizácia podnikateľskej činnosti firmy. Vymedzenie internacionalizácie sa rôzni a pri jej definíciách sa berú do úvahy viaceré hľadiská. Podľa najčastejšie citovaných definícií je internacionalizácia „procesom rastúcej zainteresovanosti na medzinárodných operáciách“ (Welch & Paavilainen-Mäntymäki, 2014, s. 2). Podľa Vahlneho a Nordströma (1993) možno proces internacionalizácie považovať za „proces alebo evolúciu, prostredníctvom ktorej dosahuje multinacionálna firma súčasnú medzinárodnú pozíciu“ (Vahlne & Nordström, 1993, s. 529). Nedávny vývoj je však významne poznačený rastúcou pozíciou malých a stredných firiem na medzinárodných trhoch. Predpokladá sa, že ich internacionalizácia bude vďaka postupujúcim procesom globalizácie, pokračujúcej integrácii a vedecko-technickému pokroku zaznamenávať ďalší rozmach a ovplyvňovať tak štruktúru subjektov aktívne sa podieľajúcich na formovaní svetovej ekonomiky. Internacionalizačné procesy firmy boli a sú predmetom rozsiahleho empirického skúmania (Andersen, 1993). Približne od druhej polovice dvadsiateho storočia sa procesom internacionalizácie venuje značná pozornosť a vznikajú stále nové teoretické modely skúmajúce internacionalizačné procesy firiem. Procesný prístup k tejto problematike je však pomerne zriedkavý. Napriek snahe mnohých štúdií zamietnuť pôvodné procesné modely internacionalizácie, možno aj po vyše štyridsiatich rokoch od ich vzniku konštatovať, že sú aj naďalej všeobecne akceptované prevažnou časťou výskumov internacionalizácie (Andersen, 1993). Cieľom príspevku je na základe analýzy pôvodných modelov internacionalizácie (procesného modelu a inovačného modelu) uskutočniť ich komparáciu a posúdiť ich možnú aplikáciu pre internacionalizáciu malých a stredných firiem.

1 Metodika práce

Procesy internacionalizácie sú predmetom rozsiahleho empirického skúmania už niekoľko desaťročí. Z pohľadu firiem sa nimi medzi prvými zaoberal Hymer a neskôr Buckley a Casson, ktorí sa zameriavali prevažne na multinacionálne korporácie (MNK) (Brilhante Dias & Serra Lopes, 2014) alebo bola pozornosť venovaná vysvetleniu dôvodov investícií MNK v zahraničí a ich motivácii investovať formou priamych zahraničných investícií – eklektická (OLI) paradigma skúmajúca rozsah a lokalizáciu aktivít MNK vytvárajúcich pridanú hodnotu (Dunning, 2001). K teóriám internacionalizácie významnou mierou prispeli procesný model, ktorý sa sústredil na vysvetlenie procesov sprevádzajúcich internacionalizáciu firiem, a inovačné modely, ktoré vnímajú internacionalizáciu ako inováciu firmy. Tieto modely vychádzajú z behaviorálnych teórií firiem a majú skôr procesný prístup k skúmaniu problematiky. To znamená, že závery vyplývajú z pozorovaných vzorcov v jednotlivých udalostiach, aktivitách a voľbách pri zohľadnení dlhodobého hľadiska vývoja procesu. Najvýznamnejšími a najcitovanejšími procesnými modelmi sú Uppsalský model a Inovačný model, na ktoré nadviazali rozsiahle empirické štúdie snažiace sa uvedené modely podporiť alebo poukázať na ich slabé stránky. Výskum internacionalizácie sa v deväťdesiatych rokoch 20. storočia rozšíril o pohľad „Born Global“, ktorý možno definovať ako firmy, ktoré takmer hneď po svojom založení hľadajú možnosti zvýšenia výkonnosti svojich medzinárodných aktivít

a využívajú znalosti na rozširovanie predaja v mnohých krajinách naraz. Ich špecifickou črtou je medzinárodný pôvod firmy a globálne zameranie na získavanie špecifických zdrojov pri uskutočňovaní medzinárodných aktivít (Knight & Cavusgil, 2004). V súčasnosti sa problematika internacionalizácie firiem rozširuje napríklad o pohľad zohľadňujúci medzinárodnú podnikavosť alebo vytváranie sieťových modelov (Thai & Chong, 2013). Problematika skúmania vývoja teórií internacionalizácie ale nie je predmetom tohto príspevku. Pozornosť bude zameraná na stručnú charakteristiku vývoja dvoch základných a doteraz citovaných modelov internacionalizácie (procesný model a inovačný model) so zameraním na ich vzájomnú komparáciu a na posúdenie ich možnej aplikácie pre internacionalizáciu malých a stredných podnikov.

2 Procesné modely internacionalizácie

Procesný prístup k skúmaniu javov v medzinárodnom prostredí získava v ostatnom období na popularite. Priťahuje pozornosť vo výskumoch zameraných na manažérske rozhodnutia, pretože prináša pochopenie podstaty javov a rozhodnutí prostredníctvom ich dlhodobého skúmania. Procesné prístupy nevysvetľujú, čo sa deje, ale sústreďujú sa na zaznamenanie dynamiky a vysvetľujú, ako jav vznikol, vyvíjal sa, rástol alebo skončil sa postupom času. Výzvou procesného skúmania je miesto popísania vzorov internacionalizácie, nájdenie mechanizmu, ktorý je hnacou silou týchto procesov (Welch & Paavilainen-Mäntymäki, 2014). Vývoj teórií internacionalizácie bol výrazne poznačený predstavením *prvej generácie modelov internacionalizácie*, a to procesného (Uppsalského) modelu a inovačného modelu.

2.1 Uppsalský model internacionalizácie (U-model)

Jedným z najznámejších procesných modelov internacionalizácie je model Johansona a Vahlneho 1977 (napr. Welch & Paavilainen-Mäntymäki, 2014, Hadjikhani, 1997, Andersen, 1993, Vahlne & Nordström, 1993, Brillhante Dias & Serra Lopes, 2014, Blomstermo et al., 2004, Berry & Brock, 2004), ktorý opisuje postupnosť procesov uskutočnených firmou pri vstupe na zahraničné trhy. U-model bol najskôr publikovaný v šesťdesiatych rokoch minulého storočia vo švédskom jazyku. V anglickom jazyku vyšiel až v druhej polovici sedemdesiatych rokov. Procesný model internacionalizácie opisuje, ako sa postupne v dôsledku získavania, integrácie a využívania znalostí o zahraničných trhoch a operáciách zvyšuje angažovanosť firmy na zahraničnom trhu (Johanson & Vahlne, 1977). Vytvorenie koncepcie internacionalizácie ako série postupných krokov vychádzalo z vtedajšieho vnímania problematiky medzinárodného podnikania, ktoré skúmalo štádiá angažovanosti firiem na medzinárodných trhoch z rôznych hľadísk (napríklad teória životného cyklu produktov – Vernon alebo skúmanie štádií organizačnej štruktúry firiem v medzinárodnom prostredí – Stropford a Wells). Názov U-model získal, pretože bol vytvorený skupinou výskumníkov v meste Uppsala (niekedy sú označovaní za Škandinávsku školu), preto sa často používa aj pomenovanie Uppsalský model. Podľa autorov je rozhodnutie o vstupe na zahraničné trhy podmienené získaním relevantných informácií a na ich základe sú posúdené možnosti angažovanosti zdrojov na trhu. Model vychádza z empirických štúdií a zo štúdie internacionalizácie štyroch švédskych firiem (Sandvik, Atlas Copco, Facit, Volvo). Tá identifikovala štyri

rozličné štádiá rozširovania podnikateľskej činnosti v zahraničí (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975): **žiadne pravidelné exportné aktivity, export prostredníctvom nezávislých reprezentantov (agentov), predajné pobočky a výrobné pobočky**. Na základe skúmania internacionalizácie švédskych firiem zistili, že internacionalizácia prebieha prevažne v malých krokoch a je tak procesom postupného prispôsobovania sa meniacim sa podmienkam vo firme aj v makroprostredí. Procesná teória internacionalizácie vychádza z dvoch základných termínov: *znalosti a angažovanosť*. Podľa nej je zvyšovanie angažovanosti (v zmysle množstva zdrojov a úrovne ich viazania) na zahraničnom trhu dôsledkom získavania znalostí o ňom. Rozhodnutie o investovaní väčšieho objemu zdrojov a rastúca angažovanosť na zahraničnom trhu následne prispievajú k skvalitneniu a rozšíreniu znalostí o trhu, a tie podporujú ďalšie zvyšovanie angažovanosti. Na základe tohto modelu firmy neustále zintenzívňujú svoje medzinárodné operácie. Uppsalský model možno znázorniť postupnosťou znalosti → angažovanosť → znalosti → ... Model rozlišuje statické a dynamické prvky. Za **statické prvky** sú považované *trhová angažovanosť a znalosti o trhu*. Znalosti o trhu sa považujú za významné, pretože podľa autorov značne ovplyvňujú rozhodnutie o internacionalizácii, a takisto majú dosah na vyhodnotenie alternatív. Znalosti ďalej rozdeľujú na znalosti získané skúsenosťami, ktoré sa nedajú jednoducho preniesť na iné osoby/subjekty, ale sú výsledkom osobnej skúsenosti. Takisto odlišujú všeobecné znalosti a špecifické trhové znalosti. Pod všeobecné zaraďujú marketingové metódy, spoločné charakteristiky zákazníkov nezávislé od ich geografickej polohy. Pod špecifické trhové znalosti patria špecifiká národných trhov, a to celková podnikateľská klíma, štruktúra trhu a charakteristiky individuálnych zákazníkov, firiem a ich zamestnancov (Johanson & Vahlne, 1977). Z tohto pohľadu sú znalosti vnímané ako zdroje, pri ktorých s rastom ich hodnoty rastie aj angažovanosť na trhu. Za **dynamické prvky** sú považované *súčasnú aktivitu a rozhodnutie viazať zdroje v zahraničných operáciách*. Súčasné aktivity sú primárnym zdrojom skúseností. Získavajú sa však dlhodobým procesom súvisiacim s aktuálnymi aktivitami, čo je aj dôvodom, prečo niekedy proces internacionalizácie napreduje pomaly. Rozhodnutie viazať zdroje v zahraničných operáciách vychádza z vnímania problémov a príležitostí na trhu a spôsoby viazania zdrojov budú závisieť od ich veľkosti a od stabilnosti podmienok na trhu, prípadne od rozsahu skúseností, ktoré firma získala na iných, podobných trhoch. Ak nebudú splnené uvedené podmienky, skúsenosti o trhu budú viesť k rozvážnym postupným krokom zväčšovania rozsahu operácií a ich integrácie v rámci podmienok trhu, pričom jednotlivé kroky budú slúžiť na vyrovnanie ich vzájomnej nerovnováhy. Angažovanosť na trhu je vysvetlená v zmysle množstva viazaných zdrojov a úrovne ich viazania. Množstvo zdrojov môže byť vnímané ako veľkosť investície a úroveň viazania súvisí s možnosťami transferu zdrojov iným, alternatívnym spôsobom (Hadjikhani, 1997). Model tak upozorňuje na význam skúseností pri internacionalizácii firmy a naznačuje, ako súvisia s ostatnými premennými ovplyvňujúcimi úspech internacionalizačného procesu.

Autori v roku 1990 model zmenili a potom v roku 2003 dopracovali o rozmer učenia sa v rámci obchodných vzťahov (Johanson & Vahlne, 2006) (Prehľad revízií modelu je v tab. 1). Pozornosť rozšírili o širšiu perspektívu vychádzajúcu z rastúceho významu vytvárania obchodných vzťahov v medzinárodnom podnikaní. Pôvodný model sa zaoberal primárne samotnou firmou. Nové obchodné príležitosti však vznikajú aj v dôsledku vzájomnej prepojenosti zdrojov firiem v rámci obchodných vzťahov, a okrem toho dochádza vďaka vzájomnej interakcii firiem k vzniku nových znalostí. Vytváranie vzťahov je však náročným, dlhodobým a neistým procesom, ktorý okrem pô-

vodne uvedených faktorov môže byť príčinou spomalenia procesu internacionalizácie (Johanson & Vahlne, 2006). Získavanie znalostí a rastúca angažovanosť na trhu redukovali z pohľadu autorov (1977) neistotu na trhu a umožňovali väčšie viazanie zdrojov. Revízia modelu zmenila vnímanie znižovania neistoty na *vytváranie príležitostí*. Model sa teda nesústreďuje na zvyšovanie znalostí o trhu ako nástroja redukcie rizika, ale na vytváranie znalostí prostredníctvom budovania vzťahov, a tým na vznik nových príležitostí. Pôvodný model kládol pozornosť na vymedzenie psychickej vzdialenosti trhov, ktorá určovala vzory procesov internacionalizácie. Firmy uprednostňovali internacionalizovať na psychicky blízke trhy, to znamená na trhy s podobným jazykom, legislatívou, pravidlami, kultúrou a pod. Termín *psychická vzdialenosť* vychádzal z koncepcie *pasíva cudzosti*. Tá vysvetľuje, prečo zahraničný investor potrebuje mať väčšiu firemnú špecifickú výhodu, aby prekonal prekážky spojené s jeho vnímaním ako cudzieho, zahraničného. Čím je psychická vzdialenosť väčšia, tým väčšie je aj pasívum cudzosti. V roku 2009 využili autori psychickú vzdialenosť pri vysvetľovaní tvorby vzťahov. Čím je psychická vzdialenosť vyššia, pri ostatných faktoroch zachovaných, tým náročnejšie je vybudovať nové vzťahy (Johanson, 2009). Úspech firmy si vyžaduje pevné postavenie v rámci jednej alebo viacerých sietí. V kontexte vzťahov firiem, ktoré vytvárajú siete, sú všetky integrované firmy „insiderom – zasvätencom“. V tomto zmysle byť v pozícii insidera znamená mať príležitosť učiť sa, budovať dôveru vo vzťahu a zvyšovať mieru angažovanosti. Firmy, ktoré nie sú v tejto pozícii, čelia na niektorých zahraničných trhoch problémom vyplývajúcim z *pasíva „outsidera“*. To môže predstavovať väčšiu prekážku spomaľujúcu rýchlosť internacionalizácie, akou je psychická vzdialenosť (Brilhante Dias & Serra Lopes, 2014).

Revidovaný Uppsalský model mení vnímanie procesov internacionalizácie, pričom ho rozširuje o rozmer vzťahov firiem a ich zapojení v sieťach. Mechanizmus internacionalizácie zostáva podľa pôvodného modelu, doplnil sa však o vzťahy v rámci sietí, ktoré sú kľúčové pre výber trhov a zrýchlenie procesov internacionalizácie.

Tab. 1 Prehľad štúdií o procese internacionalizácie firiem

U-Model	I-Model
Johanson a Vahlne (1977)	Bilkey a Tesar (1977)
Johanson a Vahlne (1990)	Cavusgil (1980)
Johanson a Vahlne (2003)	Cavusgil (1982)
Johanson a Vahlne (2006)	Cavusgil et al. (1979)
Johanson a Vahlne (2009)	Czinkota (1982)
Johanson a Wiedersheim-Paul (1975)	Reid (1981)
Welch a Wiedersheim-Paul (1980)	
Wiedersheim et al. (1978)	

Zdroj: vlastné spracovanie

2.2 Inovačný model internacionalizácie (I-model)

Inovačné modely považujú internacionalizáciu za inováciu firmy. Vychádzajú z predpokladu, že učenie ku ktorému dochádza pri jednotlivých krokoch internacionalizácie je späté s prijatím inovácie. Podobne ako pri prijatí inovácie dochádza pri internacionalizácii, resp. rozvoji exportných aktivít, k sekvenčnému procesu, v rámci ktorého sa dajú identifikovať viaceré štádiá tohto procesu. I-modelom sa zaoberali viacerí

autori, počnúc autormi Bilkey a Tesar (1977) a potom ďalšími (prehľad autorov je uvedený v tab. 1). I-model sa odlišuje v počte a charakteristike jednotlivých štádií internacionalizácie. Každý z autorov vymedzil jednotlivé štádiá inak (tab. 2), pričom napríklad pri motivácii začať s exportnými aktivitami sú vnímané inak pri autoroch Bilkey a Tesar (1977) a Czinkota (1982) v porovnaní s modelmi autorov Cavusgil (1980) a Reid (1981) (Andersen, 1993). V prípade prvých dvoch je prvé štádium charakterizované neochotou a nezaujmom firmy exportovať a pre druhé štádium má manažment čiastočne záujem (Czinkota) alebo je ochotný reagovať na nevyžiadanú objednávku bez ďalšej snahy aktívne skúmať možnosti exportu (Bilkey a Tesar).

Tab. 2 Prehľad inovačných modelov internacionalizácie firiem

Bilkey a Tesar (1977)	Cavusgil (1980)	Czinkota (1982)	Reid (1981)
Štádium 1 Manažment nemá záujem o exportné aktivity	Štádium 1 Domáci marketing: firma predáva len na domacom trhu	Štádium 1 Úplný nezáujem firmy	Štádium 1 Uvedomovanie si exportných možností: Problémy, rozpoznávanie príležitostí, podnietenie potreby
Štádium 2 Manažment je ochotný vyplniť nevyžiadanú objednávku, ale nevyvíja žiadnu snahu pri skúmaní realizovateľnosti exportu	Štádium 2 Predexportné štádium: firma hľadá informácie a vyhodnocuje možnosti exportu	Štádium 2 Čiastočný záujem firmy	Štádium 2 Záujem o export: motivácia, postoj, viera a exportné očakávania
Štádium 3 Manažment aktívne skúma exportné možnosti	Štádium 3 Experimentálna účasť: firma začína s exportom v limitovanom rozsahu do psychicky blízkych krajín	Štádium 3 Skúmanie možností	Štádium 3 Skúšobný export: osobné skúsenosti pochádzajúce z limitovaného exportovania
Štádium 4 Firma exportuje na experimentálnej báze do psychicky blízkych krajín	Štádium 4 Aktívna účasť: Export do viacerých krajín – priamy export, nárast objemu predaja	Štádium 4 Experimentálne exportné aktivity	Štádium 4 Hodnotenie exportu: výsledky vyplývajúce zo zapojenia sa do exportu
Štádium 5 Firma je skúseným exportérom	Štádium 5 Aktívna angažovanosť: Manažment sa neustále rozhoduje o umiestnení limitovaných zdrojov doma alebo v zahraničí	Štádium 5 Skúsený malý exportér	Štádium 5 Akceptácia exportu: prijatie/odmietnutie exportných aktivít
Štádium 6 Manažment skúma možnosti exportu do ďalších psychicky vzdialenejších krajín		Štádium 6 Skúsený veľký exportér	

Zdroj: Andersen, 1993, s. 213

V prípade druhej skupiny autorov v prvom štádiu firma predáva len doma, čiže uplatňuje domáci marketing (Cavusgil) alebo si uvedomuje exportné príležitosti. V druhom štádiu hľadá možnosti realizácie exportných aktivít a má exportné zámary. Z hľadiska motívov internacionalizácie možno štádiá internacionalizácie prvej skupiny autorov označiť za push faktory, pri ktorých firmy prenikajú na zahraničné trhy v dôsledku zmien vyvolaných vonkajším prostredím (Škorvagová, 2010). Motivácia pri štádiách druhej skupiny je výsledkom vplyvu pull faktorov, ktoré vychádzajú z vnútorného prostredia firmy, ktorá hľadá na zahraničných trhoch pocit slobody a rozmachu podnikateľských aktivít (Škorvagová, 2010). V prípade ďalších štádií jednotlivých I-modelov nie sú medzi nimi významné rozdiely, ktoré by menili vnímanie podstaty procesov internacionalizácie. Pôvodné inovačné modely internacionalizácie vychádzajú pri skúmaní procesov internacionalizácie z analytického prístupu k testovaniu premenných. Využívajú prierezové údaje získané prostredníctvom dotazníkov, pričom nesledovali vývoj jednotlivých firiem. Štádiá boli identifikované na základe úrovne exportných predajov, ak firmy už exportovali, a na základe rozsahu záujmu o exportné aktivity, v prípade firiem, ktoré zatiaľ neinternationalizovali svoju činnosť.

Autori tak klasifikovali štádiá testovaním charakteristík na úrovni firiem a ich rozhodovacích procesov. Z tohto pohľadu I-modely nezahŕňajú dlhodobé údaje ani nevysvetľujú ako a prečo firmy internacionalizujú z časového hľadiska, preto ich nemožno považovať za modely vysvetľujúce procesy internacionalizácie firiem (Welch & Paavilainen-Mäntymäki, 2014). No I-modely možno aplikovať na procesy internacionalizácie od momentu, keď vznikne myšlienka exportovať a ich štádiá vysvetľujú procesy expanzie firmy až do okamihu, keď sa medzinárodné aktivity považujú za prirodzené a sú plne integrované v rámci všetkých firemných aktivít. Z tohto pohľadu charakterizujú I-modely diskontinuálny proces, v ktorom na seba jednotlivé štádiá internacionalizácie nemusia nadväzovať. Tieto modely však nevychádzali zo štúdia dlhodobého správania firiem a nimi definované štádiá sú výsledkom analýz prierezových údajov, a nie pozorovania a generalizovania s využitím prípadových štúdií. Preto nedokážu jednotlivé premenné vysvetliť proces internacionalizácie a skôr sa zameriavajú na popísanie charakteristík firiem zaradených do konkrétneho štádia. Chýba im detailný návrh skúmania, ktorý by vysvetľoval vývoj procesov. Problémy späté s ich výskumom štádií sú rôzne. Po prvé, firmy nemusia nevyhnutne internacionalizovať spôsobom, aký navrhujú modely, a po druhé, neskúmajú jednotlivé presuny medzi štádiami (Calof & Beamish, 1995). Napriek tomu možno inovačné modely internacionalizácie považovať za modely, ktoré vysvetľujú tento proces postupnosťou krokov a opisujú charakteristiky jednotlivých štádií internacionalizácie.

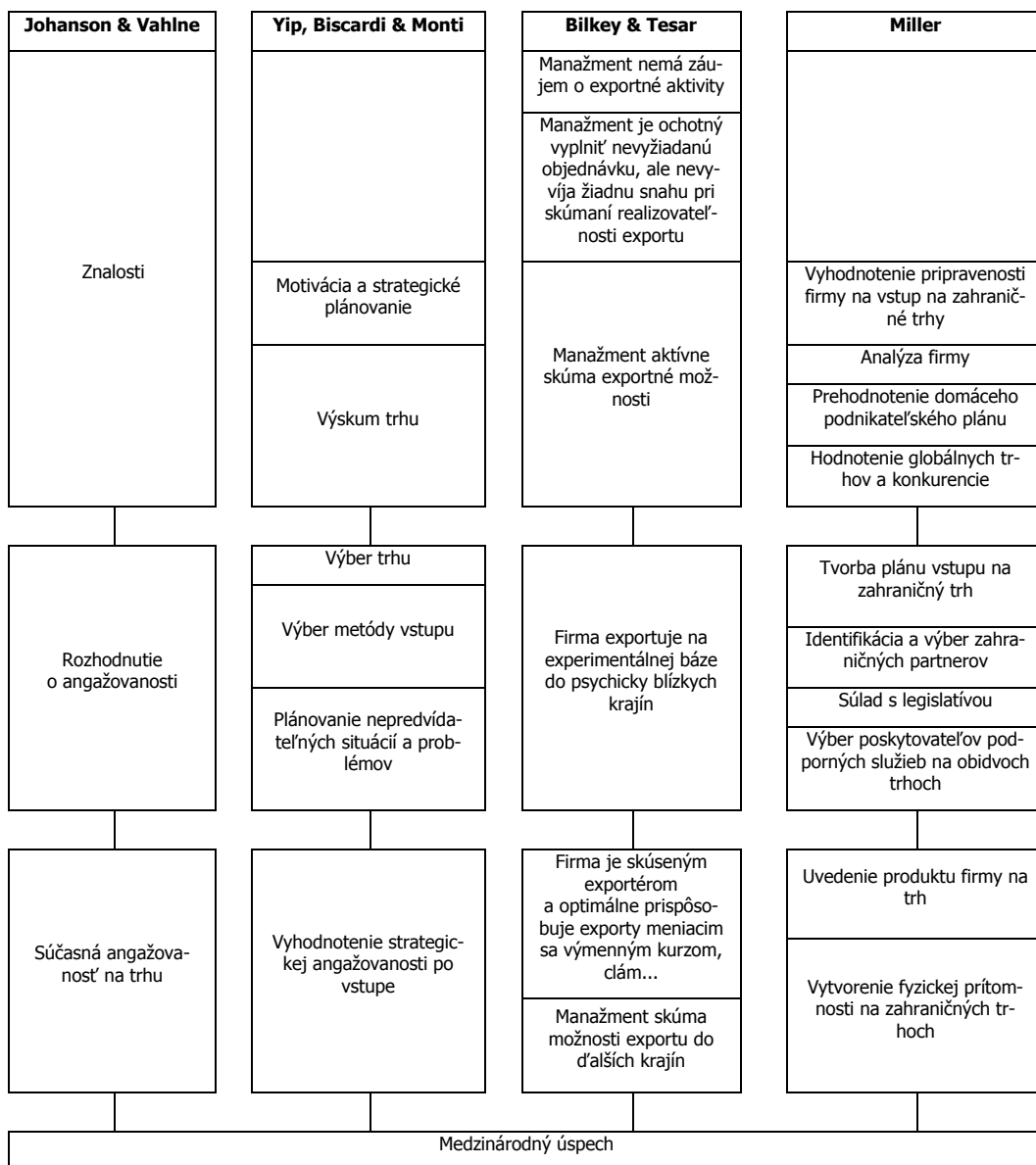
2.3 Modely internacionalizácie nadväzujúce na pôvodné procesné modely

Na pôvodné modely vysvetľujúce procesy internacionalizácie nadviazali viacerí autori. Snažili sa poukázať na nemožnosť ich aplikácie za určitých podmienok alebo kritizovali koncepciu psychickej vzdialenosti. Preto bol jej význam pri revízii modelu v roku 1990 znížený, ale pri ďalšej aktualizácii slúžila psychická vzdialenosť na vysvetlenie procesov súvisiacich s budovaním vzťahov (Johanson & Vahlne, 2009). Andersen (1993) porovnával oba modely a za problematické označil ich teoretické vysvetlenie a nedostatočnú pozornosť venovanú časovej dimenzii procesu. Napriek tomu upozorňuje, že prevažná časť literatúry sa na ne odvoláva a sú všeobecne akceptované ako

teoretické východiská slúžiace pre empirické analýzy internacionalizácie. Oba modely sú schopné vysvetliť prvotné štádiá vstupu na medzinárodné trhy, a preto ich možno považovať za platné modely.

Pri porovnaní pôvodných modelov s nadväzujúcimi sú rozdiely najmä v identifikácii štádií internacionalizácie (obr. 1).

Obr. 1 Prehľad východísk základných procesných modelov internacionalizácie s vybranými nadväzujúcimi modelmi



Zdroj: Spracované na základe modelov Yip et al. 1999, Andersen 1993, Bilkey & Tesar 1977, Johanson & Vahlne 1977

Napríklad Millerov model (Miller, 1993) je konkrétnejší a zameriava sa viac na samotný proces. Špecifikuje desať krokov, do ktorých môžeme rozdeliť celý proces internacionalizácie. Vychádza z tradičných prvkov medzinárodného podnikania a usporadúva ich spôsobom, ktorý umožňuje firmám rozvíjať svoje medzinárodné podnikanie (napríklad analýza hodnotového reťazca je potrebná pri kroku analýza firmy (2. krok), hodnotenie globálnych trhov a konkurencie (4. krok), tvorba plánu vstupu na zahraničný trh (5. krok) a výber poskytovateľov podporných služieb (8. krok)). Podrobne opisuje jednotlivé aktivity, ktoré treba vykonať v rámci vymedzených krokov internacionalizácie. V závislosti od rozhodnutia firmy môže postupovať pri internacionalizácii v prípade niektorých krokov ľubovoľne alebo ich môže podniknúť niekoľko naraz. Jeho model je kritizovaný z hľadiska početnosti krokov a vyčíta sa mu chýbajúci krok – rozhodnutie o výbere zahraničného trhu (Yip, Biscarri & Monti, 1999).

Yip et al. (1999) empiricky skúmali svoj model na vzorke stredne veľkých amerických firiem, ktoré iba začali s internacionalizáciou podnikateľskej činnosti. Dospeli k záverom, že príprava plánov reagujúcich na nepredvídateľné situácie a problémy nie je pre firmy významnou, a preto v konečnom návrhu modelu od nej ustúpili. Zistili však, že počiatočná konkurenčná výhoda (výhoda na domácom trhu) nemá priame efekty na získanú konkurenčnú výhodu (ktorá vznikla v dôsledku internacionalizácie). Znamená to, že ak má firma na domácom trhu silnejšiu konkurenčnú výhodu, expanzia na zahraničné trhy ju nemusí posilniť. Ak je firma dostatočne silná, jej primárnou motiváciou internacionalizovať nie je posilňovanie jej výhod, ale skôr prehĺbenie silných stránok a dosiahnutie návratnosti investícií. Preto je v praxi pravdepodobnejšia postupnosť smerom od konkurenčnej výhody k internacionalizácii a nie od internacionalizácie ku konkurenčnej výhode. Získaná konkurenčná výhoda je vytváraná motiváciou internacionalizovať (dokázali, že čím je firma motivovanejšia, tým lepšie je pripravený celý proces internacionalizácie a vytvára sa väčšia konkurenčná výhoda) a stratégiou angažovanosti na zahraničnom trhu.

Na celkovú výkonnosť majú priamy vplyv počiatočná motivácia a strategické plánovanie ako začiatkové procesy a angažovanosť na trhu po vstupe naň. Výskum trhu, výber trhu a metódy vstupu sú nevyhnutnými podmienkami úspechu, ale nemajú naň priamy vplyv. Na základe empirických údajov ich autori považujú za minimálne požiadavky, ktoré by mali byť súčasťou motivácie a plánovania internacionalizácie. Tomuto modelu štádií internacionalizácie sa vyčíta nevyužitie údajov časových radov, bez ktorých nemožno identifikovať sekvenčné aspekty ich modelu, ktorý potom nevychádza z empirických dôkazov (Welch & Paavilainen-Mäntymäki, 2014).

Väčšina nadväzujúcich štúdií nepristúpila k skúmaniu internacionalizácie z procesného hľadiska a nezahrnula prvok času, ktorý by dynamizoval nimi vytvorené modely. Takisto autori často zamieňajú model štádií internacionalizácie s Uppsalským modelom. Nepodarilo sa im tak dosiahnuť vysvetlenie vzorov rozhodnutí, aktivít a udalostí spätých s procesom internacionalizácie, ktoré by formovali všeobecne platnú teóriu internacionalizácie. Internacionalizáciu možno vnímať ako evolučný proces (Calof & Beaish, 1995). Jej skúmanie si preto vyžaduje dlhodobé pozorovanie a generalizáciu zistených poznatkov, ktoré by odpovedali na otázku, ako vzniká proces internacionalizácie (pre podrobnú analýzu pozri: Welch & Paavilainen-Mäntymäki, 2014).

2.4 Internacionalizácia malých a stredných podnikov (MSP)

Uppsalský model so svojím dôrazom na efekt učenia sa je považovaný za dynamický model internacionalizácie, zatiaľ čo Inovačný model je vnímaný ako štádiový model procesov internacionalizácie. U-model nemá žiadne obmedzenia, ktoré by limitovali jeho platnosť z hľadiska veľkosti firmy. Preto je uplatniteľný pre malé a stredné firmy aj pre veľké korporácie. I-modely vychádzajú z empirického skúmania internacionalizácie malých a stredných firiem, pričom ich exportné správanie je ovplyvnené individuálnym majiteľom (Andersen, 1993).

Pri skúmaní možnej aplikácie teórií internacionalizácie v prípade malých a stredných firiem vzniká problém pri ich nejednoznačnom definovaní (McAuley, 2010). Jednotná definícia, ktorá by bola celosvetovo platná, neexistuje, preto sú ich charakteristiky z hľadiska veľkosti alebo obratu v jednotlivých štúdiách rozdielne alebo vôbec nie sú vymedzené. Z hľadiska historického vývoja teórií internacionalizácie sa prvé teórie zameriavali na korporácie. Až vysvetlenie exportného firemného správania v Uppsalskom a inovačnom modeli internacionalizácie poskytlo teoretický podklad pre skúmanie internacionalizácie malých a stredných firiem. Samostatne sa ich internacionalizáciou zaoberajú sieťové modely.

Uppsalský model a inovačné modely sú považované za behaviorálne modely, ktoré skúmajú správanie a rozhodovanie firiem. MSP sú riadené najmä majiteľom, prípadne manažérom, ktorý by mal byť nositeľom znalostí získaných skúsenosťami. To je plne v súlade s východiskami o znalostiach v U-modeli, ktorý vychádza z predpokladu, že firma začína podnikat' v domácej krajine, postupne získava informácie a skúsenosti o domácom trhu a až potom vstúpi na zahraničný trh. Na druhej strane predpoklady teórie Born Global sú presne opačné a spochybňujú význam skúseností získaných na domácom trhu. Význam získavania znalostí a skúseností potvrdili viaceré empirické štúdie (Calof & Beamish, 1995, Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). Internacionalizácia je tak výsledkom učenia sa zo skúseností. Zaujímavé zistenie priniesol výskum Blomsterma et al. (2004), v rámci ktorého zistili, že je pre firmy jednoduchšie internacionalizovať takmer okamžite po svojom vzniku a čím má firma dlhšie skúsenosti z pôsobenia na domácom trhu, tým náročnejšie je pre ňu zmeniť mentálne vzorce a procesy, ktoré si na domácom trhu vytvorila. Takisto potvrdili význam inštitucionálnych znalostí, ktoré definovali ako znalosti vládneho a inštitucionálneho rámca, pravidiel, normy a hodnoty platné na danom trhu. Nimi vymedzené inštitucionálne znalosti sú v súlade s vymedzením psychickej vzdialenosti v U-modeli. Dôležité však je poznamenať, že tento typ znalostí nie je dôležitý pre firmy, ktoré internacionalizovali svoju činnosť takmer okamžite po svojom vzniku. Nestihli si vytvoriť rutinu ani procesy súvisiace s inštitucionálnymi otázkami podnikania, preto je pre ne jednoduché adaptovať sa na podmienky na zahraničných trhoch.

Pri inovačných modeloch je východisková situácia trochu odlišná. Ako už bolo uvedené, motivácia internacionalizácie pri nimi vymedzenými štádiami vyplýva buď z potreby firmy rozširovať svoje aktivity na zahraničné trhy a v takom prípade aktívne vyhľadáva príležitosti (Cavusgil, 1980, Reid, 1981), alebo reaguje na podnet zvonku (Bilkey & Tesar, 1977, Czinkota, 1982). Jednotlivé štádiá I-modelov vychádzajú z rovnakej filozofie, a to, že každé štádium predstavuje vyššie zapájanie sa do medzinárodných aktivít a angažovanosť firiem narastá s postupným učením sa, ktoré znižuje vnímanie neurčitosti na zahraničnom trhu (Calof & Beamish, 1995). S väčšími medziná-

rodnými skúsenosťami postupujú firmy v procese internacionalizácie rýchlejšie a presúvajú sa k investične náročným formám vstupu na zahraničné trhy. Geografická expanzia podnikateľských aktivít je jednou z najdôležitejších ciest dosiahnutia firemného rastu. Expanzia na nové trhy nesie v sebe obrovský potenciál rastu a tvorby hodnoty, ale implementácia stratégií internacionalizácie takisto predstavuje pre MSP iné výzvy v porovnaní s fungovaním na domácom trhu. Psychická vzdialenosť krajín (alebo potreba inštitucionálnych znalostí o nich) si vyžadujú tvorbu nových, originálnych prístupov k zahraničným trhom. MSP potrebujú získať nové znalosti a rozšíriť svoje kapacity, aby mohli úspešne vstúpiť na nové trhy. Rozdiely medzi hostiteľskou a domácou krajinou, nielen v kontexte politického, právneho alebo kultúrneho prostredia, nútia MSP zmeniť spôsob, akým sú naučené podnikat' na domácom trhu. Výskum českých MSP potvrdil, že predchádzajúce skúsenosti firmy so zahranično-obchodnými aktivitami, ovplyvňujú ochotu firiem internacionalizovať svoju podnikateľskú činnosť a zároveň zvyšujú šance na úspech na zahraničných trhoch (Votoupalova et al., 2014).

MSP sú charakteristické obmedzenosťou zdrojov a akékoľvek strategické rozhodnutie vrátane rozhodnutia internacionalizovať, môže úplne vyčerpať alebo značne obmedziť ich zdroje potrebné na prežitie v budúcnosti (Pásztorová et al., 2013). Lu a Beamish (2001) preukázali rozdielny vplyv exportovania a priamych zahraničných investícií na výkonnosť MSP. Počiatočné štádiá internacionalizácie znamenajú pre firmy zvýšené náklady, ktoré by však nemali ovplyvňovať internacionalizačné aktivity firiem, ale ich skôr motivovať pri hľadaní príležitostí na uskutočnenie priamych zahraničných investícií. Na príklade japonských MSP zistili, že exportné aktivity majú negatívny vplyv na výkonnosť firmy, zatiaľ čo vyššie priame zahraničné investície podporujú zvyšovanie výkonnosti firmy. V raných štádiách internacionalizácie teda výkonnosť firmy klesá, pretože musí čeliť pasívu cudzosti na zahraničnom trhu a prekonávať s ním spojené prekážky. V dôsledku získania nových znalostí a rozvoja existujúcich kapacít sa zvýši celková výkonnosť MSP vďaka podpore konkurencieschopnosti a využitia príležitostí z investovania na medzinárodných trhoch (Lu & Beamish, 2001). Firmy postupne zvyšujú svoju angažovanosť na zahraničných trhoch tak, ako je to vymedzené v U-modeli aj I-modeli. Avšak prechod jednotlivými štádiami už plne nekorešponduje s jednotlivými teoretickými prístupmi. Empirické skúmanie na príklade dánskych firiem nepotvrdilo, že by kľúčovou hnacou silou procesu internacionalizácie boli snahy minimalizovať riziko a neistoty na zahraničných trhoch (Pedersen, 2000). Naopak, Pedersen (2000) zistil, že malé firmy prechádzajú procesmi internacionalizácie porovnateľne rýchlo ako veľké firmy.

Dôležité je pozorovať procesy internacionalizácie MSP aj z hľadiska ich domáceho prostredia. Niektoré výskumy zaoberajúce sa najmä skúmaním internacionalizácie menej rozvinutých ekonomík a rozvíjajúcich sa ekonomík poukazujú na význam domáceho prostredia pri rozhodovaní o expanzii MSP na zahraničné trhy. Upozorňujú najmä na potrebu vytvárania formálneho inštitucionálneho prostredia, ktoré dokáže prostredníctvom lepšej regulácie, vymožitelnosti práva, znižovania korupcie a byrokracie a mnohých ďalších zlepšovať podnikateľské prostredie, ktoré tak môže byť podporným faktorom rozhodnutí o internacionalizácii MSP (Ketkar & Acs, 2013). Transformujúce sa alebo rýchlo sa meniace ekonomiky teda ovplyvňujú znalosti získané z pôsobenia na domácom trhu. Takéto krajiny potvrdzujú význam domácich znalostí a potrebu prepájania interných a externých faktorov. Potvrdzujú najmä Uppsalský model internacionalizácie v kontexte úlohy znalostí, ale výskumy internacionalizácie firiem z týchto krajín nepotvrdzujú postupnosť internacionalizačných procesov súhlasiacich s U-modelom in-

ternacionalizácie (Thai & Chong, 2013). Internacionalizácia je v ich prípade výsledkom zmien vnímania manažmentu, ku ktorým dochádza na základe získania novej informácie. Nástup nových informačno-komunikačných technológií, a hlavne internetu, zmenil spôsob hľadania a získavania informácií. Jednoduchosť zberu informácií a komunikácie už nezodpovedá pôvodne významnej úlohe geografickej blízkosti krajín pri procesoch internacionalizácie (Berry & Brock, 2004). Firmy bez ohľadu na ich veľkosť majú v súčasnosti rozsiahle možnosti prístupu k informáciám globálneho rozsahu, ktoré im môžu značne pomôcť pri redukcii rizika a neistoty súvisiacich so zahraničnými trhmi. Problémom však sú práve transformujúce sa alebo rozvíjajúce sa krajiny, pri ktorých dochádza často k cenzúre a skresľovaniu informácií.

Záver

Skúmanie procesov internacionalizácie púta pozornosť mnohých výskumných štúdií už od predstavenia prvých modelov internacionalizácie. Nadväzujúce výskumy sa snažili potvrdiť alebo vyvrátiť ich platnosť, prípadne navrhovali vlastné modely internacionalizácie. S rastúcim významom malých a stredných firiem pre jednotlivé ekonomiky sa výskumy začali zaoberať aj skúmaním procesov internacionalizácie práve týchto firiem. Uvedený príspevok analyzuje základné modely internacionalizácie (procesný model a inovačný model) a na základe ich komparácie posudzuje ich platnosť pre internacionalizáciu MSP. Uppsalský model vychádza zo všeobecnejšieho vysvetľovania internacionalizácie a niektoré jeho premenné sú stále platné aj v prípade MSP. Najmä význam znalostí, ktoré priamo ovplyvňujú úroveň angažovanosti na zahraničnom trhu, možno označiť za kľúčový aj v prípade MSP. Otázne však je, či nástup moderných technológií a možností, ktoré poskytuje internet, neznižujú ich dôležitosť pre internacionalizačné procesy. Rozmer znalostí je stále podstatný v prípade nestabilných trhov alebo rýchle sa meniacich podmienok na trhu, najmä v kontexte jeho inštitucionálneho rámca. V prípade inovačných modelov možno súhlasiť s vnímaním internacionalizácie ako inovácie, pretože viaceré výskumy potvrdzujú, že zapájaním sa do medzinárodných aktivít dochádza k vzniku nových znalostí, k zvyšovaniu konkurencieschopnosti aj výkonnosti firmy. Nimi identifikované štádiá internacionalizácie však už v dôsledku turbulentnosti súčasného vývoja plne nekorešpondujú s procesom internacionalizácie MSP. Niektoré malé a stredné firmy sú schopné okamžite po svojom vzniku internacionalizovať svoju činnosť v súlade s teóriou Born Global. Nemožno teda potvrdiť všeobecnú platnosť štádiových modelov. Na základe analýzy pôvodných modelov možno konštatovať, že internacionalizácia firiem v 21. storočí je ovplyvnená množstvom faktorov, ktoré menia pozíciu základných premenných v týchto modeloch, prípadne znižujú ich význam. Pre internacionalizáciu MSP sa v súlade s rozšírením U-modelu (Johanson & Vahlne, 2009) o perspektívy vytvárania vzťahov a sietí javia sieťové modely ako vhodnejšie pre skúmanie procesov internacionalizácie. Zároveň je jednou z možností prepájania firiem v rámci sietí spolupráca medzi MSP a veľkými firmami. Pri takýchto partnerstvách by bolo vhodné preskúmať a porovnať teórie internacionalizácie zamerané na korporácie a sieťové modely vysvetľujúce internacionalizáciu MSP. Dostupnosť informácií o zahraničných trhoch poskytuje aj príležitosť skúmať problémy späté so špecifikami krajiny a špecifikami vyplývajúcimi z vytvárania sietí alebo vzťahov. Posúdenie ich váhy a významu v kontexte odlišných kultúrnych prostredí s rozdielnym ekonomickým vývojom môže predstavovať pre internacionalizáciu MSP viaceré výzvy. Limitácie

prezentovanej aplikácie procesného a inovačného modelu pre skúmanie procesov internacionalizácie MSP vyplývajú z neuskutočnenia empirického skúmania problematiky alebo neuskutočnenia dlhodobého pozorovania na príklade konkrétnej MSP. Cieľom príspevku bolo poukázať na teoretické prístupy k internacionalizácii vo všeobecnosti a uskutočniť ich možnú aplikáciu na internacionalizáciu MSP, čo zároveň predstavuje limitujúci faktor skúmania.

Zoznam bibliografických odkazov

- Andersen, O. (1993). On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis. *Journal of International Business Studies*, 24(2), 209-231.
- Berry, M. M. J., & Brock, J. K. (2004). Marketspace and the Internationalisation Process of the Small Firm. *Journal of International Entrepreneurship*, 2(3), 187-216.
- Bilkey, W. J., & TESAR, G. (1977). The Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 93-98.
- Blomstermo, A., Eriksson, K., & Sharma, D. D. (2004). Domestic Activity and Knowledge Development in the Internationalization Process of Firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 2(3), 239-258.
- Brilhante Dias, E., & Serra Lopes, D. (2014). Co-operation between Large Enterprises and SME's: An Approach to Overcome the Stage Internationalisation Process. *Business: Theory and Practice*, 15(4), 316-327.
- Calof, J. L., & Beamish, P. (1995). Adapting to Foreign Markets: Explaining Internationalization. *International Business Review*, 4(2), 115-131.
- Dunning, J. H. (2001). The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future. *International Journal of Economics of Business*, 8(2), 173-190.
- Hadjikani, A. (1997). *A note on the criticisms against the internationalization process model*. Working Paper 1997/2. Department of Business Studies, Uppsala University.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2006). Commitment and Opportunity Development in the Internationalization Process: A Note on the Uppsala Internationalization Process Model. *Management International Review*, 46(2), 165-178.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411-1431.
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-323.
- Ketkar, S., & Acs, Z. J. (2013). Where Angels Fear to Tread: Internationalization of Emerging Country SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(3), 201-209.

- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-global Firm. *Journal of International Business Studies*, 35(4), 124-141.
- McAuley, A. (2010). Looking Back, Going Forward: Reflecting on Research into the SME Internationalisation Process. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 12(1), 21-41.
- Miller, M. M. (1993). Executive Insights: The 10-Step Road Map to Success in Foreign Markets. *Journal of International Marketing*, 1(2), 89-106.
- Pásztorová, J., Ružeková, V., & Škorvagová, S. (2013). Malé a stredné podniky v čase globálnej hospodárskej krízy. In Česko a Slovensko v medzinárodnom obchode a podnikaní 2013 : adaptácia - nástroj na presadenie rozvojovej stratégie slovenských a českých firiem v období hospodárskej krízy: zborník z 13. medzinárodnej vedeckej konferencie : Praha a Bratislava, 23. máj 2013. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- Pedersen, T. (2000). The Internationalisation Process of Danish Firms – Gradual Learning or Discrete Rational Choices? *Journal of Transnational Management Development*, 5(2), 75-89.
- Škorvagová, S. (2010). Medzinárodný marketing. In P. Baláž, a kol. (Eds.), *Medzinárodné podnikanie: na vlnu globalizujúcej sa svetovej ekonomiky*. Bratislava: Sprint dva.
- Thai, M. T. T., & Chong, L. Ch. (2013). Dynamic Experimental Internationalization: Strategy of SME from a Transition Economy. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(4), 370-399.
- Vahlne, J. E., & Nordström, K. A. (1993). The Internationalization Process: Impact of Competition and Experience. *The International Trade Journal*, VII.(5), 529-548.
- Votoupalova, M., Toulouva, M., & Kubickova, L. (2014). The Specifics of Internationalization Process of Czech SMEs with the Focus on Strategies Used in Foreign Markets. *International Journal of Management Cases*, 17(1), 20-34.
- Welch, C., & Paavilainen-Mäntymäki, E. (2014). Putting Process (Back) In: Research on the Internationalization Process of the Firm. *International Journal of Management Reviews*, 16(1), 2-23.
- Yip, G. S., Biscarri, J. G., & Monti, J. A. (1999). The Role of the Internationalization Process in the Performance of Newly Internationalizing Firms. *Journal of International Marketing*, 8(3), 10-35.

The Economics of Happiness: Future or Reality in Russia?

Marina Yashina¹

Abstract

The scientific paper, which was processed by the author, deals with the issue of urban environment and conditions in which residents feel themselves in this environment more secure, successful and, of course, happy. The article presents a comparative analysis of the Singapore experience in improving the urban environment, which at one time allowed this small Asian country to take a leading position in the world economy. Author believes that the economics of happiness is the economy of the future. Happy people are able to improve their KPI, to work more efficiently; they become more competitive, and, consequently, the country improves its competitiveness. The article deals with different approaches to evaluate the happiness and well-being of residents from different countries and provides examples of projects aimed to improve the happiness of the inhabitants of the cities.

Key words

Competitiveness, Russian Federation, the happiness index, Singapore, improvement, efficiency

JEL Classification: O15, O57, Z13

Introduction

Under current conditions of the world economy development, globalization, numerous local and international conflicts, economists and politicians make much of the production growth, trade, growth or, conversely, drop in prices for energy resources, exchange rates and of an infinite number of ratings. Even at the family dinners all threads conversations often boil down to the discussion of political events, accidents, sanctions, changes in methods of calculating for the World Bank rating or we start to discuss some things about the reduction in the rate of economic development in China.

At the same time governments are carried out numerous reforms, provide some changes at the system of education, health and other structures in order to make people more satisfied and therefore more productive and competitive. But is this the happiness for the common man? And what is the economics of happiness?

1 Methodology

The economics of happiness is a new approach in the world of economic thought which provides a quantitative and theoretical study of the influence of well-being and

¹ doc. Marina Yashina, PhD.; Plekhanov Russian University of Economics, Saratov Socio-Economic Institute, Department of Management, Radischeva str. 89, 410003 Saratov, Russia; E-mail: myashina@mail.ru

life satisfaction on the economy. The main components are the instrumental factors that enhance the feeling of happiness, rather than income and wealth. Due to international method of determining the criteria for modern quality of life and subjective evaluation, the category of "happiness" can be defined as a state of life satisfaction through the prism of the respective values.

Principles of economics of happiness can be found from the time of the classical school of management. In welfare theory, Adam Smith emphasized the production, considering the well-being as a synonym for wealth, where the wealth is meant a product of material production. J. Bentham considers wealth as a special case of pleasure, and all motives of human behavior equates to the pleasure giving. He proposed to measure well-being by diminution of the sum of the suffering from the sum of pleasure during some period of time.

In 1930 was published the work of Paul Samuelson, who expressed the welfare of the people as a mathematical formula. He "translated" the language of economic theory into the language of mathematics. Around the same time other researchers Simon Kuznets and Richard Stone develop national accounting systems, which became the basis for the evaluation of national and gross domestic product. But in fact the main purpose of their research was the identification of mechanism of state regulation for commodity production in times of economic crisis.

It is interesting that Bhutan (country with population of 700 thousand people) became the first state that instead of the usual GDP started evaluates GNP (gross national happiness index). And still they try to provide all possible measures to create and maintain the conditions that contribute to the happiness of the nation.

The goal of this paper is the research of categories of happiness as a system of values and its influence on national competitiveness that was carried out in scholarly papers of such outstanding Russian and foreign economists as A. Maslow, S. Schwartz, S. Morris, M. Rokeach, G. David, B. Kosovo, L. Gordon, researchers of the Institute of Sociology Russian Academy of Science, M. Goodman, T. Baranova, questionnaire Trompenaars, A. Vardomatskima and others. Our research aims to carry out the analysis of the current state of Economics of Happiness in Russia, to find best practices to implement it.

2 Results and discussion

This part of the paper consists of two sections. First, it shows the best practices from Singapore to build the economics of happiness, some of which could be implement for the Russian economic development. Next section describes some approaches which evaluate the happiness of common man from different countries as also the main measures that helps governments to raise life satisfaction of people in their country. Also we proved some examples of the local projects that could help to reach this goal.

2.1 Best practices from Singapore

To find the answer on the questions mentioned below we need to look at the experience of Singapore at this matter. This country over the last 30 years has turned from The Third World country into a leading financial center with highly qualified specialists; to the country with the lowest rate of corruption, and to the country where people feel themselves confident, secure and happy. Of course, the main credit for it goes to the first President of Singapore Lee Kuan Yew, who thanks to his reforms and sustained political line leads his country to the top of the economic and social development. It is necessary to look through his reforms detailed in order to identify them with the current policy of Russian government as the positive experience of this small Asian country will be useful for the development of Russia.

The first thing Singapore started their reforms in past was protection from bad habits. It was the campaign against spitting, started in early 60s. In our opinion this campaign was the best thing to start with, because it helps Singaporeans to create the image of the people who are ready to change and also change their habits in order to create better life. They have shown themselves as quite persevering nation. And we should say that the problem with for example spitting is a still big case for most of Asian states, as it leads to the spread of diseases such as tuberculosis. And now in Russia we can observe a similar policy against smoking and binge drinking. Unfortunately these measures in Russia do not show the desired results yet.

As the next step of Lee Kuan Yew reforms was urban greening and creating an image of the country with a green oasis in the city centers, perfect lawns, shrubs and golf courses among the skyscrapers. This once again confirms the fact that the country is ready to change, and its citizens want to live in better conditions and they can do it. The question of urban greening is topical question for Russia, but unfortunately not much had changed for now in this regards. Instead of green oases a lot of concrete pads, parking and cottage villages are appearing. Under the best circumstances once a year we could see a demonstrational tree planting by Russian politicians. This issue is becoming increasingly important, and if we want to raise a healthy generation we need to invest in the development of urban environment and ecology in all regions of Russia.

Another interesting area of Lee Kuan Yew reforms was personnel reform. So he created a system of selection and appointment of public figures as well as a system of training young professionals. And the main point here was to create a high-performing team.

"My approach has been to appoint the most capable man who I had at my disposal to led the most important ministries. Usually it was the Ministry of Finance, and in the period of getting of independence it was the Ministry of Defense. That man was Ken Goh Swee. The next most capable of the remaining ministers received the most important of the remaining portfolios. I usually set a task before the Minister and gave him a chance to find the best solution, so we used the target control administration. And this system worked better in a case the minister was a nimble-minded person, was able to use innovation in a case he faced new, unexpected problems. Then my interference in the work of the ministry was limited only to political issues." - Wrote Lee

Kuan Yew in his book "The Singapore Story: From the Third World to the First" (Pikunov, 2012).

The main thing that Lee Kuan Yew reached during the period of his presidential term was building the system that operates on trust and confidence in their colleagues and partners. The government invested in young professionals through study them in the best universities of the world to get more experience, and then cultivate them to highly effective managers.

Many experts have criticized Lee Kuan Yew for the lack of freedoms and democracy in Singapore. State governments here control all processes, but at the same time it is the country with one of the highest living standards in the world. You cannot litter and spitting on the streets in Singapore. Moreover it is banned to import chewing gum to the country. In our view, this policy has proven its effectiveness and is not always right to say that full democracy and the lack of state control so good for country and people. Each country must choose its own path of development, rather than focus on recommendations of the leading world powers.

2.2 Evaluation of happiness in Russia

Previous thesis can be very useful and appropriate for Russian Federation nowadays. The Russian Federation has always developed by their own way without relying on common global trends in accordance with their historical experience, mentality and multinational population. And the experience of Singapore, country which leads The Global Competitiveness Index for many years can be very useful for us.

About the happiness. There are several prevailing indexes, which are measure the sustainable well-being and happiness of the inhabitants all over the world. According to the World Happiness Index 2012 (HPI) the happiest people are live in Costa Rica (see Table. 1).

Table 1 The Happy Planet Index

Rank	Country	HPI
1	Costa Rika	64.036
2	Vietnam	60.439
3	Colombia	59.751
4	Belize	59.290
5	El Salvador	58.887
6	Jamaica	58.534
7	Panama	57.799
34	Switzerland	50.339
89	Slovakia	40.132
90	Singapore	39.782
100	Ukraine	37.583
105	USA	37.340
122	Russia	34.518

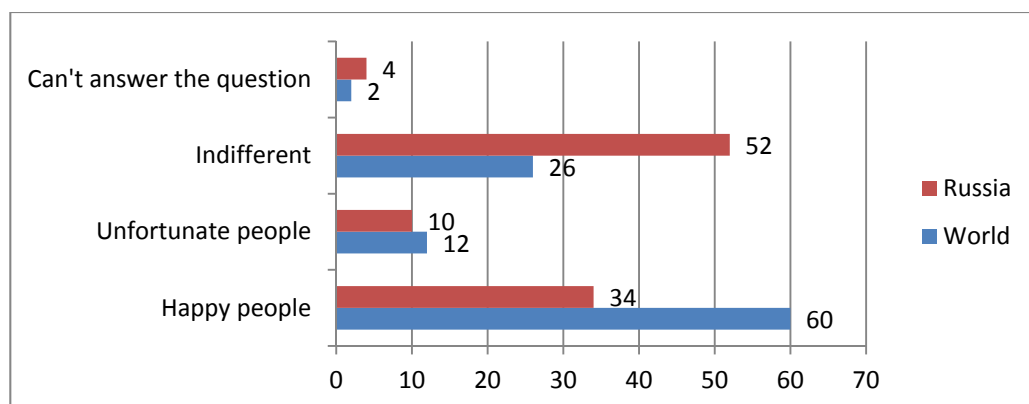
Source: <http://gtmarket.ru/ratings/happy-planet-index/info>

Methodology of HPI based on position that in countries where the main emphasis goes on economic growth and industrial development, people are usually do not become happier. The HPI results in general confirm it, as at the top of HPI we could see countries which are not leading industrial nations. The Index uses global data on life expectancy, experienced well-being and Ecological Footprint to calculate this.

As can be seen from the Table 1 Russia takes only place 122, behind in particular Slovakia, United States, Ukraine and several other countries. The HPI report ranks 151 countries and unfortunately comes out only once per 2-3 year. Therefore it is possible that next time we will see some changes in positions of countries it study.

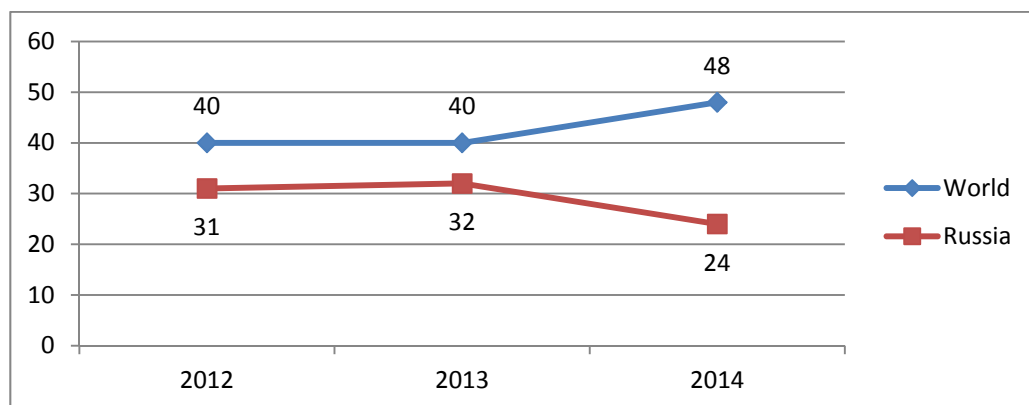
By the estimation of another research center (International Research Center Gallup) happiness index of Russians in 2014 decreased from 32% to 24% (down 8%). At the same time there were no changes in amount of unfortunate people in Russia. Many previously happy Russians moved into the group of "indifferent" (see Figure 1, 2).

Figure 1 The respondents' answers to the question whether they feel themselves happy?



Source: <http://gtmarket.ru/news/2014/02/27/6608>

Figure 2 Dynamic of happy index in Russia during 2012-2014 by Gallup



Source: <http://gtmarket.ru/news/2014/02/27/6608>

To make Gallup research possible were surveyed 70,000 people from 65 countries. We can assume that decline of happy index according to Table 2 caused by political process across Russia now, and many Russian citizens are more concerned about these issues, rather than the matter of personal happiness.

In the context of this paper the most notable could be the Prosperity Index developed by the Institute Legatum. The 2014 Legatum Prosperity Index econometric analysis has identified 89 variables, which are spread across eight sub-indices. Through this process it is possible to identify and analyze the specific factors that contribute to the prosperity of a country.

Groups of sub-indices are follows (Centre of Humanitarian Technologies, 2014):

1. Economy
2. Entrepreneurship & Opportunity (E&O)
3. Governance
4. Education
5. Health
6. Safety & Security
7. Personal freedom
8. Social capital

Each of these sub-indices is estimated from 0 to 142 rating which indicates the position of the country among others (see Table 2). Groups of sub-indices in the table are shown by corresponding numbers.

Table 2 The 2014 Legatum Prosperity Index

Rank	Country	Nº1	Nº2	Nº3	Nº4	Nº5	Nº6	Nº7	Nº8
1	Norway	3	7	7	5	5	6	2	1
2	Switzerland	1	3	1	21	3	11	12	9
10	USA	17	11	12	11	1	31	21	7
18	Singapore	2	12	13	22	18	14	40	45
35	Slovakia	59	37	45	14	29	32	64	51
63	Ukraine	70	57	121	42	77	54	103	40
67	Philippines	40	75	55	76	97	111	50	59
68	Russia	57	46	113	37	44	96	124	67
69	Macedonia	110	63	69	74	52	67	77	82
142	Central African Republic	127	142	128	141	141	135	94	141

Source: <http://gtmarket.ru/ratings/legatum-prosperity-index/info>

As can be seen from the above table, the Russians are dissatisfied with the governance, safety & security and personal freedom. In this regard it should be noted that the assessment for this index research was made not on the basis of direct questioning of residents but on data from World Bank, World Trade Organization, United Nations and other institutions, and these estimates not always could correspond to the realities of this or that particular country.

Therefore we should pay attention to the study conducted by the Russian monitoring agency «New Effector» together with Research Foundation "Regions of Russia"

under the name of "Russian cities Happiness Index" which was made in 2012. This survey involved residents of 100 largest Russian cities. And as it was shown by this survey the feeling of happiness is provided not by income level, but through the sense of security, positive changes and environmental situation in the city.

According to the results of this research most happy people in Russia live in the capital of the Chechen Republic, Grozny city. The estimation was made by the city inhabitants and people in Grozny get to the city the highest rating index – "60". And we should say that in recent years the city has really changed and has become quite attractive both Russians and foreign investors. Second place went to Tyumen, third to Kazan. Ten happiest cities in Russia included also Surgut, Krasnodar, Sochi, Nizhnekamsk, Novorossiysk, Belgorod and Yaroslavl. Moscow and St. Petersburg took only 52 and 16 places respectively. But at the same time inhabitants of these cities have good financial position than others, good level of cities development and improvement. So it is once again proved our statement, that not only income per person or city infrastructure could help you to be happy (NewsEffector, 2012).

The most unfortunate people by the results of this study are citizens from Bratsk, Yuzhno-Sakhalinsk and Chita. Saratov in the ranking takes the 77 position with index of happiness - 36. Only 23% of our Saratov city residents feel themselves safety; 76% of respondents are satisfied with the level of urban development, and 69% of respondents are concerned about the environmental situation in the city.

All of this suggests that the regional government and the city government in Russia have to do the maximum accent on the directions mentioned below to make people in their regions and cities happy. As the resolution of these issues can reduce the outflow of residents outside the city and the region, to reduce unemployment and, ultimately, improve the competitiveness of city, region and country as a whole.

In this regard in Russia we have one very interesting experience of local projects aimed to increase the attractiveness of cities and retain residents in these cities. One such a project called "City Code" in which everyone can talk about their city in the format of small video clips (about any moment of life in the city). As a result everyone in the country get the opportunity to travel across Russian cities through the eyes of people there. The main object of this project is to encourage the viewer to think, to reflect on the fact that he loves the place (city) in which he lives. The first implementation of this project was held in Pervouralsk and showed how many things, places citizens didn't know and notice in their own city. Main object was achieved, level of happiness in Pervouralsk increased a bit but still.

And this is only one small project. Every city, every inhabitant of Russian or other country's towns, villages, and rural areas has unique sense of happiness and joy of life in their hometown, which sometimes we forget. And we need to remember this feeling, to share it with the others and make our city or country even better, successful, competitive and happier.

Conclusion

The question about the economics of happiness is under discussion from the XVIII century when the founder of classical economics Adam Smith published his "The Wealth of Nations".

In the international economic practice GDP per capita or the HDI use to compare the standard of living in different countries but these indices may not always reflect the real situation.

There are many special ratings of happiness. The most famous among them is "the quality of life index" (Well-Being Index) or "life satisfaction index", which was developed by D. Kahneman. Another one indicator is the international index of happiness (Happy Planet Index, proposed by New Economics Foundation in 2006) reflects the wellbeing of people and the environment worldwide. The main objective of the index is to show the "real" Wealth of Nations.

However none of the existing happiness index does not take into account the ethno-cultural characteristics of national values while people views of happiness impossible to formed outside the cultural context.

According to the research we concluded that the level of material well-being is an essential, but not the decisive factor in the happiness of the inhabitants of Russia. No less important criterions in such indicators are: the environment, security and sense of change for the better. Implementation of local projects in these areas can be a good starting point for improving the climate in the country, and consequently will increase the competitiveness of the national economy. The serious intellectual movements to study happiness shows the special significance of this problem and the growing interest in it on the part of society, economists and government in recent years.

References

- Centre of Humanitarian Technologies. (2014). *Gallup International Research: Global Happiness Index 2014*. Retrieved February 05, 2015, from <http://gtmarket.ru/news/2014/02/27/6608>
- Centre of Humanitarian Technologies. (2014). *Happy Planet Index*. Retrieved February 05, 2015, from <http://gtmarket.ru/ratings/happy-planet-index/info>
- Centre of Humanitarian Technologies. (2014). *The Legatum Prosperity Index*. February 05, 2015, <http://gtmarket.ru/ratings/legatum-prosperity-index/info>
- Kondratiuk, T. *Happies Russian cities*. Retrieved February 05, 2015, from <http://samogo.net/articles.php?id=3315>
- New Economics Foundation. (2015). *Happy Index Planet*. Retrieved February 05, 2015, from <http://www.happyplanetindex.org/about/>
- NewsEffector. (2012). *Research : Russian's cities Happy Index*. Retrieved February 05, 2015, from <http://newseffector.com/news/78876-issledovanie-indeks-schastya-gorodov-rossii.html>

Pikunov, D. (2012). *Singapore – basics of economic miracle*. Retrieved February 05, 2015, from <http://blog.foilrussia.ru/blog/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F/400/>

Zahraničnoobchodné sankcie medzi EÚ a RF a ich vplyv na ekonomickú výkonnosť krajín EÚ¹

Stanislav Zábojník² – Andrej Hamara³

Foreign Trade Sanctions between European Union and Russian Federation and their Influence on the Economic Performance of the EU11 Countries

Abstract

An article is devoted to the analyses of the European and Russian sanctions on selected products and its consequences for the foreign trade and economic development of the EU11 countries. After brief literature review focused on the trade embargo effects, basic framework of mutual restrictions between EU and Russia are outlined. Core part of the article is divided onto foreign trade and GDP consequences of the EU11 states. The general effect of the sanctions on EU11 is characterized as negative, though minor. Authors prove slightly negative and more serious effects on the economies of the selected countries, especially through the exports of agricultural products.

Key words

EU sanctions, embargo, protectionism, economic growth

JEL Classification: F13, F43

Úvod

Po dlhšom období liberalizácie medzinárodného obchodu ako na bilaterálnej, tak aj multilaterálnej úrovni je medzinárodný obchod od roku 2011 intenzívnejšie poznačený netarifnými opatreniami implementovanými aj v prípade najvyspelejších rozvinutých trhov ekonomík, konkrétne Európska únia (EÚ) a USA. Nástup krajín BRICS už viac ako dekádu prináša zvyšujúci vplyv týchto rýchlo rastúcich ekonomík, na čo predovšetkým EÚ reaguje len symbolickým rastom HDP. Tento ekonomický súboj je v poslednom období zintenzívnený geopolitickou polarizáciou, ktorú bolo výrazne cítiť pri vzniku a počas arabskej jari a predovšetkým aktuálne počas krízy na Ukrajine. Presadzovanie vlastných geopolitických i ekonomických záujmov Ruskej federácie smerovalo k viacerým sporom a nejasnostiam v súvislosti s podporou v separatistických regiónoch východnej Ukrajiny. Akákoľvek eskalácia ozbrojeného konfliktu zo strany západných mocností by mohla mať negatívne konzekvencie pre vývoj na starom kontinente, preto možno považovať obchodno-politické opatrenia za doteraz menej efektívne, ale vzhľadom na okolnosti racionálne riešenie. Masívnejšie rozširovanie skupiny tovarov, na kto-

¹ Príspevok je súčasťou vedeckého výskumu v rámci projektu VEGA č. 1/1057/12 (KMO, Obchodná fakulta EU v Bratislave) – *Riešenie dlhovej krízy v menovej (nie fiškálnej) únii a faktory budúceho prehlbovania krízy v Európe a na Slovensku*.

² Ing. Stanislav Zábojník, PhD., Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, stanislavzabojnik@gmail.com

³ Ing. Andrej Hamara, PhD., Infostat, Úsek sociálno-ekonomických analýz a prognóz, hamara@infostat.sk

ré boli uplatňované sankcie zo strany EÚ ako odpoveď na politiku Moskvy, bolo realizované od marca roku 2014. Tieto kroky boli spojené predovšetkým s „osamostatnením“ Krymu, čo bolo Európskou radou považované, vzhľadom na spôsob realizácie referenda, za ilegálny krok, keďže bolo v rozpore s ukrajinskou ústavou. Ďalšie protekcionistické opatrenia zo strany EÚ a USA boli realizované po havárii malajzijského lietadla v Doneckej oblasti v júli 2014.

Tieto sankcie boli zo strany západných spojencov viac-menej očakávané. Predovšetkým vplyvy na exportnejšie orientovanú EÚ možno charakterizovať ako intenzívnejšie vplývajúce na základné makroekonomické indikátory (v porovnaní napr. s USA). V súčasnom období realizuje EÚ kombinovanú stratégiu deeskalácie konfliktov, stupňujúcu sa podporu ekonomickej a politickej transformácie Ukrajiny prostredníctvom reforiem a pretrvávajúcimi sankciami voči Ruskej federácii. Európsky parlament pomocou rezolúcií schválil sankcie voči Ruskej federácii.

Ako vyplýva z údajov Eurostatu v oblasti zahraničného obchodu za prvé dva mesiace 2015, Ruská federácia je naďalej významným obchodným partnerom EÚ. Vzájomná bilancia zahraničného obchodu koreluje so spotovými cenami ropy Brent, s ktorou sú exportované energetické nosiče (ropy a zemný plyn) do EÚ cenovo späté. Stále významnejší vplyv majú však aj „nesurovinové“ exportné artikly, ktorých sa vzájomne uvalované sankcie dotýkali v druhom kvartáli 2014 najväčšími.

Retorzné opatrenia zo strany Ruskej federácie boli cielené na „menej bolestivý“ dosah v oblasti exportu poľnohospodárskej produkcie do Ruskej federácie. Politicky boli sankcie zo strany EÚ nasledované retorznými opatreniami zo strany Ruskej federácie s diferencovanými dosahmi na krajiny EÚ. Vyplývajúc zo štruktúry zahraničného obchodu, najväčšie konzekvencie odvetných obchodných opatrení znášajú predovšetkým krajiny strednej a východnej Európy, resp. nových členských krajín. Táto skupina krajín (EÚ11) je zraniteľná predovšetkým dvomi spôsobmi – energetickou závislosťou od Ruskej federácie a dosahom odvetných sankcií Ruskej federácie na zahraničný obchod EÚ11, čo v konečnom dôsledku pôsobí na ekonomický rast a celkovú prosperitu týchto ekonomík.

Príspevok sa sústreďuje na skúmanie ekonomických dosahov sankcií na stratu exportnej výkonnosti EÚ11 a ich vplyvy na základné makroekonomické parametre týchto štátov v roku 2014, ako aj zámer identifikovať trend a kvantifikovať intenzitu týchto opatrení na ich celkovú ekonomickú výkonnosť.

1 Metodika práce

Cieľom príspevku je kvantifikovať dosahy odvetných sankcií Ruskej federácie voči EÚ do konca roku 2014 prostredníctvom zmeny základných indikátorov HDP a zahraničného obchodu krajín EÚ11.

Teoretická časť príspevku vychádza z teórií zahraničnoobchodnej politiky a dosahov sankcií na krajinu zavádzajúcu sankcie, ako aj na cieľovú ekonomiku. Príspevok abstrahuje od politických dosahov a sústreďuje sa na ekonomické konzekvencie zavedených reštrikcií. Autori identifikujú predovšetkým proces zavedenia odvetných sankcií zo strany Ruskej federácie voči štátom Európskej únie, konkrétne sa zameriava-

jú na členské krajiny strednej a východnej Európy, kde sa javia byť vplyvy sankcií najintenzívnejšie. Predmet skúmania v podobe EÚ11 zahŕňa členov EÚ so vstupom po roku 2004 okrem Cypru a Malty:

- „Kontinentálna časť“ – Slovenska republika, Česká republika, Maďarsko, Poľsko
- „Severná časť“ – Estónsko, Litva a Lotyšsko
- „Južnú časť“ – Bulharsko, Rumunsko, Slovinsko a Chorvátsko

Vplyvy sú kvantifikované prostredníctvom komparácie a analýzy sledovaním zmeny v základných makroekonomických indikátoroch. Konkrétne ide o tieto ukazovatele: reálny HDP, domáci dopyt a export a import tovarov a služieb. Analyzujeme predovšetkým časové rady štvrtročných údajov uvedených makroekonomických agregátov. Vychádzame pritom z novej metodiky Európskeho systému národných a regionálnych účtov – ESA 2010. Pri analýze exportu a importu tovarov EÚ11 vychádzame z mesačných údajov a klasifikácie podľa hlavných ekonomických kategórií (BEC⁴). Hodnoty importu tovarov EÚ11 sú zostavované ako hodnoty na parite CIF a hodnoty exportu EÚ11 sú zostavované ako hodnoty na parite FOB. Pri analýze dát ekonomík Ruska a Ukrajiny sme sa opierali najmä o štatistiky OECD, MMF, ako aj Štátneho štatistického úradu Ukrajiny.

2 Výsledky a diskusia

Príspevok je po teoretickom vymedzení sankcií, ich efektivity a prezentovaní výsledkov v tejto oblasti od popredných ekonómov štruktúrovaný do štyroch základných častí:

- i. chronológia sankcií na strane EÚ,
- ii. odvetné sankcie zo strany Ruskej federácie do konca roku 2014,
- iii. negatívne vplyvy sankcií na Ruskú federáciu a okrajovo na Ukrajinu,
- iv. vplyvy sankcií (majoritne zo strany Ruskej federácie voči EÚ) voči krajinám EÚ11 ako osobitnej a zraniteľnejšej skupine európskych štátov.

Posledná časť, ktorá je analýzou vplyvov sankcií zo strany Ruskej federácie na jednotlivé členské štáty EÚ11 je z dôvodu prehľadnosti členená na samotné vplyvy na zahraničný obchod týchto štátov, druhá časť sa zaoberá vplyvom na ekonomický rast v podobe zmeny tempa rastu HDP (ktorého je čistý export súčasťou).

2.1 Sankcie v medzinárodnom obchode – teoretické východiská

Teória medzinárodného obchodu uvádza situácie, keď reštrikcie v zahraničnoobchodnej politike negenerujú len kontraproduktívne náklady (tzv. strata mŕtvej váhy⁵) prostredníctvom zníženia objemu čistého ekonomického bohatstva (prebytok na strane producentov je v oveľa väčšej miere kompenzovaný stratou na strane spotrebiteľov),

⁴ Z angličtiny Broad Economic Categories (poznámka autorov)

⁵ Bližšie pozri: World Trade Report (2009), s. 84

ale dokonca bývajú opodstatnené. Podľa niektorých autorov (Daniels, Radebaugh & Sullivan, 2007) sú takéto opatrenia opodstatnené v prípade:

- a. udržanie si nevyhnutných odvetví (hlavne výrobky obranného priemyslu),
- b. odklon dodávok do „nepriateľských krajín“,
- c. udržanie alebo rozšírenie oblastí vplyvu,
- d. ochrana odvetví a činností, ktoré chránia národnú identitu.

Viacerí významní autori sa zaoberali účinnosťou a bilanciou sankcií skúmaním vzťahu medzi skutočne dosiahnutým výsledkom cez uvalené sankcie a vplyvmi na zahraničný obchod (K. A. Elliott, R. A. Pape a predovšetkým W. H. Kaempfer a A. D. Lowenberg), čiže bilanciou prínosov a nákladov. Vo všeobecnosti boli významnými ekonómami sankcie kritizované pre ich nízku efektivitu a fakt, že cieľové krajiny postihnuté sankciami sú spravidla v dlhodobejšom horizonte adaptáciou schopné odkloniť želaný efekt sankcií a pre svoju produkciu na export pomerne rýchlo nachádzajú alternatívne trhy, trojstrannými obchodnými operáciami sa vyhýbajú sankciám, príp. obchádzajú importné kontroly a procedúry (Caruso, 2003). Vo všeobecnosti možno identifikovať na tieto možnosti sankcií v zahraničnoobchodnej politike (Kaempfer & Lowenberg, 2007):

1. Obchodné sankcie
 - a. Čiastočné embargo
 - b. Úplné embargo
2. Investičné alebo finančné sankcie
 - a. Reštrikcie týkajúce sa kapitálových tokov (obmedzené alebo pozastavené pôžičky)
 - b. Úradne nariadené deinvestície
 - c. Reštrikcie na zahraničné platby
 - d. Zmrazenie zahraničných aktív
3. Cílené sankcie
 - a. Zákaz prepravy cez dané územie
 - b. Zákaz komunikácie
 - c. Zákaz cestovania

Empirické štúdie preukázali rôznu efektivitu sankcií. Priekopníckou štúdiou v tejto oblasti je práca G. C. Hufbauera, J. J. Schotta a K. A. Elliotta (1990), ktorí skúmali sankcie a ich výsledkom prisudzovali skóre od 1 po 16. Za úspešné považovali sankcie so skóre vyšším ako 8. Napriek rozsiahlosti štúdie nedokázali identifikovať jasný vzťah medzi skúmanými veličinami a identifikovať presvedčivé závery.⁶ Napriek uvedeným záverom s nižšou štatisticky významnou závislosťou preukázali kauzálnu závislosť medzi zmysluplnosťou (efektivitou) sankcií v prípade, ak je sankcionovaná krajina s nižšou politickou stabilitou.⁷ Takisto bola preukázaná závislosť medzi účinnosťou sankcií a výškou nákladov na tieto sankcie (Dashti-Gibson, 1997). Zaujímavým zistením v tejto oblasti je aj vzťah medzi úspešnosťou sankcie a objemom obchodu medzi zainteresovanými krajinami pred a po uvalení sankcií. Viaceré významné práce poukazujú na lepšiu rokovaciu schopnosť a „páku“ v prospech sankcií v prípade, že obchod s dotknutým obchodným partnerom bol intenzívny, meraný cez objem obchodu ako podiel na HDP

⁶ Za príčinu sa považuje využívanie metódy najmenších štvorcov pre závislú premennú s takou slabou výpočtovou hodnotou, ako bolo skóre „úspešnosti sankcií“, a to aj napriek skúmaniu prostredníctvom regresného modelu s viacnásobnými premennými (Kaempfer & Lowenberg, 2007, s. 892).

⁷ K podobným záverom prišli štúdie od S. L. Lama (1990), R. H. Dehejiu a B. Wooda (1992), P. A. G. van Bergeijka a C. Jinga a kol. (2003).

sankcionovanej ekonomiky – A. C. Drury (1998), R. A. Hart (2000). V podmienkach súčasných sankcií medzi EÚ a Ruskou federáciou znamená časové hľadisko významný faktor. Napriek tomuto predpokladu rôzni autori prichádzajú k rozdielnym názorom o efektivite sankcií v závislosti od časového obdobia, počas ktorého sú platné. Napr. M. S. Daoudi a M. S. Dajani (1983) alebo L. J. Brady (1987) prichádzajú k záveru, že efekt dĺžky trvania sankcií negatívne koreluje s ich úspešnosťou: dlhodobé sankcie spravidla prinášajú väčšiu efektivitu ako krátkodobé, viacero iných autorov však prichádza k úplne rozdielnemu záveru: dĺžka trvania sankcií negatívne koreluje so skóre úspešnosti týchto opatrení – G. C. Hufbauer a kol. (1990), P. A. G. van Bergeijk (1994), S. M. Bolks a D. Al-Sowayel (2000). Značnú dávku neurčitosti efektivity sankcií EÚ poskytujú aj zistenia S. M. Bolksa a D. Al-Sowayela (2000) alebo I. Nooruddina (2002) v súvislosti s mierou demokracie v sankcionovanej ekonomike. Títo autori totiž prichádzajú s empiricky podloženými závermi, že čím je domáca vláda autokratickejšia, tým je efekt úspešnosti zahraničných sankcií nižší.

2.2 Sankcie zo strany EÚ voči Ruskej federácii

Európsky parlament už začiatkom roku 2014 prijal viacero rezolúcií, v ktorých pomerne konkrétne deklaroval svoj postoj voči Ruskej federácii v súvislosti s vývojom na Ukrajine (6. február 2014, 13. marec 2014 a 17. apríl 2014). Od marca 2014 boli uvalené viaceré formy sankcií zo strany EÚ voči Ruskej federácii, čo malo postupne rastúce vplyvy na objem a štruktúru vzájomného zahraničného obchodu. V prvej fáze boli zmrazené aktíva osobám spojeným so spreneverou ukrajinských štátnych prostriedkov a potom im bol obmedzený pohyb v rámci EÚ spolu s inými diplomatickými opatreniami (6. a 17. marca 2014). Rozhodnutím Rady EÚ 2014/659/SZBP z 8. septembra 2014 (do platnosti vstúpilo 12. septembra 2014) sa prehĺbili a rozšírili sankcie v 4 hlavných oblastiach:

1. Obmedzenia týkajúce sa obchodu so zbraňami – zakázaný bol dovoz alebo vývoz, nákup alebo predaj, prevoz, dodávka, prevod všetkých druhov vojenského materiálu, polovojenského vybavenia aj náhradných dielov, čo v tomto prípade ovplyvnilo aj väčšie servisné spoločnosti pre zariadenia patriace do kategórie výrobkov obranného priemyslu na území EÚ. Zároveň bolo zakázané priame i nepriame financovanie, poisťovanie, garancie na transakcie spojené s kúpou alebo predajom takéhoto materiálu. Zákaz sa netýka prípadov spätých s plnením zmlúv a dohôd, ktoré boli uzatvorené pred 1. augustom 2014, alebo na tovar, ktorý slúži vyslovene na účely bezpečnosti členských štátov EÚ (príslušné ministerstvá obrany, príp. podniky v ich priamej gescii).
2. obmedzenia týkajúce sa vývozu tovarov a technológií s dvojakým použitím – v prípade, že tovar je využiteľný vcelku alebo sčasti aj na vojenské použitie, koncovým používateľom sú ruské ozbrojené sily, takýto tovar je priamo považovaný za vojenský materiál podľa predchádzajúcej kategórie.
3. obmedzenia týkajúce sa vývozu vybraných technológií pre ropný priemysel – zakazuje poskytovanie služieb vyplývajúcich z plnenia záväzkov plynúcich z dohôd a zmlúv uzatvorených pred 8. 9. 2014 pre oblasť hlbinného prieskumu a ťažby ropy, arktického prieskumu a ťažby ropy, ale aj ťažbu bridlicového plynu.

4. obmedzenia týkajúce sa kapitálového trhu – predovšetkým mali podobu zákazu vstupu do ruských štátnych finančných spoločností, občanom EÚ bolo zakázané investovať do dlhopisov, akcií a iných finančných nástrojov ruských štátnych finančných inštitúcií. Sankcie sa zároveň týkajú zákazu cestovania a transakcií, zmrazenia aktív ďalších osôb stojacich v pozadí rusko-ukrajinskej krízy. Týmto boli zasiahnuté aj majetkové a dlhové transakcie nad 30 dní zo strany Gazprombank, Rosselhozbank, Sberbank, VEB, VTB, Rosneft', Gazpromneft' a Transneft'.

Dňa 18. 09. 2014 reagovala EÚ na potravinové embargo zo strany Ruskej federácie rezolúciou Európskeho parlamentu s výzvou na Komisiu EÚ pre intenzívnejšie monitorovanie vplyvov ruských odvetných opatrení (Kraatz, 2014). Zároveň bola iniciovaná intenzívnejšia a adresnejšia podpora zo strany Komisie pre dotknuté odvetvia a spoločnosti vo výške 125 mil. €.

2.3 Sankcie zo strany Ruskej federácie

Ruská federácia ako odvetné opatrenia na zavedenie širokej škály sankcií zo strany EÚ, USA, Kanady, Austrálie a Nórska zaviedla intenzívnejšie nástroje brániace importu z EÚ od 7. augusta 2014. Tieto sankcie sa týkajú troch kľúčových oblastí (Kraatz, 2014), ktoré boli pre EÚ citlivé (vzhľadom na dosahy na poľnohospodárskych producentov), no strategicky neboli cieleňé zo strany Ruskej federácie na priemyselné odvetvia, kde by boli dosahy na samotnú ruskú ekonomiku oveľa intenzívnejšie a substitúcia európskych importov by nebola taká flexibilná ako v prípade týchto tovarov. Tovary a tovarové skupiny, ktorých sa sankcie týkajú:

1. zelenina a ovocie
2. mliekarenské výrobky – mlieko a mliečne výrobky, polotovary obsahujúce mlieko
3. mäso a mäsové výrobky – niektoré zákazy sa týkali dovozu bravčového mäsa už od februára 2014

Uvedené sankcie boli uvalené zo strany Ruskej federácie na obdobie 1 roka. Ďalšou významnou štúdiou v tejto oblasti bola analýza vplyvov sankcií zo strany Ministerstva financií Fínska. Pri povahe sankcií tento zdroj poukazuje na to, že zákazy na dovoz sa nevzťahujú na individuálny dovoz tovarov pre súkromnú spotrebu (Ministerstvo financií Fínska, 2014) alebo tovary určené pre deti.

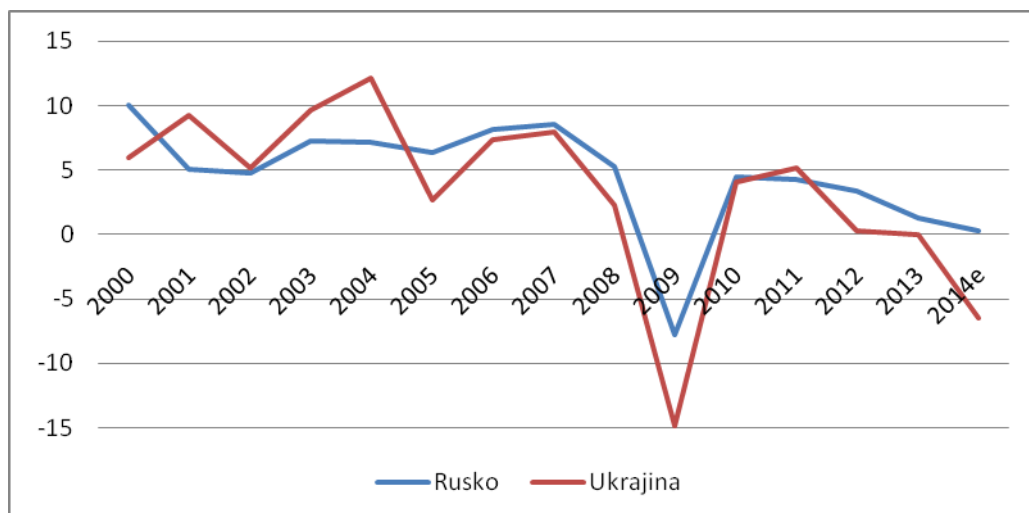
Charakter uvedených sankcií je jednoznačne cielene orientovaný na sektor poľnohospodárstva, kde sú spomínané predpoklady ruských importérov na reorientáciu dodávateľa relatívne najpriateľnejšie.

2.4 Vplyvy sankcií na ekonomiku Ruskej federácie

Ruská federácia dlhodobo priťahovala zdrojovo a dopytovo orientované toky PZI a právoplatne patrila do skupiny rýchlorastúcich ekonomík BRICS. Ekonomika Ruska však čelila výraznému spomaleniu ešte pred vypuknutím konfliktu v roku 2014 (graf 1). V rokoch 2010, 2011 síce došlo k relatívnemu pokrízovému zotavovaniu, no potom došlo k výraznému spomaleniu. Tempo rastu HDP Ruskej federácie spomalilo zo 4,3 %, v

roku 2011, na 1,3 %, v roku 2013. Rastový model ruskej ekonomiky je postavený na ťažbe a vývoze energetických surovín. Tie predstavujú viac ako 70 % podiel v jej exporte a takmer 50 % celkových príjmov federálneho rozpočtu. V prípade Ukrajiny spomalenie bolo ešte výraznejšie. Zatiaľ čo ešte v roku 2011 jej ekonomika vzrástla o 5,2 %, v rokoch 2012-2013 sa rast jej ekonomiky prakticky zastavil (zaznamenala tempo rastu HDP vo výške 0,3 %, resp. 0,0 %). Vypuknutie konfliktu priniesol obom krajinám ďalšie spomalenie. V 1. a 2. štvrtroku 2014 HDP Ruska medziročne vzrástol o 1 %, v 3. štvrtroku to bolo už len o 0,8 % a v 4. štvrtroku dokonca medziročne viac menej stagnoval.⁸ HDP Ukrajiny v 1. štvrtroku 2014 zaznamenal medziročný pokles o 1,2 %, v 4. štvrtroku dokonca až 14,8 %.⁹

Graf 1 Vývoj HDP Ruska a Ukrajiny 2000 – 2014* (medziročné zmeny v %)



* Odhad MMF

Zdroj: spracované autormi podľa údajov MMF, The World Economic Outlook (WEO) database.

Vývoj zahraničného obchodu Ruskej federácie treba rozdeliť na dva sektory – vývoz vojenského materiálu a vývoz tovaru na nevojenské účely. Dosahy sankcií EÚ na vývoz aj dovoz vojenského materiálu sú do určitej miery eliminované naplňaním starších kontraktov. Dosahy „západných“ sankcií pre ruských zbrojárskych exportérov nebudú v dlhodobom horizonte veľmi negatívne. Ruská federácia sa v rokoch 2010 – 2014 totiž dostala na 27 percentný podiel na celosvetovom obchode so zbraňami (z pôvodného podielu 22 % v predchádzajúcom období), navyše hlavnými obchodnými partnermi Ruska v tejto oblasti zostávajú India (39 %), Čína (11 %) a Alžírsko (8 %) (Sapri, 2015, s.2). Import vojenskej techniky v prípade Ruskej federácie bol zasiahnutý najmä politicky motivovaným rozhodnutím Francúzska zrušiť dodávku lodí Mistral v hodnote cca. 1,1 mld. €.

Dynamika ruského exportu do krajín EÚ klesala od roku 2010. V uvedenom roku export tovarov medziročne vzrástol o rekordných 35,6 %.¹⁰ Jednou z príčin však bol

⁸ Podľa údajov OECD.

⁹ Podľa údajov Štatistického úradu Ukrajiny.

¹⁰ Vlastný prepočet autorov podľa údajov Eurostatu.

predovšetkým i bázičný efekt z dôvodu výraznej kontrakcie zahraničného obchodu v roku 2009. V roku 2012 medziročne vzrástol už len 6,9 % a v roku 2013 ruský export tovarov do tohto teritória medziročne poklesol o 3,8 %. V dôsledku konfliktu na Ukrajine sa tento prepád v roku 2014 ešte prehĺbil, a to až na 12,1 %. Čo sa týka dynamiky importu tovarov Ruska z krajín EÚ, ten v rovnakom období zaznamenala podobný vývoj. Zatiaľ čo v roku 2010 import tovarov medziročne vzrástol o 31,4 %, v roku 2012 to bolo už len o 13,7 %. Potom v roku 2013 import tovarov poklesol o 3,2 % a v roku 2014 až o 12,1 %.¹¹ Za týmto výrazným poklesom stáli nielen sankčné opatrenia a „opatrné“ nálady domáceho dopytu v dôsledku konfliktu na Ukrajine, ale predovšetkým aj výrazné oslabenie ruského rubľa, ktorý znižoval cenovú konkurencieschopnosť európskych výrobkov a zdražoval tak importované tovary na ruskom trhu.¹²

2.5 Sankcie a očakávané vplyvy na ekonomiku EÚ11

Vplyvy na zahraničný obchod

Významu sankcií, hlavne čo sa týka vplyvu odvetných opatrení zo strany Ruskej federácie na ekonomiku EÚ, sa venuje pomerne málo verejne dostupných analýz a štúdií ekonómov. Popredný význam mala v prvej fáze zvažovania reštrikcií najmä analýza sankcií a odvetných sankcií RF od Ministerstva financií Fínska z 27. augusta 2014 (Ministerstvo financií Fínska, 2014). Napriek výraznému podielu Ruskej federácie na exporte fínskych spoločností výsledky hovoria len o minimálnom dosahu ruských sankcií na ekonomické parametre fínskej ekonomiky a obdobné parametre predikujú aj iným európskym ekonomikám.¹³ Vo všeobecnosti táto analýza prichádza k záverom, že dosahy na niektoré individuálne spoločnosti môžu byť negatívne, avšak celkový ekonomický dosah na fínske hospodárstvo bude relatívne málo významný. Riziko negatívneho kaskádového dosahu odvetných sankcií RF na európskych poľnohospodárov bolo významnejšie identifikované Generálnym direktoriátom EK pre poľnohospodárstvo. V nadväznosti na teoreticky vymedzené dosahy sankcií v prvej časti J. Väättänen, popredný fínsky ekonóm, potvrdzuje, že efekt sankcií bol najintenzívnejší počas prvých dní po ich zavedení, zatiaľ čo dlhodobý efekt bude oveľa nižší, keďže európski producenti budú schopní umiestniť svoju produkciu na alternatívne trhy (Eurasia review, 2014). V súvislosti s efektívnosťou vzájomných sankcií uvádza, že v Európe je dosah sankcií veľmi nízky, ale niektoré krajiny sú sankciami intenzívne postihnuté. Racionálny postup zvažovania ďalších sankcií zo strany EÚ je determinovaný ich efektívnosťou. Európska komisia neeskaluje ďalšie sankcie, pretože problém angažovania sa Ruskej federácie v ukrajinskej kríze Európska komisia nepovažuje za ekonomický, ale politický (Eurasia review, 2014). Pravidlá a princípy medzinárodného obchodu v konečnom dôsledku predurčujú ako Ruskú federáciu, tak aj Európsku úniu k vzájomnej a obojstrannej strate – v tomto prípade však pre EÚ v nie takom intenzívnom rozsahu.

Je nutné zdôrazniť, že politické a zahraničnoobchodné sankcie voči Ruskej federácii boli v gescii medzinárodného spoločenstva, no sankcie v oblasti zahraničného

¹¹ Vlastný prepočet autorov podľa údajov Eurostatu.

¹² V priebehu roku 2014 oslabil ruský rubľ oproti euru o viac ako 71 % (poznámka autorov).

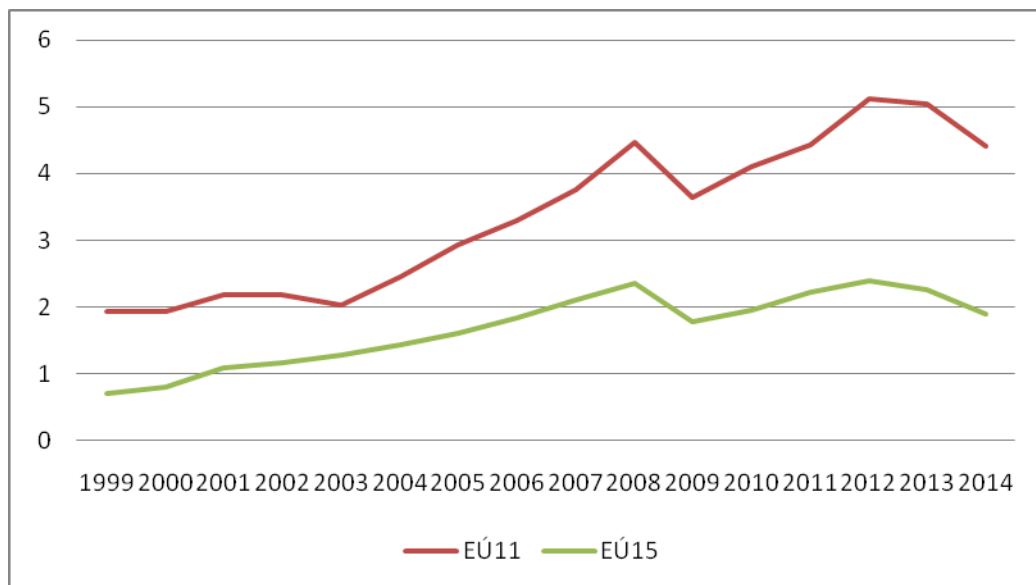
¹³ Pokles exportu v roku 2014 o 0,7 %, v roku 2015 o 1,8 % a v roku 2016 o 0,8 %. Dosah na celkový HDP by tak bol v roku 2015 spolu – 0,5 % a v roku 2016 už len –0,3 % fínskeho HDP (Ministerstvo financií Fínska, 2014).

obchodu sa prirodzene z geografického hľadiska aj z charakteru štruktúry ruského a európskeho zahraničného obchodu budú dotýkať primárne európskych exportérov. V rámci krajín EÚ možno analogicky očakávať obzvlášť negatívny dosah na krajiny EÚ11.

Rozšírenie EÚ o nových členov EÚ11, resp. krajiny SVE nespôsobil len hlbšie previazanie týchto ekonomík v rámci tohto zoskupenia. Mal za následok aj zrýchlenie rastu exportu na trhy východnej Európy. Za týmto nárastom bola predovšetkým politika transnacionálnych korporácií (TNK), ktoré alokovali svoje produkčné kapacity v rámci krajín EÚ11, o čom svedčí aj prílev PZI do tohto teritória. Pozícia TNK sa v rámci exportov krajín EÚ11 potom výrazne posilnila. Zároveň takto výrazne transformovali krajiny EÚ11 na akési výrobné, ale tým aj exportné centrá či „vstupnú bránu“ na trhy krajín bývalého Sovietskeho zväzu. Uvedená stratégia TNK a rastúce požiadavky ruského trhu dopomohli k výraznému rastu ich exportov do tohto teritória. Vzápätí vzhľadom na ich geografickú blízkosť a nižšie náklady na pracovnú silu, vstupovali na ruský trh prostredníctvom svojich pobočiek a dcérskych spoločností nachádzajúcich sa práve v krajinách EÚ11. Tie sa špecializujú na výrobu a vývoz lacnejších ekvivalentov západoeurópskych výrobkov, ktoré tak boli na ruskom trhu z dôvodu nižších produkčných nákladov dostupnejšie.

Dôsledkom uvedenej transformácie je posun v komoditnej štruktúre exportu krajín EÚ11 do Ruska, ktorá v sebe zahŕňa reexport krajín EÚ15 do Ruska. Tovary vyrobené v rámci globálnych hodnotových reťazcov (GVCs¹⁴) začali hrať dominantnú úlohu v exporte do Ruska. Jeho podiel na celkovom exporte EÚ11 tak v poslednej dekáde výrazne vzrástol (graf 2). Zároveň je oveľa vyšší ako v prípade exportu pôvodných krajín EÚ (EÚ15).

Graf 2 Vývoj podielu Ruska na celkovom exporte tovarov (v %)



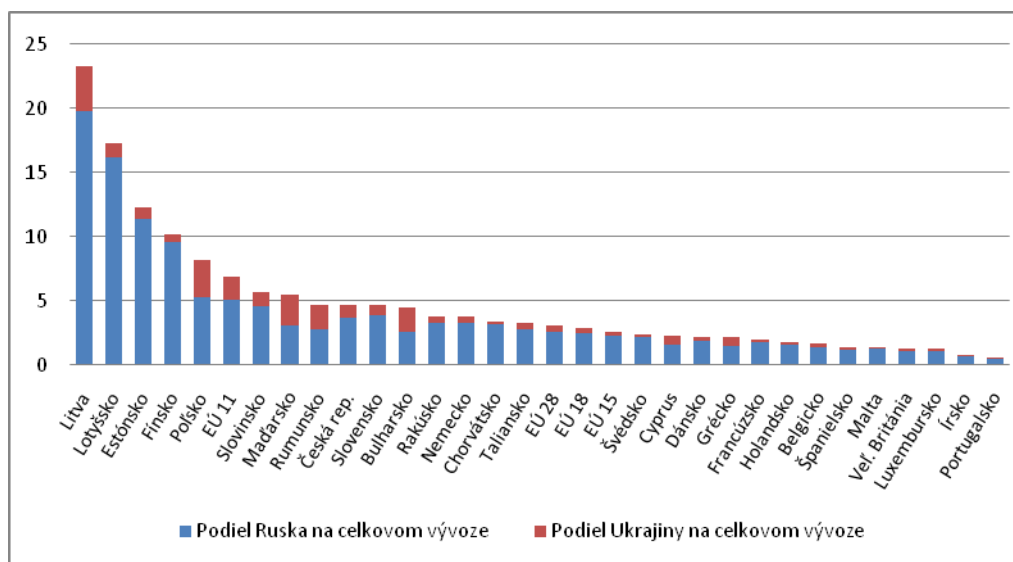
Zdroj: spracované autormi na základe údajov Eurostat

¹⁴ Z angl. Global Value Chains (poznámka autorov).

Jeho podiel v exporte krajín EÚ11 sa v posledných dekádach kontinuálne zvyšoval a oveľa rýchlejšie ako v prípade EÚ15. Kým v roku 2000 predstavoval necelé 2 %, do roku 2013 sa tento podiel viac ako zdvojnásobil, keď predstavoval 5,1 %. Ide pritom o viac ako dvojnásobné hodnoty ako v prípade krajín EÚ15. Sled udalostí v priebehu roku 2014 predovšetkým v dôsledku konfliktu na Ukrajine mal za následok, že sa znížil na 4,4 % v prípade EÚ11 a na 1,9 % v prípade EÚ15. Stále pritom ide o viac ako dvojnásobnú hodnotu. Z uvedeného vyplýva, že z hľadiska podielov na celkovom exporte sú krajiny EÚ11 viac exponované zhoršovaniu vzťahov s Ruskom ako krajiny EÚ15.

Relatívne silné väzby medzi EÚ11 a Ruskom sú dôsledkom už spomenutého rozvoja GVCs, ale, samozrejme, aj geografickej blízkosti, ako aj spoločnej histórie a prirodzených obchodných väzieb východoeurópskych spoločností na ruských dodávateľov a odberateľov z minulosti. Tie sú dôvodom, prečo sú napr. pobaltské štáty stále úzko späté s ostatnými krajinami bývalého Sovietskeho zväzu, no predovšetkým s Ruskom. Podiel Ruska a Ukrajiny na ich vývoze sa pohyboval od 12,2 % v Estónsku až po 24,3 % v Litve (graf 3). Z neho až 90 % však smerovalo na ruský trh. Ukrajina teda pre ne predstavuje oveľa menej dôležitý trh. V iných krajinách EÚ11 bol vývoz do Ruska a na Ukrajinu relatívne menší. Relatívne najmenší bol v Bulharsku, v Chorvátsku, Českej republike, Rumunsku a Slovensku. V uvedených krajinách ich podiel nepresiahol ani 5 % ich celkového vývozu. Z krajín EÚ15 dosahujú najväčší podiel na celkovom exporte vo Fínsku a to až viac ako 10 % (graf 3). Ďalej to boli Rakúsko a Nemecko takmer so 4 %.¹⁵ Naopak, najmenší podiel, menej ako 1 % dosahujú na celkovom exporte Írsko a Portugalsko.

Graf 3 Podiel Ruska a Ukrajiny na celkovom exporte tovarov členských krajín EÚ (2013, v %)



Zdroj: spracované autormi na základe údajov Eurostat

¹⁵ Vlastný prepočet podľa údajov Eurostatu.

Na základe uvedeného možno predpokladať, že aj sankcie voči EÚ sa budú primárne týkať krajín EÚ11. Retorzné opatrenia zo strany Ruska sú zamerané predovšetkým na zamedzenie dovozu potravín. V auguste 2014 prijalo jednoročný zákaz dovozu na potravinárske produkty z EÚ, USA, Kanady, Austrálie a Nórska. Neskôr toto embargo rozšírilo o dovoz potravín z Ukrajiny, Moldavska, Čiernej Hory a čiastočne i Bieloruska z dôvodu podozrenia na reexport potravín z EÚ. Aktuálne plánuje rozšíriť tento zoznam o Albánsko. Vplyv tohto kroku pre krajiny EÚ11 je diferencovaný. Podiel vývozu potravín do Ruska na celkovom exporte tovarov je najvýraznejší v prípade Litvy. V roku 2013 predstavoval takmer 12 %. Ďalšími v poradí sú Lotyšsko (2,5 %), Maďarsko (2 %), Estónsko (1,9 %), Bulharsko (0,2 %). V prípade ostatných krajín tento podiel nepresiahol (0,1 %).¹⁶ Z analýzy dát možno potvrdiť, že čo sa týka dynamiky vývozu potravín z EÚ11 do Ruska, tá začala spomaľovať oveľa skôr ako v čase vzniku krízy na Ukrajine (graf 4). Medziročné tempo rastu vývozu potravín EÚ11 do Ruska klesalo od roku 2010, keď vzrástlo medziročne o 40,3 % až do roku 2013 kedy dosiahlo len 10,7 %. V roku 2014 ich vývoz do tohto teritória zaznamenal medziročný pokles o 22,6 %.¹⁷

Ako potvrdzuje ďalší prehľad, ruským dovozným embargoom ovplyvnené produktové skupiny sa týkajú predovšetkým európskych exportérov:

Tab. 1 Podiel ruského importu z vybraných krajín v embargoovaných odvetviach (za rok 2013)

	Sankcionované tovary – podiel v %					
	Hovädzie mäso	Bravčové mäso	Hydina	Ryby a morské plody	Mlieko a mliečne výrobky	Zelenina
Austrália	4,1	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0
Kanada	0,0	11,1	0,0	4,1	0,0	0,1
EÚ	4,6	58,9	10,6	7,5	37,4	31,9
Nórsko	0,0	0,0	0,0	39,0	0,1	0,0
USA	0,0	0,9	37,7	2,6	0,0	0,3
Podiel embargoovaného tovaru na celkovom importe	8,7	70,9	48,3	53,2	38,4	32,3

Zdroj: S. Kraatz (2014), s. 4

Hodnota ruského embarga na dovoz poľnohospodárskych produktov z EÚ je v roku 2014 kvantifikovaná v objeme 5,2 mld. € (vychádzajúc z údajov za rok 2013; ruský trh je po americkom druhou najdôležitejšou destináciou európskych agroexportérov). Najhoršie vplyvy z hľadiska absolútnych dosahov predstavujú mliečne výrobky, ovocie a mäso spolu s mäsovými výrobkami.

¹⁶ Vlastný prepočet podľa údajov Eurostatu.

¹⁷ Vlastný prepočet podľa údajov Eurostatu.

Tab. 2 Export krajín EÚ11 patriaci pod zákaz dovozu do RF (2013)

	Hodnota ex- portu v mil. €	Podiel na cel- kovom exporte tovaru v %	Podiel na HDP v %
Litva	910	3,7	2,6
Poľsko	832	0,5	0,2
Estónsko	72	0,6	0,4
Lotyšsko	67	0,6	0,3
Slovenská republika	<15	0	0
Česká republika	<15	0	0
Maďarsko	<15	0	0
Bulharsko	<15	0	0
Rumunsko	<15	0	0
Slovinsko	<15	0	0
Chorvátsko	<15	0	0

Zdroj: spracované autormi na základe analýzy Bank of Finland (2014)

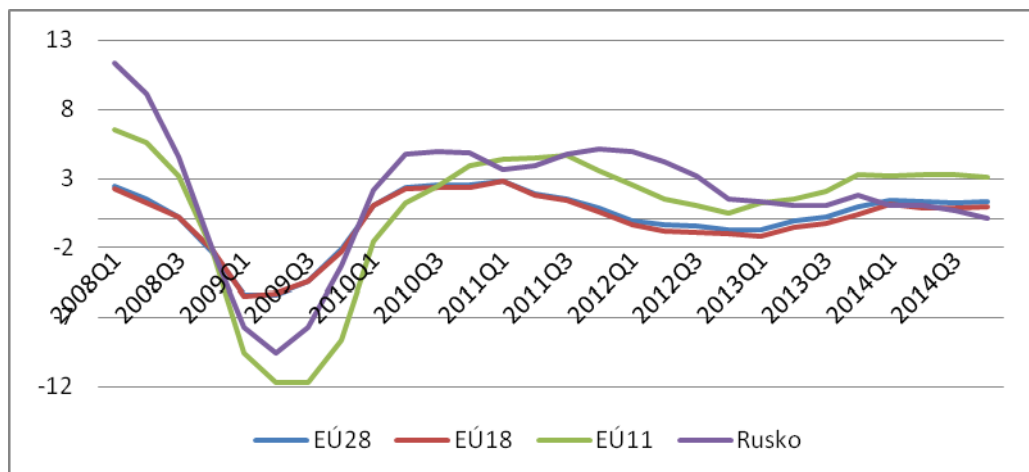
Analýza pre Európsky parlament od S. Kraatz (2014) identifikuje ekonomiky najviac postihnuté ruským embargom na dovoz agroproduktov v roku 2014 na základe údajov z predchádzajúceho roku 2013: Litva (927 mil. €), Poľsko (841 mil. €), Nemecko (595 mil. €), Holandsko (528 mil. €). Rovnaká analýza uvádza aj konkrétne tovarové skupiny krajín EÚ11, ktoré budú najviac postihnuté: Litva (citlivé produkty v exporte do Ruskej federácie predstavujú najmä ovocie, zeleninu a mliečne produkty), Lotyšsko (ovocie, zelenina a mliečne produkty), Poľsko (ovocie a zelenina), Estónsko (mliečne produkty). Obzvlášť negatívne dosahy ruského embarga možno preto očakávať najmä v pobaltských krajinách a Poľsku. Napriek uvedenému, masívne negatívne vplyvy nemožno potvrdiť. Dôvodom je najmä fakt, že podiel poľnohospodárstva na tvorbe HDP je v prípade krajín EÚ veľmi nízky (1,7 % v roku 2012). Na základe nízkych podielov exportu v zasiahnutých odvetviach na národnej úrovni, možno očakávať negatívne regionálne dosahy, príp. aj negatívne vplyvy na konkrétne spoločnosti na intenzívnejšej úrovni.

Vplyvy na vývoj HDP

Hospodárske oživenie krajín strednej a východnej Európy (EÚ11) pokračovalo aj v roku 2014 (graf 4). Podľa predbežných štatistík medziročný rast HDP krajín EÚ11 dosiahol v priemere 3,1 %. Oproti roku 2013, keď dosiahol priemerne 1,6 % ide o výrazné zrýchlenie. Medzi najrýchlejšie rastúce ekonomiky EÚ11 patrili Maďarsko a Poľsko (tabuľka 3). Za týmto rastom stálo predovšetkým oživenie domáceho dopytu takmer vo všetkých krajinách v rámci skupiny. Súkromná spotreba rástla najrýchlejšie od polovice roku 2011, čo bolo dôsledkom zlepšujúcej sa situácie na trhu práce (pokles nezamestnanosti, rast zamestnanosti), ako aj rastu reálnych disponibilných príjmov v dô-

sledku historicky nízkej miery inflácie.¹⁸ V niektorých krajinách k rastu domáceho dopytu prispievali takisto súkromné investície, a to najmä v Poľsku, na Slovensku a v Maďarsku. Na druhej strane vonkajší dopyt, ktorý dlhodobo predstavoval hlavný zdroj rastu ekonomík EÚ11, v priebehu minulého roka oslaboval. Hlavným dôvodom bolo zvyšovanie geopolitického rizika v dôsledku eskalácie konfliktu na Ukrajine a z toho vyplývajúce konzekvencie v podobe prijatých sankcií a zhoršenia vzťahov medzi EÚ a Ruskom.

Graf 4 Vývoj rastu HDP krajín Eurozóny (EÚ18), nových členských krajín EÚ (EÚ11) a Ruska (medziročné zmeny v%, sezónne očistené dáta*)



* Sezónne očistené štvrťročné dáta a upravené o pracovné dni, v prípade Slovenska ide len o sezónne očistené dáta.

** Predbežné údaje podľa aktualizovaného rýchleho odhadu Eurostatu pre 4. štvrťrok 2014 (13. 2. 2015)
Zdroj: spracované autormi na základe údajov Eurostat, OECD StatExtracts

Pre dynamiku vývoja HDP jednotlivých krajín v rámci EÚ11 vo 4. štvrťroku 2014 ako aj v predchádzajúcom období, je charakteristická značná miera diferenciácie (tabuľka 3). V 4. štvrťroku medziročne zrýchlila vo väčšine krajín EÚ11, okrem Lotyšska, Litvy, Bulharska, Rumunska a Maďarska. Práve posledná menovaná krajina dosiahla najvýraznejší rast spolu s Poľskom a Estónskom. Naopak, najpomalšie rástli Bulharsko, Česká republika a Chorvátsko, ktoré sa vymanilo z negatívnych čísel. Kumulatívne tak HDP krajín EÚ11 vo 4. štvrťroku 2014 vzrástol o 3 %. Jeho dynamika tak od 2. štvrťroku mierne spomaľovala, čo potvrdzuje aj vývoj dát zobrazujúcich relatívne zmeny HDP medzi jednotlivými štvrťrokmi, ktoré signalizujú spomaľovanie, resp. stagnáciu rastu HDP u väčšiny krajín EÚ11. Rastúci domáci dopyt a oslabovanie vonkajšieho dopytu malo za následok, že čistý export vo väčšine krajín EÚ11 k rastu HDP pozitívne prispieval len v 1. štvrťroku 2014. V ostatných štvrťrokoch minulého roka mal k jeho rastu negatívny príspevok. Pozitívne vplýval na HDP len v Chorvátsku, Estónsku a Slovinsku, naopak, najvýraznejšie negatívne v Poľsku a Maďarsku.

¹⁸ Vlastný prepočet podľa údajov Eurostatu.

Tab. 3 Vývoj vybraných ukazovateľov krajín EÚ11 (1Q 2014 – 4Q 2014)
(v %, sezónne očistené dáta*)

HDP	Zmena oproti predchádzajú- cemu štvrťroku				Zmena oproti rovnakému ob- dobiu predchádzajúceho roka			
	2014 Q1	2014 Q2	2014 Q3	2014 Q4**	2014 Q1	2014 Q2	2014 Q3	2014 Q4**
Bulharsko	0,1	0,3	0,4	0,3	1,5	1,8	1,5	1,2
Česká repub- lika	0,6	0,2	0,4	0,2	2,6	2,3	2,4	1,3
Estónsko	0,1	0,9	0,4	1,1	0,4	2,4	2,3	2,6
Chorvátsko	0,3	-0,2	0,2	0,0	-0,4	-1,0	-0,6	0,4
Litva	0,5	0,9	0,4	0,6	3,4	3,3	2,7	2,4
Lotyšsko	0,2	0,8	0,5	0,4	2,3	3,3	2,3	1,9
Maďarsko	1,0	0,9	0,5	0,9	3,6	3,8	3,3	3,4
Poľsko	1,0	0,6	0,8	0,6	3,5	3,3	3,3	3,1
Rumunsko	0,3	-0,4	2,2	0,5	4,0	2,0	3,2	2,5
Slovensko	0,6	0,6	0,6	0,6	2,3	2,4	2,5	2,4
Slovinsko	0,1	1,1	0,7	:	1,9	2,8	3,1	:
Export tova- rov a slu- žieb	2014 Q1	2014 Q2	2014 Q3	2014 Q4	2014 Q1	2014 Q2	2014 Q3	2014 Q4
Bulharsko	-2,2	2,2	-2,6	8,3	2,1	3,0	-2,8	5,4
Česká repub- lika	3,6	0,8	-0,6	3,5	11,6	9,1	7,2	7,4
Estónsko	2,0	2,5	0,9	0,5	-0,8	0,3	4,9	6,1
Chorvátsko	1,9	-0,2	0,4	1,9	11,7	8,4	4,0	4,1
Litva	-0,5	3,2	0,8	0,3	0,2	4,6	4,8	3,7
Lotyšsko	1,1	0,2	0,3	1,2	2,3	1,8	1,8	2,9
Maďarsko	2,3	3,1	1,2	2,4	8,3	9,3	7,9	9,3
Poľsko	1,7	0,9	1,6	2,4	7,1	5,4	4,7	6,8
Rumunsko	0,2	-1,3	4,7	-0,4	14,7	7,7	7,7	3,2
Slovensko	3,9	-2,8	-2,0	1,3	12,0	4,7	1,7	0,3
Slovinsko	0,1	1,5	3,3	2,0	3,7	5,0	6,8	7,1

* Sezónne očistené štvrťročné dáta a upravené o pracovné dni, v prípade HDP Rumunska ide len o sezónne očistené dáta, v prípade Exportu tovarov a služieb Slovenska ide takisto len o sezónne očistené dáta.

** Predbežné údaje podľa druhého rýchleho odhadu Eurostatu pre 4. štvrťrok 2014 (13. 2. 2014)

Zdroj: spracované autormi na základe údajov Eurostat

V súvislosti s vývojom zahraničného obchodu s tovarom v roku 2014, EÚ vyviezla do Ruska tovar v objeme 103,3 mld. € a doviezla tovary v objeme 181,8 mld. €. Export tovarov medziročne poklesol o 13,5 % a import tovarov poklesol o 12,1 %. Takmer 88 % z celkového objemu exportu tovarov tvorili tovary spracovateľského priemyslu, z nich predovšetkým stroje a prepravné zariadenia. Tie sa na celkovom exporte podieľali takmer 46 %. Rastová dynamika ich vývozu však spomalovala už od roku 2011. V roku 2013 sa export strojov a prepravných zariadení medziročne znížil o 7,6 % a v roku 2014 dokonca až o 16,1 %.¹⁹

¹⁹ Vlastný prepočet podľa údajov Eurostatu.

Záver

Vznik a priebeh súčasnej ukrajinskej krízy je pomerne komplikovanou záležitosťou v súčasných politických a medzinárodných hospodárskych vzťahoch. Ekonomické aspekty tejto krízy mimo Ukrajiny sú spojené predovšetkým so zavedením cielených sankcií zo strany EÚ, USA a iných rozvinutých trhov ekonomík voči Ruskej federácii a jej retorzných opatrení. Politicko-ekonomický tlak na ruskú vládu garnitúru však nezostáva nepovšimnutý a odvetné sankcie vplyvajú na jednotlivé protistrany diferencovane. V prípade Európskej únie sú dosahy koncentrované najmä na krajiny EÚ11, ktoré majú historické, geografické a ďalšie predpoklady na intenzívnejší obchod s Ruskou federáciou. Kvantifikovať konzekvencie na tieto krajiny v súčasnosti nie je jednoduché, keďže je komplikované odhadnúť ďalší priebeh ukrajinskej krízy, z toho vyplývajúcich sankcií, ako aj ich ukončenie.

Prvým zásadným faktorom je krátkodobý horizont implementácie opatrení, ktoré sú schopné niektoré spoločnosti flexibilne obchádzať administratívne alebo reexportom (potraviny, výrobky obranného priemyslu alebo tovary dvojakého použitia). V konečnom dôsledku však môžeme konštatovať, že krajiny EÚ11 sú oveľa náchylnejšie k negatívnym konzekvenciám sankcií ako krajiny EÚ15, obzvlášť pri agroproduktach, ktoré sú citlivejšie na prepravné náklady a z tohto dôvodu je aj hľadanie nových trhov pre exportérov z EÚ11 zložitejšie. V oblasti zahraničného obchodu s vojenským materiálom je „reorientácia“ armádnej výbavy z „východného“ typu na výrobky západoeurópskej alebo americkej proveniencie veľmi komplikovaná a v krátkodobom horizonte neriešiteľná. Upustenie od dovozu ruskej zbrojárskej techniky do EÚ11 by nemuselo byť krátkodobou pozitívnym krokom, navyše by si vyžadovalo rozpočet niekoľkých miliárd eur s primárnym dosahom na krajiny SVE.

Zásadným vplyvom sú obdobne straty exportných príležitostí európskych exportérov zapríčinené odvetnými sankciami Ruskej federácie. Autori potvrdzujú, že EÚ ako celok je aj na základe predložených analýz jednoznačne najzraniteľnejším subjektom zasiahnutým ruskými sankciami. Zároveň dochádza k zjavnej asymetrii v očakávaných výsledkoch a obetovaných nákladoch v porovnaní s inými štátmi, resp. integračnými zoskupeniami. Spomedzi krajín EÚ je obzvlášť zasiahnutou a zraniteľnou skupina krajín EÚ11. Zavedením ruských sankcií ako odpovede na predtým zavedené sankcie EÚ je strata exportných príležitostí firiem z týchto krajín vo výške približne 2 mld. €. Spomedzi týchto krajín sa negatívne dosahy straty exportných príležitostí týkajú najmä Litvy, Poľska, Estónska a Lotyšska. Už teoretické východiská príspevku poukazujú na závery viacerých štúdií, že uvalené sankcie prinášajú efekt v počiatočných obdobiach, bezprostredne po ich zavedení. Na základe doterajších výsledkov zahraničného obchodu a vplyvu sankcií voči RF je nutné konštatovať kľúčový záver – dosahy zatiaľ nemajú konkrétny efekt na zmenu postoja Ruskej federácie. Zároveň sú odvetné vplyvy ruských sankcií voči EÚ minimálne. Výsledky v oblasti vývoja zahraničného obchodu ani vývoj HDP nepreukazujú výrazne negatívny vplyv odvetných sankcií Ruskej federácie. Paralelne je však nutné zdôrazniť, že dodávatelia z určitých odvetví (export agroproduktov) pociťujú sankcie intenzívnejšie a môžu znamenať aj zanikanie časti podnikov výrazne orientovaných na trh RF. V strednodobom horizonte možno očakávať aj menej intenzívny, aj keď negatívny vplyv na zamestnanosť v týchto krajinách.

Uvalené sankcie Ruskej federácie na európskych exportéroch v spomenutých oblastiach sa môžu v dlhodobom horizonte prejavovať v prípade EÚ11 intenzívnejšie. Pred-

pokladom pre tento horší scenár je predovšetkým strata európskych spoločností plynúca z deinvestovania na ruskom trhu, reorientácie ruského dopytu na ázijských producentov a v neposlednom rade ohrozenie energetickej bezpečnosti najmä krajín SVE, ktoré vzhľadom na stav situácie a problémy platobnej disciplíny tranzitného štátu – Ukrajiny, nemožno vylúčiť. Tieto efekty však možno hodnotiť ako odvodené, nie priamo súvisiace s uvalenými sankciami.

Zoznam bibliografických odkazov

- Bolks, S. M., & Al-Sowayel, D. (2000). How Long Do Economic Sanctions Last? Examining the Sanctioning Process Through Duration. *Political Research Quarterly*, 53, 241-265. DOI: 10.1177/106591290005300202
- Caruso R. (2003). *The Impact of International Economic Sanctions on Trade. An empirical Analysis*. Milan: Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Dostupné na: <http://www.sfu.ca/~schmitt/sanctions.pdf>
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2007). *International Business: Environments and Operations*. Prentice Hall.
- Daoudi, M. S., & Dajani, M. S. (1984). *Economics Sanctions: Ideals and Experience*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Dashti-Gibson, J., Davis, P., & Radcliff, B. (1997). On the determinants of the success of economic sanctions: An empirical analysis. *American Journal of Political Science*, 41, 608-618. Dostupné na: http://web.stanford.edu/class/ips216/Readings/dashtigibsonetal_97.pdf
- Dehejia, R. H., & Wood, B. (1992). Economic sanctions and econometric policy evaluation: A cautionary note. *Journal of World Trade*, 26(1), 73-84.
- Drury, A. C. (1998). Revisiting 'Economic Sanctions Reconsidered'. *Journal of Peace Research*, 35, 497-509. DOI: 10.1177/0022343398035004006
- Elliott, K. A., & Hufbauer, G. C. (1999). Same Song, Same Refrain? Economic Sanctions in the 1990's. *The American Economic Review*, 89(2), 403-408.
- Eurasiareview. (2014). *Russia – European Union Sanctions Conflict Impact – Analysis*. Dostupné na <http://www.eurasiareview.com/29082014-russia-european-union-sanction-conflict-impact-analysis/>
- Eurostat. (2015). *Database*. Dostupné na <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- Hart, R. A. (2000). Democracy and the successful use of economic sanctions. *Political Research Quarterly*, 53, 267-284. Dostupné na: <http://prq.sagepub.com/content/53/2/267.abstract>
- Hufbauer, G. C., Schott, J. J., & Elliott, K. A. (1990). *Economic Sanctions Reconsidered: History and Current Policy*. Washington DC: Institute for International Economics.
- International Monetary Fund. (2015). *World Economic and Financial Surveys. World Economic Outlook Database*. Dostupné na <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/weodata/index.aspx>
- Jing, C., Kaempfer, W. H., & Lowenberg, A. D. (2003). Instrument choice and the effectiveness of international sanctions: A simultaneous equations approach. *Jour-*

- nal of Peace Research*, 40, 519–535. Dostupné na:
<http://jpr.sagepub.com/content/40/5/519.short>
- Kaempfer, W. H., & Lowenberg Anton, D. (2007) The Political Economy of Economic Sanctions *Handbook of Defense Economics*, 2, 867-911. Dostupné na
<http://michau.nazwa.pl/aska/uploads/Studenci/Caruso2003.pdf>
- Kraatz, S. (2014). *The Russian embargo: Impact on the Economic and Employment Situation in the EU*. Dostupné na
http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/536291/IPOL_BRI%282014%29536291_EN.pdf
- Lam, S. L. (1990). Economic sanctions and the success of foreign policy goals: A critical evaluation. *Japan and the World Economy*, 2(3), 239–248. DOI: 10.1016/0922-1425(90)90003-B
- Ministry of Finance, Finland. (2014). *The economic effects of the EU 's Russia sanctions and Russia 's counter sanctions*. Dostupné na
http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1058456/venaja_pakotteet_en.pdf/11184e4f-b00a-4474-9576-66c89d9e18ae
- Nooruddin, I. (2002). Modeling selection bias in studies of sanctions efficacy. *International Interactions*, 28(1), 59–75. DOI: 10.1080/03050620210394
- OECD. (2015). *StatExtracts*. Dostupné na <http://stats.oecd.org/>
- Pape, R. A. (1997). Why Economic Sanctions Do Not Work. *International Security*, 22(2), 90-136.
- State Statistics Service of Ukraine (2015). *Statistical information*. Dostupné na
<http://www.ukrstat.gov.ua/>
- van Bergeijk, P. A. G. (1994). *Economic Diplomacy, Trade and Commercial Policy: Positive and Negative Sanctions in a New World Order*. Aldershot: Edward Elgar.
- Wezeman, P. D., & Wezeman, S. T. (2014). *Trends in international arms transfers*. SIPRI Factsheet (Stockholm International Peace Research Institute). Dostupné na
http://books.sipri.org/product_info?c_product_id=495#

Fenomén Corporate IQ – teoretické vymedzenie a možnosti hodnotenia jeho efektívnosti v praxi¹

Otília Zorkóciová² – Lucia Vanková³

Phenomenon Corporate IQ – Theoretical Framework and Possibility of Evaluating its Effectiveness in Practice

Abstract

This contribution analyses the existing theoretical approaches to a so called smart business with an emphasis on basic terminology; identifies the basis of the Corporate IQ phenomenon, analyses the possibility of measuring and evaluating its results through the application of existing schemes and tests. The aim of the scientific article is to identify the Corporate IQ phenomena as one of the most effective approaches to strategic thinking and corporate governance leading to the increase of their performance while attempting to meet the growing needs and demands of the external as well as the internal public.

Key words

Corporate IQ, corporate brain, learning companies, business intelligence, corporate identity, corporate communications

JEL Classification: M31, M37

Úvod

V histórii ľudstva sa stretávame s osobnosťami, ktoré sú známe svojimi výraznými a neobyčajnými schopnosťami ako napríklad páni Einstein, Newton, Beethoven, da Vinci, Smith, Friedman, Krugman a mnohí iní. Na svete existuje množstvo ľudí s nadpriemernými schopnosťami a preto vzniklo niekoľko štúdií, ktoré analyzovali, v čom spočíva ich nevšednosť – genialita, či ide o schopnosti vrodené, alebo nadobudnuté. Danosť získať a súčasne aj úspešne uplatniť neobyčajné schopnosti nazývame inteligenciou. Inteligencia z psychologického hľadiska vyjadruje všeobecnú schopnosť, ktorá umožňuje, aby človek konal primerane cieľu, múdro, uvážlivo a efektívne narábal s prostredím, predstavuje schopnosť prispôbiť sa novej situácii (Nakonečný 2001). Okrem definície podstaty pojmu inteligencie bola identifikovaná aj forma merania inteligencie človeka, ktorá umožnila komparovať dané hodnoty a na základe získaných výsledkov vyvodzovať závery. Stern vo svojej psychologickej štúdii osobnosti zaviedol pojem IQ ako mieru inteligencie, podľa individuálneho a chronologického veku človeka.

¹ Predkladaný príspevok je súčasťou výskumného projektu VEGA 1/0550/14 – *Nové výzvy v oblasti európskej energetickej bezpečnosti a ich vplyv na konkurencieschopnosť EÚ v horizonte do roku 2020.*

² doc. Ing. Otília Zorkóciová, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: ozorkoci@hotmail.com

³ Ing. Lucia Vanková; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: lucia.vankova1@gmail.com

Podobným smerom sa vydal aj známy psychológ Boring, ktorý charakterizoval inteligenciu ako to, čo je merateľné pomocou intelligenčného testu (Nakonečný, 2001). Od tohto okamihu vzniklo mnoho štúdií, ktoré sa venovali pojmu inteligencia, metódam a spôsobom jej merania, vymedzeniu intelligenčných pásiem a iným odborným aspektom súvisiacimi s identifikáciou a vyhodnocovaním inteligencie človeka.

V dnešnej dobe interdisciplinariny až transdisciplinariny, keď pochopenie a vysvetlenie príčinných súvislostí si vyžaduje prepájanie dvoch a viacerých vedných disciplín, aj z hľadiska neustáleho rozvoja a implementácie nových poznatkov do všetkých sfér podnikania a predovšetkým vzhľadom na novú rozvíjajúcu sa filozofiu chápania každého podnikateľského subjektu ako živého organizmu⁴, sú aktuálne modifikované rôzne existujúce odborné štúdie ľudského organizmu na podmienky podnikateľského organizmu. Aktuálne sa Corporate Identity (firiem) chápe v zmysle Corporate Personality – „živý organizmus“ (Zorkóciová, 2007), pričom uvedená analógia je neustále odbornou verejnosťou dopĺňaná a zdokonaľovaná. K jednému z takýchto parametrov môžeme priradiť aj zadefinovanie a možnosti merania Corporate IQ (CIQ). Podobne ako pri intelligenčnom kvociente človeka, fenomén CIQ vymedzuje „schopnosti“ firiem – podnikateľských subjektov – správnym a efektívnym spôsobom reagovať na zmeny vnútorného a vonkajšieho prostredia, čo je pri dnešných hekticky meniacich sa podmienkach nevyhnutnosťou pre ich udržanie sa v nekompromisnom konkurenčnom trhovom prostredí.

1 Metodika práce

Cieľom vedeckej state je identifikácia fenoménu CIQ ako jedného z najnovších prístupov k efektívnemu strategickému mysleniu a riadeniu podnikateľských subjektov vedúcemu k zvyšovaniu ich výkonnosti pri rastúcom uspokojovaní nárokov a potrieb ako vonkajšej verejnosti (zákazníkov – spotrebiteľov, dodávateľov – odberateľov a ostatných, s nimi spolupracujúcich subjektov), tak aj vnútornej verejnosti (najmä samotných zamestnancov). Implementácia princípov budovania CIQ ako základných zručností a kompetencií úspešných a konkurencieschopných podnikateľských subjektov deklaruje najnovšie vývojové tendencie rozvoja inteligentného podnikania. Pochopenie a uplatnenie zásad inteligentného podnikania predstavuje nenahraditeľnú súčasť uplatňovania podnikateľskej stratégie na všetkých úrovniach manažmentu, ktorá umožňuje reagovať na nové výzvy v podnikovom procese inovácií.

Príspevok analyzuje súčasnú teoretickú rovinu rôznych prístupov k tzv. inteligentnému podnikaniu s dôrazom na základný pojmový aparát: CIQ, Corporate Instinct a Corporate Brain, takisto špecifikuje softvérovú základňu budovania inteligentných podnikateľských subjektov – Business Intelligence systém. Identifikuje samotnú podstatu fenoménu CIQ, analýzu možností jeho merania a vyhodnocovania výsledkov aplikáciou existujúcich schém a testov. Súčasne ponúka konfrontáciu analyzovaných teoretických východísk s ich možnou aplikáciou v konkrétnych podmienkach praxe.

⁴ Zorkóciová vychádza pri koncipovaní svojho prístupu k riadeniu firiem z predpokladu, že podnik sa skladá z dvoch subsystémov, a to technického ako neživého a sociálneho ako živého subsystému. Pri riadení technického sa využívajú známe a preverené metódy, pričom pri riadení sociálneho systému treba vychádzať zo systémov integrujúcich sa s okolím (Zorkóciová, 2007).

2 Výsledky a diskusia

Prístupy odbornej verejnosti zaoberajúcej sa fenoménom CIQ zdôrazňujú, že inteligentné podnikanie je aktuálnym a uprednostňovaným trendom v rámci medzinárodného podnikateľského prostredia a je prioritnou úlohou pre strategické riadenie podnikov. Podnikateľské subjekty sú nútené pod neustálym tlakom okolia hľadať nové, kreatívne a komplexné riešenia na zvyšovanie efektívnosti a úspešnosti svojich podnikateľských aktivít v rámci zostrujúceho sa konkurenčného prostredia a pretrvávajúcich vplyvov finančno-hospodárskej krízy.

2.1 Inteligencia podniku a Corporate IQ

Vychádzajúc z teórie CIQ inteligencia podniku predstavuje dominantnú firemnú silu, ktorá môže byť sprostredkovateľom zabezpečenia zvýšenia kvality a objemu predaja jej produktov a služieb a zároveň zárukou budúceho perspektívneho vývoja. Napomáha efektívnemu prepojeniu všetkých zainteresovaných strán s cieľom zhromažďovať dôležité informácie, analyzovať a vyhodnocovať najnovšie trendy a na základe nich efektívne modifikovať podnikateľskú stratégiu. Hlavnou funkciou CIQ je transformovať údaje a informácie do vedomostí, znalostí a zručností a potom ich pretaviť do inteligentných podnikateľských rozhodnutí s prívlastkom vyššej pridanej hodnoty v zmysle jasnejšej orientácie sa v konkurenčnom prostredí a flexibilnejšej reakcie a adaptácie na jeho meniace sa podmienky. Ak sa produkty, resp. služby zle predávajú, ak klesá záujem už aj u existujúcich zákazníkov, ak zamestnanci nie sú dostatočne motivovaní, ak obchodní partneri znižujú objemy vzájomnej obchodnej spolupráce, to všetko je znakom stagnujúcej, resp. až znižujúcej sa „inteligencie“ podniku, čo si žiada riadené zásahy a nápravné opatrenia.

Inteligentné podniky sa vyznačujú niekoľkými základnými vlastnosťami (voľne podľa Underwood, 2004):

- flexibilná firemná kultúra – prispôsobivá, otvorená objektívnej kritike;
- pravidelné a kontinuálne vzdelávanie zamestnancov na všetkých úrovniach podnikania (ako samovzdelávanie, tak aj firmou regulované vzdelávanie);
- pravidelná kontrola a hodnotenie výkonu jednotlivých zamestnancov (ako manažérov, tak aj ostatných zamestnancov);
- plynulý a flexibilný informačný systém, aktualizovaný vzhľadom na najnovší dostupný technologický vývoj;
- motivujúce systémy odmeňovania a zamestnaneckého servisu, posilňovanie zamestnaneckého tímu, pracovnej morálky,...
- otvorený a inovatívny prístup vo všetkých podnikateľských procesoch uplatňovaním najnovších foriem manažmentu, rozhodovania, výroby...

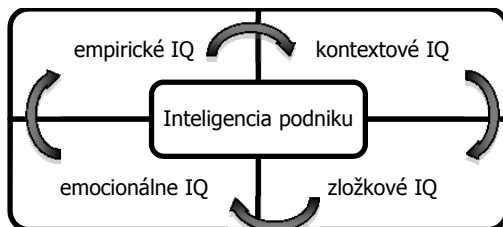
Vypäté skracovanie životných cyklov produktov a turbulentné zmeny prostredia podmieňujú rozvoj inteligentného podnikania, ktoré vyžaduje vizionárske vedenie, odhodlaných zamestnancov, zvyšovanie záujmu zákazníkov a podporu akcionárov. Aby dokázali držať krok s aktuálnymi trendmi, musia podnikateľské subjekty pristupovať k svojmu vzdelávaniu a budovaniu inteligentných podnikateľských subjektov ako ku kontinuálnemu a nepretržitému procesu, ktorý je kľúčom k ich úspechu.

Proces postupného učenia sa organizácií ako súčasti CIQ, teda rozvoja inteligentných podnikateľských subjektov, možno rozdeliť do niekoľkých úrovní, podľa ktorých sa dá CIQ takto kvantifikovať (voľne podľa Weijermars, 2011):

- uvedomenie si potreby aplikácie CIQ – CIQ nad 25;
- základné pochopenie a implementácia základných princípov CIQ – CIQ nad 50;
- učenie sa – nadobúdanie znalostí a spätná väzba – CIQ nad 75;
- praktická aplikácia – na základe nadobudnutia znalostí ich aplikácia v praxi – postupné nadobúdanie zručností, tréningy – CIQ nad 100 ;
- preverovanie a kontrola, zisťovanie dosahovanej úrovne, testy, skúšky... - CIQ nad 120;
- fáza geniality – CIQ 140.

Weijermars, jeden z autorov, ktorý sa bližšie venoval fenoménu CIQ, charakterizoval tzv. 4 vývojové etapy CIQ prepojené pri učiacej sa organizácii so 4 fázami životného cyklu jej vzdelávania, resp. so 4 fázami optimalizácie jej vedomostného kapitálu, ktoré sa navzájom prekrývajú a dopĺňajú. Autor tým deklaruje spôsob, ktorým sa podnikateľský subjekt inteligentne posúva po znalostnej krivke. Zároveň však upozorňuje na skutočnosť, že ak podnikateľský subjekt zvládne prvú etapu, to neznamená, že jej už nemusí venovať pozornosť. Je to nepretržitý proces učenia sa na všetkých úrovniach, neustáleho uvedomovania si tak nedostatkov ako svojich dominánt, práca so všetkými pôvodnými aj nadobudnutými informáciami a súčasne poučenie sa z minulých chýb a omylov (voľne podľa Weijermars, 2011). Vývojové etapy CIQ prezentuje graf 1.

Graf 1 Vývojové etapy Corporate IQ

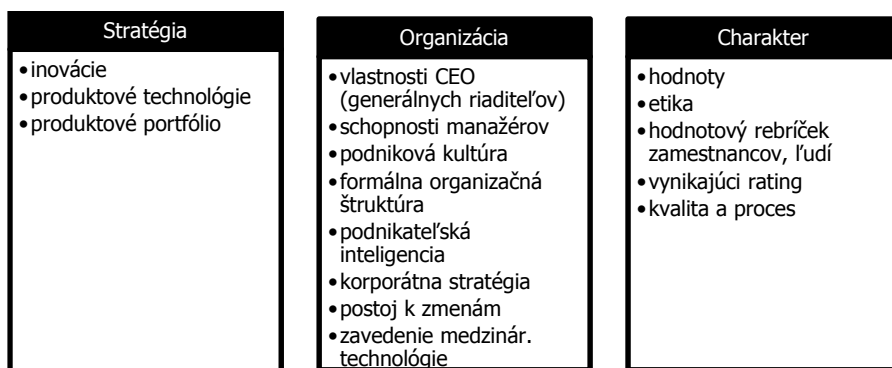


Zdroj: spracované autorkami podľa Weijermars, R. (2011). *Building Corporate IQ: Moving the Energy Business from Smart to Genius*. London: Springer, s. 17.

Empirické IQ je počiatočná vývojová fáza CIQ, v rámci ktorej dochádza k zhromažďovaniu informácií, učeniu sa podnikateľského subjektu, nadobúdaniu základných vedomostí, zabezpečeniu výmeny informácií a zriadeniu manažmentu vedomostí. V rámci kontextového IQ sa spoločnosť už na základe nadobudnutých vedomostí počas empirickej fázy CIQ pokúša stanoviť si ciele, kritériá a podmienky, nastaviť si jasné pravidlá riadenia, zvoliť topmanažment, budovať pracovné tímy, riešiť otázky kultúrnych šokov, otvoriť sa inováciám a byť stále kreatívnou. Tretou fázou je zložkové IQ, ktorého hlavnou úlohou je na základe stanovených cieľov kreovať vhodnú podnikateľskú stratégiu, urobiť finálne rozhodnutia, prispôsobiť produktové portfólio podmienkam na trhu a požiadavkám zákazníkov. Poslednou fázou je emocionálne IQ, ktoré zahŕňa úlohy tvorby príjemnej atmosféry, inteligentnej komunikácie, (internej aj externej), za podmienok jasnej a zrozumiteľnej interpretácie svojho posolstva na cieľové subjekty vonkajšieho aj vnútorného prostredia firmy.

Underwood (2014) vníma CIQ ako kvantitatívnu metódu merania pripravenosti podnikateľského subjektu na vnútornú prevádzku a takisto aj mieru jeho pripravenosti reagovať na výzvy z externého prostredia. Podľa jeho názoru CIQ v praxi dáva odpoveď na otázku, ako dokáže firma súťažiť a obstáť v konkrétnom konkurenčnom segmente. Úroveň CIQ sa dá určiť na základe výpočtu, ktorý zohľadňuje 3 fundamentálne oblasti identifikovateľné v rámci každého podnikateľského subjektu, k nim patrí stratégia, organizácia a charakter (Underwood, 2014).

Graf 2 Komponenty Corporate IQ



Zdroj: spracované autorkami podľa Underwood, J. (2004). *What's Your Corporate IQ? How the Smartest Companies Learn, Transform, Lead*. USA: Dearborn Trade Publishing, s. 9.

Pojem stratégia je v marketingovom ponímaní známy, no v kontexte chápania CIQ sa stratégia spája aj s významom tzv. firemnej agresivity, resp. schopnosti presadiť sa. Organizácia firmy sa chápe ako jej schopnosť adaptovať sa na prebiehajúce zmeny interného, ako aj externého prostredia. Charakter firmy v sebe ukrýva prvky ako etika, firemné hodnoty, ale aj hodnoty samotných zamestnancov, je jedinou oblasťou, kde možno vychádzať z osvedčených postupov a metód, čím vzniká logické prepojenie tohto komponentu CIQ s pojmom udržateľnosť. Pokiaľ ide o firemnú stratégiu, jej marketingové aktivity a zavádzanie inovácií, v tejto sfére sa oveľa menšou mierou využívajú tzv. osvedčené postupy. Naopak, spájajú sa s kreativitou a inovatívnymi, často na svoju dobu odvážnymi konceptmi, pretože práve tie sú úspešnejšie, sofistikovanejšie, efektívnejšie a konkurencieschopnejšie. Takisto to platí aj vo sfére organizácie firmy. Správna kombinácia všetkých troch súčastí CIQ poukazuje na schopnosť firmy byť konkurencieschopnou v rámci modifikácií medzinárodného podnikateľského prostredia rovnako aj na schopnosť čeliť jeho hrozbám a schopnosť premieňať existujúce hrozby na príležitosti a konkurenčné výhody (voľne podľa Underwood, 2014).

Existuje niekoľko spôsobov identifikácie a kvantifikácie „inteligencie firiem“ prostredníctvom CIQ (intelligenčného kvocienta podnikateľských subjektov). Problematikou a rôznymi názorovými prístupmi k meraniu „inteligencie firiem“ sa zaoberáme v samostatnej časti tohto príspevku.

2.2 Corporate Instinct a Corporate Brain

Je opodstatnené položiť si otázkou, prečo niektoré spoločnosti dokážu flexibilne a správne reagovať na prebiehajúce zmeny prostredia, zatiaľ čo ostatné týmito vlastnosťami nedisponujú. V súčasnom nekompromisnom konkurenčnom prostredí získava inovatívnu, výnimočnú konkurenčnú výhodu ten subjekt, ktorý dokáže včas identifikovať tieto zmeny, prispôbiť sa im, resp. využiť ich vo svoj prospech. V týchto súvislostiach niektorí autori spolu s pojmom CIQ definujú aj tzv. pojem „Corporate Instinct” (inštinkt podnikateľského subjektu), ktorý predstavuje kolektívny „šiesty zmysel” podnikateľského subjektu, bližšie špecifikuje jeho schopnosť okamžite reagovať na trhové príležitosti, na požiadavky zákazníkov a podmienky hospodárskej súťaže (Thierauf, 1999). Definícia Corporate Instinct vychádza zo základnej premisy, že práve informácie a znalosti sú fundamentálnym bohatstvom každého podnikateľského subjektu, sú základnými komponentmi intelektuálneho kapitálu a v dnešných podmienkach prehlbovania vzájomnej závislosti a zintenzívňovania medzifirmných vzťahov sa práve znalostný kapitál stáva najväčším aktívom akejkoľvek organizácie. Tento trend je ovplyvnený a podporovaný neustálym a rýchlym rozvojom informačno-komunikačných technológií (IKT), ktoré si vyžadujú flexibilitnú adaptáciu všetkých firemných procesov a postupov riadenia, čím vzniká univerzálny základ pre budovanie Corporate Instinct, teda schopnosti firiem využiť svoje intelektuálne zdroje a znalosti na správne reakcie na meniace sa podmienky prostredia a to nepretržite v čase a priestore. Princípy Corporate Instinct sa rozvíjajú aj v rámci interného firemného prostredia, smerom dovnútra podnikateľského subjektu a jeho „inteligentného” riadenia, reagujúc tak na zmeny prebiehajúce v interných záležitostiach. Jedným zo základných komponentov interného prostredia je riadenie firemnej kultúry, jej adaptácia na meniace sa podnikové a životné cykly a správna interpretácia zmien zaužívaných postupov všetkým zamestnancom, ktorých sa tieto zmeny dotýkajú. Patrí sem aj detailne prepracovaný interný komunikačný systém v rámci jednotlivých foriem vnútorných organizačných štruktúr a následne integrovaný komunikačný systém naprieč týmito štruktúrami, ten by mal zabezpečovať maximálnu informovanosť v rámci celej spoločnosti, akýsi interaktívny dialóg medzi zamestnancami a existujúcimi znalosťami nadobudnutými v minulosti s cieľom poučiť sa zo situácií, ktoré sa už stali za reálnych podmienok, aké úspešné bolo ich zvládnutie a aké správne riešenia boli prijaté. Tento profil plynulého odovzdávania všetkých pôvodných či nadobudnutých znalostí počas existencie firmy je východiskovým bodom, ktorý sa mení a aktualizuje každým dňom, vytvára znalostné pracovné prostredie, ktoré sa pomocou zdokonaľovania IKT zaznamenáva aj elektronicky. Tým vzniká tzv. virtuálny vedomostný reťazec, ktorého súčasťou je každý zamestnanec firmy, čo zvyšuje intelligenčný kvocient každého zamestnanca a tým aj celého podnikateľského subjektu. Ak chápeme podnikateľský subjekt v analógii so živým organizmom – človekom, potom zmeny správania, konania podnikateľského subjektu, resp. jeho neúspechy zlyhania môžeme prirovnáť k jeho chorobe, tak ako prostredie môže negatívne pôsobiť na orgány a bunky ľudského tela, pričom už zostáva len otázkou, či sa tieto „napadnuté” bunky dokážu obnoviť sami resp. potrebujú k tomu umelé zásahy (Zorkóciová, 2007). Často postačí pre proces firemnej obnovy jednoduchý a plynulý prenos informácií celou spoločnosťou, pretože len vysoko a kvalitne informačne prepojené spoločnosti sa v dnešných podmienkach dokážu adaptovať na prebiehajúce zmeny, promptne sa rozhodovať a svoje rozhodnutia aj rýchlo realizovať v praxi. Napriek všetkému považujeme za dôležité zdôrazniť hlbší význam správneho manažovania in-

formačných tokov, pretože skutočnosť, že spoločnosť disponuje množstvom informácií a znalostí, ešte nepredikuje jej úspech. Mať tieto znalosti a vedomosti ešte neznamená disponovať schopnosťou Corporate Instinct, uplatňovať Corporate Instinct znamená vedieť ich aj správne riadiť a využívať. Princípy Corporate Instinct možno zobrazit' aj graficky prostredníctvom matice štyroch pretínajúcich sa kvadrantov (graf 3), ktoré predstavujú schopnosť organizácie v najväčšej možnej miere rozvíjať internú aj externú informovanosť a schopnosť reagovať a adaptovať sa. Horizontálne osi identifikujú interné a externé prostredie, osi vertikálne: povedomie a schopnosť reakcií na zmeny. V každom kvadrante matice sú uvedené konkrétne nástroje, metódy a vlastnosti, ktoré bránia alebo podporujú rozvoju a uplatňovania Corporate Instinct v organizáciách (Thierauf, 1999).

Graf 3 Matica uplatňovania Corporate Instinct

	Interné prostredie	Externé prostredie
Povedomie	TÍM Interné povedomie (vedieť identifikovať svoje silné a slabé stránky a to v rámci štruktúrnych, ale aj funkčných hraníc podniku)	PARTNERI Externé povedomie (neustále hľadanie súvislostí a prepojení medzi trhom a jeho inovačnou schopnosťou, partnerstvo s reálnymi aj potenciálnymi partnermi – zákazníkmi)
Schopnosť reagovať	HRA Schopnosť reagovať v internom prostredí (schopnosť okamžite a flexibilne reagovať na zmeny a podnety vyplývajúce z interných zdrojov a rovnako tak z vonkajších zdrojov, resp. ponúkajúce sa trhové príležitosti)	CIEĽOVÝ IMIDŽ Schopnosť reagovať v externom prostredí (schopnosť reagovať na podnety trhu, obsadiť ho, reakcie smerom von, percepčná schopnosť)

Zdroj: spracované autorkami podľa Thierauf, R. J. (1999). *Knowledge Management Systems for Business*. Westport: Post Road West.

Kvadrant interné povedomie je predovšetkým o schopnosti spoločnosti porozumieť sebe samej. Nie je podstatné iba to, čo spoločnosť vlastní, teda akými informáciami, znalosťami disponuje, aké sú jej silné a slabé stránky, ale ako s nimi dokáže pracovať, akým spôsobom dokáže zabezpečiť plynulý tok informácií v rámci organizácie, či a ako využíva intranet, aká je jej citlivosť na zmeny s ňou súvisiace. Vysoké interné povedomie dosahujú tzv. inštinktívne spoločnosti, ktoré majú vhodne nastavený informačný systém prostredníctvom už spomínaného virtuálneho vedomostného reťazca a dokážu rýchlo a včasne modifikovať existujúce princípy riadenia pod vplyvom zmien sa podmienok vnútorného prostredia a nových podnetov.

Externé povedomie predstavuje schopnosť podnikateľského subjektu budovať svoju pozíciu v konkrétnom konkurenčnom prostredí. Kvadrant matice externé pove-

domie zahŕňa vnímanie firemných procesov, ako aj produktov zákazníkmi, dodávateľmi a konkurentmi. Jeho dôležitou súčasťou je budovanie dlhodobých vzťahov so zákazníkmi a s ostatnými partnermi, budovanie vzťahov založených na lojalite a vytváraní partnerstiev. Správnou kombináciou aplikácie zložiek interného a externého povedomia sa môžu firmám otvárať príležitosti na nových trhoch, zlepšovať sa konkurenčná pozícia v zmysle byť úspešnejším a efektívnejšie využívať existujúce zdroje s cieľom profitovania.

Schopnosť reagovať v internom prostredí je kvadrant, ktorý poukazuje na schopnosť firiem transformovať zmeny vyplývajúce z interných či externých podmienok na rozhodnutia a tie potom zmeniť na príležitosti. To, že si je firma vedomá svojich silných a slabých stránok, jej ešte nezabezpečí úspešnosť. Mnoho spoločností napriek tomu, že si uvedomujú svoje klady aj zápory, nedokážu adekvátne a včas reagovať na zmeny a požiadavky zainteresovaných strán interného aj externého prostredia. Ide najmä o reakciu smerom dovnútra organizácie, vnútrofiremných procesov, manažmentu, pracovných postupov, motivácie a odmeňovania zamestnancov, ale aj celkovej vnútrofiremnej atmosféry, s ktorou súvisia aj formy a spôsoby internej komunikácie, ale aj široká škála prvkov a vzťahov v rámci budovania optimálnej firemnej kultúry.

Ak si aj spoločnosť uvedomí svoje silné a slabé stránky, dokáže ich správne a efektívne využívať vo svoj prospech, ešte stále to nemusí znamenať, že bude úspešnejšia ako jej konkurenti, že dokáže svoje úspechy správne transformovať voči vonkajšiemu prostrediu – smerom k svojim zákazníkom. Úspech a profitabilitu firmy determinuje najmä schopnosť predat' svoje produkty a služby na trhu, zabezpečiť adaptáciu podnikateľskej stratégie na neustále turbulentné zmeny prostredia, zmeny požiadaviek vonkajšej verejnosti a tým dostať do povedomia zákazníkov pozitívne informácie o svojich produktoch a službách. Podstatou tohto procesu je transformovať svoje silné stránky do produktov a služieb, tie efektívne prezentovať svojim zákazníkom a zabezpečiť si tak stálu a silnú konkurenčnú pozíciu. Ďalej budovať pozitívne a dlhodobé vzťahy so všetkými zložkami externého firemného prostredia, súčasne zlepšovať svoj Corporate Image pomocou „inteligentne“ nastavenej stratégie CIQ vychádzajúcej zo základných cieľov spoločnosti na rôznych úrovniach.

Pre každý kvadrant matice sú špecifikované iné vlastnosti, postupy a technológie, zručnosti a metódy, ktoré pomáhajú zlepšovať uplatňovanie Corporate Instinct. Matica môže slúžiť nielen na posúdenie jeho aktuálneho stavu, resp. na objavovanie spôsobov na jeho zlepšenie, ale súčasne aj na identifikáciu príčin nesprávnych rozhodnutí.

V odbornej verejnosti neustále prebiehajú diskusie medzi stúpecami, ako aj odporcami prístupov stotožňujúcich firemný organizmus s organizmom ľudskeho jedinca. Je však realitou, že vývoj ekonomickej teórie a aj jej neustále hlbšieho a širšieho prepojenia s ostatnými vednými disciplínami, v rámci prehĺbujúcich sa interdisciplinárnych prístupov pri riešení mnohých ekonomických, resp. hospodárskych problémov, dáva týmto postojom za pravdu. Potvrdzuje to aj rozvoj ekonomickej teórie vo sfére marketingu, resp. medzinárodného marketingu, ktorá v sebe dnes zahŕňa aj psychológiu, sociológiu, antropológiu či neurológiu (neuromarketing) rozšírenej o teórie Corporate Identity a ich aplikácie v praxi, ktoré už priamo vychádzajú z analógie organizmu ľudskeho jedinca s firemným organizmom – Corporate Personality (Zorkóciová, 2007).

Zdokonaľovanie teórie Corporate Identity ako sféry definovania a možností hodnotenia CIQ v súvislostiach ozrejmenia významu Corporate Instinct zahŕňa aj identifi-

káciu tzv. „myslenia“ podnikateľských subjektov, na čo ľudský jedinec využíva schopnosti svojho mozgu, v analógii tohto prístupu ekonomická teória identifikuje pojem „Corporate Brain.“

Jednou z najdôležitejších otázok súvisiacich s predikciou dlhodobého „zdravého“ vývoja každého podnikateľského subjektu v súčasných podmienkach prehlbujúcej sa globalizácie, konkurenčného boja o pozície na trhu, ale aj závratným tempom sa rozvíjajúcich technológií patrí: Akým spôsobom podnikateľský subjekt zvláda neustálu potrebu učenia sa ako učiaca sa organizácia a tým aj využíva a rozvíja schopnosti myslenia – Corporate Brain? V nadväznosti na danú problematiku sa rozvíja teória intelektuálneho kapitálu firiem, spracovaná už v roku 1997 Stewartom. Intelektuálny kapitál zahŕňa celú škálu znalostí – vedomostí, dát, informácií, zručností ako súčasť celkového kapitálu každého subjektu. Teória identifikuje dve hlavné úrovne intelektuálneho kapitálu: tzv. explicitný a implicitný intelektuálny kapitál. Explicitný intelektuálny kapitál, v rámci psychologickkej terminológie, v nadväznosti na inteligenciu ľudských jedincov, znamená tzv. nadobudnuté znalosti, zručnosti a vedomosti – získanú, nadobudnutú inteligenciu – je identifikovateľný aj kvantifikovateľný, je priamo prepojený s technologickým vývojom. Implicitný – skrytý intelektuálny kapitál v rámci psychologickkej terminológie, v nadväznosti na inteligenciu ľudských jedincov znamená tzv. vrodenuú inteligenciu, kapitál uložený hlboko v mysli každého človeka a prejavuje sa prostredníctvom realizácie jeho nápadov a prijímaním rozhodnutí, resp. pramení vo vlastných zdrojoch podniku (metódy a techniky výrobných a iných podnikových procesov, vlastníctvo strategických aktív, disponovanie strategickými zdrojmi a pod.). Keďže každý človek je nositeľom oboch rovín intelektuálnych schopností, disponuje nimi aj v pozícii zamestnanca. Intelektuálne schopnosti podnikateľského subjektu (Corporate Brain) tak tvorí z jednej časti množina intelektuálnych schopností jeho všetkých zamestnancov, ich intelektuálny rozvoj je tým kontinuálne napojený na intelektuálny vývoj firmy a z časti druhej, hmotný intelektuálny kapitál – technológie, inovácie, podpora výskumu a vývoja (voľne podľa Hesket, 2002).

Ako sme už spomenuli, implicitný ľudský (firemný) intelektuálny kapitál je takisto označovaný ako skrytý, preto sú v snahe identifikovať ho a efektívne využívať jeho potenciál vo firmách (potenciál vrodenných, pôvodných intelektuálnych schopností ich zamestnancov) aplikované rôzne formy motivácie a širokej škály samovzdelávania či firemného vzdelávania. Aktivovanie a využívanie potenciálu tzv. tichého – vrodenného, pôvodného intelektuálneho kapitálu svojich zamestnancov je však oveľa zložitejšie a často komplikovanejšie a aj ťažšie merateľnejšie ako pri tzv. explicitnom intelektuálnom kapitále. To však neznamená, že táto rovina intelektuálnych schopností je menej dôležitá ako explicitná. Priama prepojenosť nadobudnutých schopností so závratným technologickým vývojom predznamenáva nenahraditeľný význam rozvoja aj roviny explicitného intelektuálneho kapitálu firiem, predikuje ho potreba aplikácie najnovších vedecko-technologických objavov formou inovácií do všetkých podnikateľských procesov vo firme. Z uvedeného vyplýva, že intelektuálny firemný rast možno dosahovať len na základe synergie oboch súčastí firemného intelektuálneho kapitálu, pretože vysoko-vzdelaní zamestnanci bez najnovších inovatívnych a inteligentných technológií nemajú možnosť naplno využiť svoje intelektuálne schopnosti a prispieť k budovaniu tzv. „inteligentného podniku“. Takisto to platí aj naopak, ak vynakladá podnik veľké investície na nákup nových inovatívnych technológií, ale nevenuje pozornosť rozvoju a vzdelávaniu svojich zamestnancov, nemôže napredovať a je odsúdený na neúspech.

2.3 Business Intelligence

Strategicky a tematicky sa s teóriou „inteligentných“ firiem spája teoretické vymedzenie tzv. Business Intelligence (ďalej len BI). BI predstavuje celý komplex úloh, technológií a aplikácií informačných systémov, ktoré v aktuálnych medzinárodných podmienkach podnikania tvoria bežnú súčasť manažmentu medzinárodne úspešných podnikov (voľne podľa Rouse, 2014). Zabezpečuje softvérovú podporu rozvoju a budovaniu „inteligentného“ podnikania. Pojem systém podnikovej inteligencie (angl. „business intelligence system“) v ekonomickej teórii po prvýkrát použil H. P. Luhn, ešte v roku 1958. Firemnú inteligenciu identifikoval ako „schopnosť vnímať vzájomné vzťahy prezentovaných faktov tak, aby to viedlo k želanému cieľu“ (voľne podľa Luhn, 1958). Problematika inteligencie podnikateľských subjektov sa tak rozvíja už mnoho rokov, no jej rozvoj nie je systematický a preto neexistujú v tomto smere kompletne štúdie s výraznými výsledkami. Skôr sa stretávame s čiastkovými odbornými textami rozoberajúcimi jednotlivé súčasti takej širokej a komplikovanej problematiky, ako je identifikácia inteligencie podnikateľských subjektov. BI predstavuje kombináciu produktov, technológií a metód v riadení kľúčových informácií, ktoré manažment aplikuje v snahe dosiahnutia efektívnejších výsledkov podnikania v medzinárodnom prostredí a zároveň zvýšenia ziskovosti podnikateľského subjektu (voľne podľa Rouse, 2014). Princípy BI definujú nové vývojové tendencie budovania inteligentných podnikateľských subjektov, ktoré sú konkurencieschopnejšie a úspešnejšie v modifikovaných podmienkach medzinárodného prostredia.

Systémy fungujúce na princípoch BI využívajú kombináciu prevádzkových dát s analytickými nástrojmi na zabezpečenie komplexnej vstupnej informačnej bázy o najpodstatnejších problémoch podnikania a strategického riadenia, akými sú napríklad informácie o existujúcej konkurencii a materiály na zlepšenie včasnosti a kvality vstupných agregátov do rozhodovacieho procesu na všetkých úrovniach riadenia podniku. Zintenzívňujúce sa medzinárodné konkurenčné prostredie evokuje tlak na budovanie inteligentných firemných systémov, v snahe byť úspešnejší a flexibilnejší než konkurencia, čo patrí k prioritným strategickým firemným zámerom v súčasnosti. Základné nástroje BI uvádzame v grafe 4.

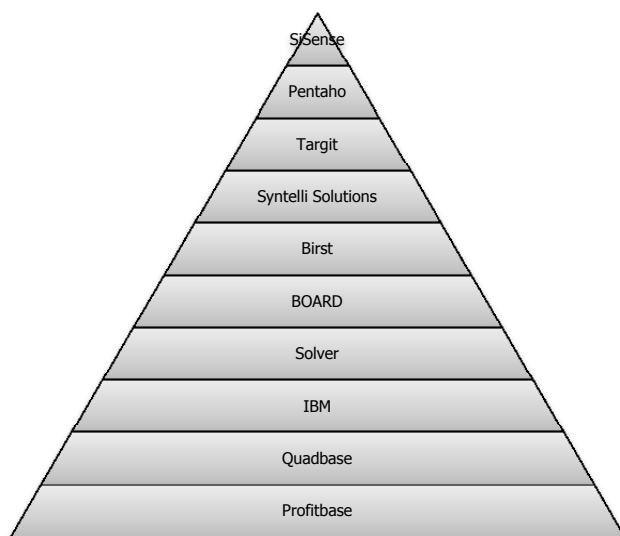
Graf 4 Nástroje Business Intelligence



Zdroj: spracované autorkami podľa Ivanova, I. (2013). *Best Business intelligence tools for our company*. Dostupné 27.12.2014 na <http://www.infotales.com/best-business-intelligence-tools-for-your-company>

Graf 4 zobrazuje základné nástroje Business Intelligence transformovateľné na podmienky konkrétneho podnikateľského subjektu. Každú súčasť BI je nutné správne modifikovať, aktualizovať a manažovať na adekvátnej úrovni na špecifické podmienky každej firmy, integrujúc interné a externé podnety. S cieľom zvýšiť efektívnosť jej pôsobenia na trhu, pričom sa vychádza z jej intelektuálnych schopností. Graf 5 nám udáva prehľad najúspešnejších a tým aj najodporúčanejších systémov BI aplikovaných vo firmách vyhodnotených Marketingovou výskumnou asociáciou. Aktuálnosť rebríčka je zabezpečená tým, že uvedené usporiadanie bolo zostavené na základe analýzy a komparácie dát realizovanej za posledných 30 dní pred jeho zverejnením.

Graf 5 TOP 10 Business Intelligence systémov pre rok 2015



Zdroj: spracované autorkami podľa Adesoba, V. (2015). *Compare Business Intelligence (BI) Software Tools*. Market Research Associate. Dostupné 11.1.2015 na <http://www.softwareadvice.com/bi/>

BI by malo umožniť podnikateľským subjektom pochopiť a identifikovať najnovšie vývojové trendy a budúce smery ich modifikácií podnikateľských stratégií na domácich a medzinárodných trhoch, identifikovať nové rozvíjajúce sa technológie aj kroky svojich konkurentov a zosumarizovať ich príčiny a vplyvy na samotný proces podnikania. Zjednodušene môžeme povedať, že cieľom systémov BI je zabezpečiť správne informácie na správnom mieste a v správnom čase, čím by mala byť dodržaná interakcia dát a firemných procesov, čo jednoznačne zjednodušuje celkové riadenie podnikateľského subjektu, zlepšuje jeho výkonnosť, odhaľuje nové príležitosti a podnecuje jeho efektívne fungovanie (voľne podľa Negash, 2004).

2.4 Možnosti merania Corporate IQ

Ak vychádzame z dnes už potvrdených vedeckých prístupov, že jediným udržateľným zdrojom hodnoty podnikateľských subjektov sú ich vlastné organizačné schopnosti, ich vlastným bohatstvom sú inovácie, flexibilita, vedomosti a neustále vzdelávanie sa, adaptácia a spolupráca, potom sa objavuje otázka merateľnosti týchto rozvojových

faktorov firiem. Všetky však spadajú do kategórie tzv. nehmotných a práve preto veľmi ťažko resp. vôbec nie analyticky a matematicky vyjadriteľných. Snahy exaktne vyčíslieť podiel nehmotného firemného majetku na jeho celkovej aktuálnej hodnote, resp. jeho mieru na zisku, neboli veľmi úspešné. S rozvojom problematiky inteligentných podnikateľských subjektov a výskumov zameraných na problematiku Corporate Instinct, Corporate Brain či Business Excellence sa rozvinuli nové názorové prúdy ohľadom spôsobov kvantifikácie CIQ, vychádzajúc zo snahy určenia miery podielu nehmotného majetku na celkovej aktuálnej hodnote spoločnosti, resp. jeho podielu na zisku. Jeden zo spôsobov merania je na základe porovnania výdavkov na výskum a vývoj ako percenta z celkových nákladov alebo nákladov na vzdelávanie na jedného zamestnanca, resp. stredné ukazovatele fluktuácie zamestnancov v pomere k ich produktivite alebo ku spokojnosti zákazníkov. Tieto matematické modely majú však obmedzenú využiteľnosť, pretože si vyžadujú každodennú aktualizáciu vstupných údajov a nerešpektujú dynamické dianie v rámci takého rôznorodého medzinárodného podnikateľského prostredia. Východiskom týchto prístupov bola myšlienka zvyšovania výdavkov firiem na výskum a vývoj, čo malo v konečnom dôsledku pozitívny vplyv na zvýšenie pridanej hodnoty podniku, no neriešili a neidentifikovali sa tu problémové oblasti podnikateľských aktivít firiem a spôsoby ich riešení. Cieľom ostávalo vypracovať komplexný model, ktorý bude kvantifikovať CIQ, ale zároveň odhalí silné a slabé stránky v spoločnosti, poukáže na chybné mechanizmy, navrhne možné inovatívne riešenia a spôsoby zapracovania výsledkov do praxe.

Delphi group ako významný subjekt združujúci technologických a marketingových expertov patriaci k popredným svetovým poradenským lídrom v oblasti inovácií spracoval komplexný test pre meranie CIQ, ktorý sa skladá z viac ako 50 otázok, na ktoré má spoločnosť objektívne odpovedať, resp. presne určiť úroveň, ktorú v nich dosiahla. Kompletné znenie dotazníka Delphi group poskytuje ako platenú službu, s vypracovaním rád a odporúčaní vzhľadom na zistenia vyplývajúce z úrovne dosiahnutých odpovedí. Otázky sú zamerané napríklad na organizačnú štruktúru firmy, zhodnotenie schopnosti ju flexibilne meniť vzhľadom na okolnosti, čo patrí k najdôležitejším funkciám organizačnej štruktúry firiem, ako dôležité pre úspech danej spoločnosti sú identifikované aj inovácie, napr. aj koľko percent zamestnancov možno označiť za „knowledge workers“ (teda tých, ktorí operatívne pracujú s informáciami a sú súčasťou rozhodovacieho procesu firmy), akým spôsobom sú prijímané nové návrhy a nápady od zamestnancov, resp. iných externých zdrojov, akým spôsobom sa pracuje s informáciami a ako sú zálohované. Súčasťou spomínaného dotazníka je aj vyhodnocovanie dosiahnutej úrovne jednotlivých prvkov v kvadrantoch bodovou – heuristickou metódou v rámci matice Corporate Instinct (graf 3), kde možno každému kvadrantu prisúdiť 1 – 5 bodov, pričom úroveň 1 bodu znamená extrémne nízku, t. j. zlú, nedostatočnú, a 5 extrémne vysokú, t. j. dobrú, vynikajúcu úroveň. Za každú odpoveď v rámci dotazníka sa subjektu, ktorý bol podrobený testu, pripočítava primeraný počet bodov, pričom na konci sa ku tomuto výsledku pripočítajú aj body z matice. Na základe dosiahnutých výsledkov sa zadefinujú všeobecné závery, ktoré potom experti zo skupiny Delphi rozpracovávajú do konkrétnych prípadových štúdií – postupov riešení problémov a zostavujú návrhy a odporúčania pre zlepšenie intelektu danej spoločnosti (voľne podľa Delphigroup.com).

Na podobnom princípe s využitím dotazníka navrhuje vyhodnocovanie efektívnosti CIQ aj Weijermars. Jeho CIQ dotazník sa skladá zo 140 otázok, čo je presne rovnaké číslo ako maximálna hodnota CIQ, ktorú môže podnikateľský subjekt dosiahnuť pri

úrovni geniality. Cieľom dotazníka je preveriť zručnosti a kompetencie firiem potrebné pre efektívne organizačné učenie, súčasne odhaliť nedostatky v celej podnikateľskej stratégii, ktoré by mohli proces učenia sa podniku spomaliť alebo úplne zastaviť. Dotazník je napojený na spomínané jednotlivé vývojové etapy CIQ v rámci intelektuálneho firemného vzdelávania (graf 1). Každá vývojová fáza v sebe obsahuje 3 alebo 4 zložky, ktoré Weijermars identifikoval ako kľúčové oblasti. Ku každej kľúčovej oblasti zostavil dotazník s 10 otázkami, na základe ktorých sa vykoná prierezová analýza fungovania a riadenia na všetkých úrovniach podnikateľského subjektu, ktoré sú priamo napojené na jej nehmotný vedomostný kapitál. Otázky sú zostavené formou uzatvorených otázok, teda je na ne možno odpovedať len áno alebo nie. Za každú správnu odpoveď sa pridáva 1 bod. Pre empirické IQ stanovil 4 kľúčové oblasti zamerané na (voľne podľa Weijermars, 2011):

- potreby podnikateľského subjektu – uvedomenie si potreby vzdelávania v súvislosti s reagovaním na nové vývojové trendy;
- vedomostné alebo znalostné siete a väzby – budovanie systému odovzdávania si informácií v rámci spoločnosti;
- učiaca sa organizácia – kontinuálne vzdelávanie zamestnancov, využívanie najnovších technológií a pokročilých inovatívnych riešení;
- manažment vedomostného kapitálu – spôsob jeho uchovávaní, rozvoja.

Kontextové IQ je tvorené 3 kľúčovými oblasťami, ku ktorým patria aj 3 samostatné dotazníkové formuláre po 10 otázok. Sú cielené na:

- vedenie tímu a stotožňovanie sa s víziou podniku – správne metódy riadenia, vnútrofirmitné komunikačné nástroje, tímová práca v zmysle vízie spoločnosti;
- vzdelávanie a vzájomné učenie sa pracovných tímov – vzájomné odovzdávanie si znalostí a vedomostí, spolupráca, vzájomné dopĺňanie vedomostí, optimálna firemná kultúra, kríženie kultúr v spoločnosti, prežívanie kultúrnych šokov;
- inovácie a kreativita – otvorenosť pre nové, odvážne riešenia.

Zložkové IQ ako tretia vývojová etapa v rámci kontinuálneho vzdelávania podnikateľských subjektov zahŕňa 3 kľúčové oblasti:

- inteligentné rozhodnutia – proces rozhodovania, jeho podmienky, príjem rozhodnutia na všetkých firemných úrovniach, súlad a informovanosť so všetkými zamestnancami, ktorých sa dané rozhodnutia o zmenách týkajú, efektívna komunikácia zmien;
- stratégie a scenáre – krátkodobé a dlhodobé pre všetky sféry podnikateľských procesov, pre všetky organizačné úrovne, návrhy krízových scenárov;
- správa a riadenie portfólia – nastavenie vhodného portfólia ponúkaných produktov a služieb, identifikácia rizík, optimálna adaptácia na požiadavky trhu;

Emocionálne IQ ako posledná vývojová etapa je zložená zo 4 kľúčových oblastí:

- Corporate Governance,
- komunikácia – externá komunikačná stratégia, nové formy marketingovej komunikácie, inteligentné odovzdávanie komunikačného posolstva;
- negociácie – vyjednávanie lepších podmienok, vytváranie partnerstiev, združovanie a spájanie sa do väčších podnikateľských celkov v zmysle spoločných záujmov;

- výzvy a nové trendy – napojené na vzdelávanie, inovácie, zvyšovanie CIQ, vytvárania sietí – networking.

Po uskutočnení merania a jeho vyhodnotení sa výsledné hodnoty zaznamenajú do „kumulatívnej skóre karty“ (tabuľka 1) a na základe výslednej hodnoty sa identifikuje pozícia daného podnikateľského subjektu na krivke kontinuálneho vzdelávania.

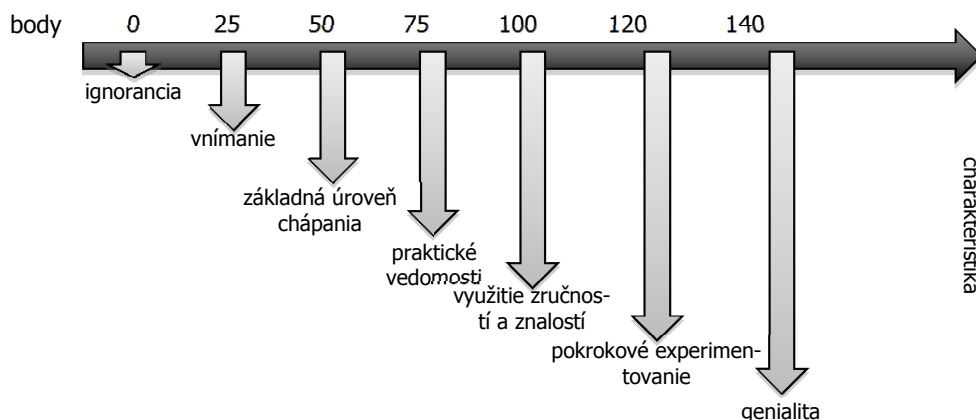
Tab. 1 Skóre karta Corporate IQ

Zložka	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Počet bodov														
Počet bodov	Empirické IQ				Kontextové IQ			Zložkové IQ			Emocionálne IQ			
	Spolu body za zložky 1 – 4				Spolu body za zložky 5 – 7			Spolu body za zložky 8 – 10			Spolu body za zložky 10 – 14			
Spolu bodov	Celkové Corporate IQ													
	Spolu body za zložky 1 – 14 (max. 140)													

Zdroj: spracované autorkami podľa Weijermars, R. (2011). *Building Corporate IQ: Moving the Energy Business from Smart to Genius*. London: Springer, s. 261.

Kvantifikuje sa úroveň, na akej sa podnikateľský subjekt nachádza, zostaví sa záverečná správa, ktorá obsahuje podrobné výkazy, vyhodnotenia a grafy, na základe ktorých sa formulujú ciele intervencie do fungovania a riadenia podnikateľského subjektu. Keďže meranie by sa malo vykonávať v pravidelných intervaloch, možno vypracovať aj komparáciu s predchádzajúcimi výsledkami a na základe nej stanoviť ďalšie návrhy riešení v problémových oblastiach.

Graf 6 Stupnica hodnotených úrovní Corporate IQ



Zdroj: spracované autorkami podľa Weijermars, R. (2011). *Building Corporate IQ: Moving the Energy Business from Smart to Genius*. London: Springer, s. 248

Záver

Ekonomická teória v prepojení s ostatnými vednými disciplínami prináša nové pohľady a prístupy voči podnikateľským subjektom a ich aktivitám. Podmieňuje ich aj súčasné závažné tempo vývoja na medzinárodných trhoch, keď vplyvom prehlbujúcej sa globalizácie a prebiehajúcej recesie sa zostrujú podmienky konkurenčného prostredia a firmy sú nútené hľadať nové možnosti a zdroje zefektívnenia svojich aktivít. Jedným, zatiaľ aj napriek mimoriadnemu technologickému pokroku, najvýznamnejším zdrojom úspechu firiem je optimálne využitie znalostí a zručností ich zamestnancov. Zamestnanci ako ľudskí jedinci sú nositeľmi skrytých aj priamych intelektuálnych schopností, dosahujú určitú úroveň inteligenčného kvocientu, ktorý sa v komplexnosti premieta do tzv. inteligenčného kvocientu firiem – Corporate IQ. Práve rozpracovanie teórie Corporate Identity až na možnosti hodnotenia tzv. úrovne inteligencie spoločností CIQ s nápomocnými kategóriami Corporate Instinct, Corporate Brain či Business Intelligence sú fenoménmi, ktoré ovládli oblasť podnikania. Zatiaľ v nevyčerpatelných možnostiach využitia ľudskej – zamestnaneckej kreativity, znalostí a zručností v prepojení s aplikáciou najnovších poznatkov vedecko-technického pokroku hľadá odborná verejnosť aj predstavitelia praxe nové zdroje zdokonaľovania podnikateľských procesov a využitia ešte nevyčerpaného potenciálu ďalšieho možného rozvoja. Domnievame sa, že táto cesta hľadania má svoju racionálnu perspektívu a že zdokonaľovanie prístupov k rozvoju a hodnoteniu úrovne Corporate Identity cez Corporate IQ je dnes, v čase, keď identifikujeme prehlbujúcu sa krízu ako krízu hodnôt, resp. spoločnosti, spôsobom akoby sa mal stať človek – zamestnanec stredobodom záujmu a aj zdrojom mnohých nevyužitých schopností aj v rámci rozvojových podnikateľských procesov.

Zoznam bibliografických odkazov

- Adesoba, V. (2015). *Compare Business Intelligence (BI) Software Tools*. Market Research Associate. Dostupné 10. 1. 2015 na <http://www.softwareadvice.com/bi/>
- Delphi Group. (1997). *Creating Corporate Instinct. Building a Knowledge Enterprise for the 21st Century*. Dostupné na <http://www.delphigroup.com/whitepapers/pdf/CorpInstinct.pdf>
- Heskett, J. (4.11.2002). *What's Best for the Corporate Brain*. Harvard Business School Working Knowledge. Dostupné 19. 12. 2014 na <http://hbswk.hbs.edu/item/3163.html>
- Ivanova, I. (2013). *Best Business intelligence tools for our company*. Dostupné 27. 12. 2014 na <http://www.infotales.com/best-business-intelligence-tools-for-your-company>
- Luhn, H. P. (1958). *A Business Intelligence System*. Dostupné na: <http://altaplana.com/ibmrd0204H.pdf>
- Mckelvey, B. (2001). *Improving Corporate IQ. Published in the Proceeding, of the Workshop on Managerial Implications of Complexity Theory in the Network Economy*. Dostupné na <http://www.billmckelvey.org/documents/Improving%20Corporate%20Proceedings.pdf>

- Nakonečný, M. (2001). *Základy psychologie*. Praha: Academia.
- Negash, S. (2004). Business Intelligence. *Communications of the Association for Information Systems*, 13, 177 – 195.
- Pichová, J. (2013). Nástroje zvyšovania úrovne ľudského kapitálu vo firme. In: Reprodukce lidského kapitálu – vzájemné vazby a souvislosti. Zborník. Dostupné na <http://kdem.vse.cz/resources/relik13/sbornik/download/pdf/106-Pichova-Jana-paper.pdf>
- Rouse, M. (2014). *Business Intelligence*. Dostupné na <http://searchdatamanagement.techtarget.com/definition/business-intelligence>
- Stewart, T. A. (1997). *The New Wealth of Organizations*. New York: Currency Doubleday.
- Stewart, T. A. (2001). *The New Wealth of Knowledge*. New York: Currency Doubleday.
- Thierauf, R. J. (1999). *Knowledge Management Systems for Business*. Westport: Post Road West.
- Underwood, J. (2004). *What's Your Corporate IQ? How the Smartest Companies Learn, Transform, Lead*. USA: Dearborn Trade Publishing.
- Weijermars, R. (2011). *Building Corporate IQ: Moving the Energy Business from Smart to Genius*. London: Springer.
- Zorkóciová, O. a kol. (2007). *Corporate Identity II: Vplyv interkultúrnych rozdielov na medzinárodné dimenzie Corporate Identity*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.

Perspektívy a riziká rozvoja poľnohospodárstva v Afrike s akcentom na subsaharskú Afriku¹

Ľubica Zubaľová²

Perspectives and Risks of Agricultural Development in Africa with Accent on Sub-Saharan Africa

Abstract

Despite of the fact that 92% of land suitable for agricultural use is available in developing world, these countries are not able to guarantee food for their inhabitants and many of them are food import dependent. The paper is focused on the problem of perspectives and risks of agricultural development in Africa, with accent on sub-Saharan Africa, in the context of food security in the region of sub-Saharan Africa that has, from the point of view of available land, the best condition for future development of agricultural production.

Key words

Agriculture, agricultural production, development countries, sub-Saharan Africa

JEL Classification: O55, P26, F1

Úvod

Aby sme nasýtili rastúci počet obyvateľov Zeme, potrebujeme v priebehu ďalších desaťročí zvýšiť poľnohospodársku produkciu o 60 %.

Napriek tomu, že 92 % všetkej voľnej pôdy vhodnej na poľnohospodársku produkciu sa nachádza v krajinách rozvojových, práve tieto krajiny nedokážu svojim obyvateľom zabezpečiť dostatok potravín a mnohé z nich sú na dovoz potravín odkázané. Väčšina neobrábanej pôdy sa nachádza na africkom kontinente (61 %) a aj keď má najviac potenciálne využiteľnej pôdy, je to región s najnižšími príjmami na obyvateľa, s najvyššou detskou úmrtnosťou, najvyššou úmrtnosťou detí do 5 rokov, pričom subsaharská Afrika má najvyššie percento podvyživených detí.

Príspevok sa zameriava na problematiku a perspektívy rozvoja poľnohospodárskej produkcie v kontexte zabezpečenia potravinovej bezpečnosti v subsaharskej Afrike, ktorá má z hľadiska množstva voľnej poľnohospodárskej pôdy najvhodnejšie predpoklady pre rozvoj produkcie potravín.

¹ VEGA č. 1/0391/13 *Význam tretích krajín pre strategické rozvojové zámery EÚ v pokrízovom období (s implikáciami pre slovenskú ekonomiku).*

² Ing. Ľubica Zubaľová, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: lubica.zubalova@euba.sk

1 Metodika práce

Cieľom príspevku je na základe analýzy potenciálu na využitie pôdy z rôznych hľadísk (voľná pôda, zavlažovanie, využitie hnojív, zamestnanosť v poľnohospodárstve, vládne výdavky na poľnohospodárstvo a výnosy) a rizík rozvoja poľnohospodárstva v Afrike identifikovať faktory, ktoré by viedli k perspektívam nárastu poľnohospodárskej produkcie v Afrike so zameraním na subsaharskú Afriku.

Čiastkové ciele:

- vývoj podielu vidieckeho obyvateľstva a zamestnanosti v poľnohospodárstve v jednotlivých regiónoch sveta,
- vývoj podielu vidieckeho obyvateľstva a zamestnanosti v poľnohospodárstve v Afrike,
- skúmanie teoretických východísk rozvoja poľnohospodárstva v Afrike.

V práci bola využitá analytická, komparačná a syntetická metóda. V prvej časti autorka skúma pomocou analytickej a syntetickej metódy teoretické východiská problematiky poľnohospodárstva, ktoré sa týkajú Afriky a ktoré ovplyvňujú výsledky skúmania problematiky (teórie agropesimizmu). V časti 2.2 porovnáva autorka pomocou analytickej metódy vývoj podielu vidieckeho obyvateľstva a zamestnanosti v poľnohospodárstve v jednotlivých regiónoch sveta a v regiónoch Afriky za roky 2000 a 2012. Analýza bola využitá na skúmanie zamestnanosti v poľnohospodárstve vo vybraných afrických štátoch. Analytická a komparačná metóda bola využitá na porovnanie výnosov poľnohospodárskych plodín v jednotlivých regiónoch na svete. V závere podkapitoly boli odvodené základné faktory, ktorých zvládnutie znamená perspektívy rozvoja poľnohospodárstva v subsaharskej Afrike. V podkapitole 2.3 boli analytickou a syntetickou metódou skúmané riziká rozvoja poľnohospodárstva v Afrike.

S cieľom získania údajov boli využité odborné články, údaje FAO (Food and Agriculture Organization – Organizácia pre výživu a poľnohospodárstvo), odborné publikácie a časopisy.

2 Výsledky a diskusia

2.1 Teoretické východiská

Je nepopierateľné, že poľnohospodárstvo má pre rozvojové krajiny, najmä tie s komparatívnymi výhodami v podobe voľnej pôdy vhodnej na obrábanie, lacnej pracovnej sily a vhodných klimatických podmienok, význam z hľadiska potenciálneho rastu HDP. Rast HDP povedie k poklesu chudoby a zvýšeniu potravinovej bezpečnosti. V krajinách subsaharskej Afriky však prevažuje agropesimizmus. Afrika ostáva kontinentom s najväčšou chudobou, hladom, detskou mortalitou a chorobami a z pohľadu poľnohospodárstva aj s najväčšou zamestnanosťou v agrosektore, najnižšími výnosmi a nízkou efektívnosťou produkcie.

Podľa Kitchinga, G. je príčinou agropesimizmu nedostatok podpory zo strany štátu a diskriminácia v medzinárodnom obchode s poľnohospodárskymi produktmi (Kit-

ching, 1980). Teórie agropesimizmu vychádzajú z potravinovej krízy v 60. a 70. rokoch a Sender, S. a Smith, J. vidia príčinu v nadmerných vládnych zásahoch a politických chybách (Sender & Smith, 1984). Iní autori poukazujú na negatívny vplyv proexportného zamerania štátov v prípade exportu poľnohospodárskych plodín, ktoré ohrozuje potravinovú bezpečnosť rozvojových krajín. Podľa Oya, C. sa údaje o poľnohospodárskej produkcii ťažko vyhodnocujú a niektoré závery sú nesprávne z viacerých dôvodov (Oya, 2010):

- štatistiky týkajúce sa poľnohospodárskych výstupov sú iba odhadom, sú nedostatočné a nepresné a vplyva na ne viacero faktorov, napr. byrokracia a korupcia, ktorá vedie k pozmeňovaniu štatistík v prípade niektorých režimov (napr. na získanie rozvojovej pomoci). Navyše pracovníci štatistických úradov nie sú dostatočne finančne ohodnotení, pracujú s riedko obývanými oblasťami a niektoré farmy produkujú len pre vlastnú spotrebu.
- Kvalita a relevantnosť štatistických údajov z rokov 1960 – 1985 je sporná pri niektorých plodinách (manioky, rôzne druhy sladkých zemiakov) a malých chovoch dobytka, napriek ich veľkému významu pre potravinovú bezpečnosť regiónu.
- Údaje nereagujú na rýchlu urbanizáciu, industrializáciu a zmeny v stravovacích návykoch, ktoré mohli viesť k dovozom a nemuseli nevyhnutne znamenať zníženie domácej produkcie.
- Krajiny čelia problémom pašovania, ktoré mohli v 80. – 90. rokoch 20. storočia „skresliť“ údaje o produkcii (napr. kakao medzi Ghanou a Pobrežím Slonoviny).

V roku 2007 uverejnila Svetová banka výsledky výskumu týkajúce sa poľnohospodárstva rozvojových krajín z hľadiska zaradenia malých farmárov do produkcie poľnohospodárskych produktov a potravín, v ktorej prevažujú globálne reťazce (World Bank, 2014):

- malí farmári sú viac ohrození výkyvmi cien a rizikom neúrody. Úspešní sú hlavne tí, ktorí dokážu reagovať na požiadavky reťazcov na kvalitu, časové hľadisko a sociálnu zodpovednosť.
- Najmenšie farmy zanikajú pod náporom konkurencie a vzniká armáda voľnej pracovnej sily, ktorá sa presúva do miest a hľadá pracovné príležitosti. V špecifických prípadoch dochádza k návratu obyvateľov na vidiek (Zambia) z dôvodov šírenia HIV/AIDS alebo zániku priemyselných podnikov v mestách.
- Finančná podpora vlád a donorov do poľnohospodárstva klesá. Samotná Svetová banka poskytla v rokoch 1976 – 78 celkovo 32 % objemu svojich pôžičiek na poľnohospodárske projekty, v rokoch 2000 – 2005 len 6,5 %.

Subsaharská Afrika dlhodobo stráca podiely na svetových trhoch vybraných agrokomodít, najmä tradičných, v ktorých dominovala v 70. rokoch. Časť ich pozícií v exporte kávy, palmového oleja, olejní, čaju, bavlny a kešu orieškov prebrali producenti z Ázie. Medzi dôvody straty pozícií patrí (Zubaľová & Baumgartner, 2013):

- nedostatočne vybudovaná infraštruktúra,
- extenzívne hospodárenie na pôde (na rozdiel od ázijských producentov),
- nízke investície do modernizácie poľnohospodárskej produkcie.

2.2 Poľnohospodárska produkcia v subsaharskej Afrike a jej perspektívy

Poľnohospodárstvo v Afrike vytvára 14,3 % HDP, z celkovej rozlohy 2 126,4 mil. ha je 43,6 % pôdy poľnohospodárskej a 27,9 % tvoria lesy. Celkovo z poľnohospodárskej pôdy tvorí 20 % orná pôda a 77,8 % lúky a pasienky. Približne 61 % pôdy sa dá ešte kultivovať a využiť na poľnohospodárske účely (Economic Commission for Africa, 2012).

V Afrike žije percentuálne najvyšší počet *vidieckeho obyvateľstva*, v roku 2012 dosahoval ich pomer 60 %. Percentuálne najviac ich žije v južnej Afrike (79,1 %) a strednej Afrike (63,9 %). V poľnohospodárstve pracuje 49,3 % obyvateľov (*FAO statistical yearbook, 2014*). Porovnanie stavu zamestnanosti v poľnohospodárstve medzi jednotlivými regiónmi sveta poskytuje tabuľka 1 *Vývoj podielu vidieckeho obyvateľstva a zamestnanosti v poľnohospodárstve v jednotlivých regiónoch*. Z tabuľky 1 je zrejmé, že napriek tomu, že počet vidieckeho obyvateľstva celosvetovo klesá vo všetkých regiónoch na svete, v Afrike je stále najvyšší podiel aj vidieckeho obyvateľstva, aj obyvateľstva zamestnaného v poľnohospodárstve. Ak celosvetovo žilo v roku 2011 na vidieku 47,5 % populácie, v Afrike tento podiel dosahoval 60 %. Priemerný podiel obyvateľstva pracujúceho v poľnohospodárstve dosahoval celosvetovo 28,5 %, v Afrike 49,3 %. V rámci Afriky má najväčšiu zamestnanosť v poľnohospodárstve východná Afrika (70,4 %) a stredná (64,2 %).

Tab 1 Vývoj podielu vidieckeho obyvateľstva a zamestnanosti v poľnohospodárstve v jednotlivých regiónoch (porovnanie rokov 2000 – 2011/2012)

Región	Obyv. v tis.	Vidiecke obyv. v %		Zamest. v poľnoh. % z celku	
	2012	2000	2012	2000	2012
Latinská Amerika a Karibik	597 748	24,7	21,0	20,6	15,2
Afrika	1 070 096	64,2	60,0	55,1	49,3
Ázia a Tichomorje	4 110 736	50,0	47,3	34,9	30,2
Európa a Stredná Ázia	900 803	31,7	29,6	11,1	7,8
Blízky východ	432 218	42,6	38,8	29,8	22,7
Svet	7028 688	50,5	47,5	35,7	28,5

Zdroj: autorka podľa *FAO statistical yearbook 2014*. Latin America and Caribbean. s.22.

Retrieved 30.8.2014 from <http://www.fao.org/docrep/019/i3592e/i3592e.pdf>

Podrobnejšie informácie o jednotlivých regiónoch Afriky v rokoch 2000 a 2011/2012 poskytuje tabuľka 2 *Vývoj podielu vidieckeho obyvateľstva a zamestnanosti v poľnohospodárstve v jednotlivých regiónoch Afriky*.

Tab 2 Vývoj podielu vidieckeho obyvateľstva a zamestnanosti v poľnohospodárstve v jednotlivých regiónoch Afriky (porovnanie rokov 2000 – 2011/2012)

Región	Obyv. v tis.	Vidiecke obyv. v %		Zamest. poľnoh. % z celku	
	2012	2000	2011	2000	2011
Afrika	1 070 096	64,2	60,0	55,1	49,3
severná Afrika	141 662	48,6	44,8	30,4	23,5
stredná Afrika	668 229	68,5	63,9	60,4	54,2
východná Afrika	215 542	82,5	79,1	77,0	70,4
južná Afrika	134 710	59,9	55,8	51,4	48,7
západná Afrika	235 717	61,5	55,1	50,2	42,8
Svet	7028 688	50,5	47,5	35,7	28,5

Zdroj: autorka podľa spracované podľa: *FAO statistical yearbook 2014*. Africa food and agriculture. s. 20.
Retrieved 2.9.2014 from <http://www.fao.org/3/a-i3620e.pdf>

Tabuľka 3 *Podiel pracovne aktívneho obyvateľstva v poľnohospodárstve na celkovej zamestnanosti vo vybraných krajinách subsaharskej Afriky* obsahuje informácie o podiele aktívne pracujúcich v poľnohospodárstve. Napriek tomu, že pomer zamestnaných v poľnohospodárstve v jednotlivých krajinách klesá, stále je vysoký v Rwande a Burundi (89 %), Nigérii (83 %) a Etiópii (77 %). Naopak, v Juhoafrickej republike, najvyspejšom štáte subsaharskej Afriky, pracuje v poľnohospodárstve len 6 % obyvateľstva.

Tab 3 Podiel pracovne aktívneho obyvateľstva v poľnohospodárstve na celkovej zamestnanosti vo vybraných krajinách subsaharskej Afriky (v %)

Krajina	1999 – 2001	2011
Angola	72	69
Burundi	91	89
Etiópia	82	77
Juhoafrická republika	9	6
Keňa	75	70
Niger	86	83
Nigéria	33	24
Rwanda	91	89
Tanzánia	81	75
Priemer v SSA (bez Juhoafrickej republiky)	72	66

Zdroj: UNDP. In Zubaľová, Ľ., & Baumgartner, B. (2013)

V subsaharskej Afrike pracuje v poľnohospodárstve vysoký podiel žien. V Burkina Faso, Madagaskare, Zambii a Etiópii je to viac ako 75 % (FAO statistical yearbook 2014).

Rôzne regióny majú rôzny potenciál na využitie pôdy z hľadiska dostupnosti vody na *zavlažovanie* – najviac zásob sladkej vody na osobu majú Kamerun, Kongo, Demokratická republika Kongo, Stredoafrická republika a Madagaskar, naopak, nedostatkom vody trpí Somálsko, Etiópia, Nigéria, Sudán, Keňa, Burkina Faso, Zimbabwe a Juhoafrická republika. V priemere menej ako 3 percentá ornej pôdy je vybavené zavlažovacími zariadeniami (FAO statistical yearbook 2014).

Využitie *hnojív* je poddimenzované: 6,86 kg dusíka na hektár (v Európe okolo 45 kg/hektár), čo je najnižšia hodnota na svete. Nárast v objeme použitých hnojív je od roku 2002 minimálny. *Vládne výdavky* jednotlivých afrických štátov na poľnohospodárstvo sú obmedzené a okrem Zimbabwe (16 %) sú nižšie ako 6 % celkových vládnych výdavkov. Egypt, Nigéria a Sierra Leone vynakladá dokonca menej ako 2 % (FAO statistical yearbook 2014).

Problémom kontinentu ostávajú aj *výnosy*, ktoré sú nižšie ako v iných regiónoch sveta a vyplývajú z nedostatočnej intenzifikácie produkcie. V Afrike prevládajú malé farmy bez využívania modernej mechanizácie a použitie hnojív je minimálne. Údaje v tabuľke 4 *Výnosy poľnohospodárskych plodín* dokazujú, že okrem olejní má Afrika vo výnosoch všetkých sledovaných plodín (obilniny, kukurica, strukoviny, zelenina a ovocie) veľké rezervy.

Tab 4 Výnosy poľnohospodárskych plodín (kg/ha, rok 2011)

	Afrika	LAK	Priemer svet
Obilniny	12 900	38 000	36 000
Veľkozrnné (kukurica)	11 800	37 000	23 000
Olejniny	3 100	5 700	3 100
Strukoviny	6 000	9 200	8 600
Zelenina	68 400	163 600	192 200
Ovocie	72 400	155 900	112 600

Zdroj: *FAO statistical yearbook 2014*. Latin America and Caribbean. s. 105 - 116, Retrieved 30.8.2014 from <http://www.fao.org/docrep/019/i3592e/i3592e.pdf>

Z uvedených záverov vyplýva, že k perspektívam pestovania poľnohospodárskych plodín v Afrike, hlavne subsaharskej patrí:

- dostatok voľnej pôdy vhodnej na obrábanie, keďže Afrika je región s najväčšou rozlohou voľnej pôdy,
- vhodné klimatické podmienky pre poľnohospodárstvo,
- rezervy v efektívnosti vyplývajúce z:
 - nedostatočného využívania hnojív, najnižšieho na svete,
 - nedostatočného zavlažovania ornej pôdy z dôvodov neexistencie zavlažovacích systémov,
 - neintenzívneho obrábania pôdy – väčšina pôdy je v rukách malých farmárov, ktorí nedokážu dosiahnuť výnosy veľkých fariem,
 - nedostatočnej mechanizácie,
- veľké množstvo vidieckeho obyvateľstva a obyvateľstva pracujúceho v poľnohospodárstve.

2.3 Riziká rozvoja poľnohospodárstva v Afrike

Zaberanie pôdy

Vysoký dopyt po potravinách, dopyt po technických rastlinách a biopalivách, rast obyvateľstva, nedostatok ornej pôdy vo vyspelých a rýchlorastúcich krajinách, nízka cena pôdy v rozvojových krajinách, nízka cena pracovnej sily a nedostatočné zákony

na ochranu životného prostredia a pracovníkov vedú k skupovaniu a prenájmu pôdy či už s cieľom pestovania plodín, alebo, špekulatívnym cieľom.

Zaberanie pôdy môže prebiehať rôznymi formami (Zubaľová & Baumgartner, 2013):

- dlhodobým prenájomom pôdy, ktorý prevažuje v Afrike,
- licenciami na využívanie pôdy,
- kúpou pôdy. Táto forma je v mnohých krajinách zakázaná.

Za posledné desaťročie sa zmenili vlastnícke práva u 83,2 mil. ha poľnohospodárskej pôdy, z toho 56,2 mil. ha pripadá na subsaharskú Afriku (Madagaskar, Etiópia, Kongo, Sudán, Tanzánia, Mozambik a Benin). V súčasnosti sú vhodné podmienky na podnikanie s pôdou v Čade, Madagaskare, Mozambiku, Sudáne, Zambii a Demokratickej republike Kongo (Zubaľová & Baumgartner, 2013). Mozambik patrí medzi štáty, ktoré prenájmajú veľké rozlohy ornej pôdy (7 %), a to predovšetkým veľkým korporáciám (napr. Wanbao Africa Agricultural Development Company, Hoyo Hoyo). Od roku 2004 prenajala vláda takmer 2,5 mil. ha pôdy (Bourne, 2014).

Na zabratej pôde sa často pestujú iné plodiny ako tie, ktoré sú určené na obživu obyvateľstva. Prípadne je nakúpená so zámerom investície a ostáva ležať úhorom. Drobní farmári, ktorým bola pôda odňatá, prichádzajú o jediný zdroj obživy. Táto skutočnosť vedie k riziku zvýšenia ohrozenia miestneho obyvateľstva hladom, keďže podnikatelia s pôdou nedokážu poskytnúť miestnym obyvateľom dostatočný počet pracovných miest.

Navyše má zaberanie pôdy negatívny vplyv na kvalitu pôdy: nájomca má záujem o maximálne využitie pôdy, nezabezpečuje jej regeneráciu, pôda sa znehodnocuje, dochádza k erózii, vysychá a stáva sa nevhodnou pre využitie v poľnohospodárstve.

Odesňovanie a riziká súvisiace so životným prostredím

Najčastejší spôsob získavania ornej pôdy je výrub lesa. Táto forma je typická pre rozvojové krajiny na celom svete, aj keď mnohé z nich začali svoje životné prostredie do určitej miery ochraňovať. Celosvetovo dochádza k postupnému spomaľovaniu odesňovania. K deforestácii dochádza aj v Afrike, najmä vo východnej. V roku 1990 tvoril povrch lesov v Afrike 25,3 %, v roku 2011 poklesol na 22 % (CEPTA, 2008).

Okrem toho má poľnohospodárstvo negatívny vplyv na:

- Kvalitu pitnej vody a jej množstvo, keďže časť vodných zdrojov, niekedy podstatná, sa využíva na zavlažovanie. Do zdrojov pitnej vody sa dostávajú hnojivá a iné chemické látky používané ako postreky, ktoré kvalitu pitnej vody znižujú a ohrozujú zdravie ľudí aj zvierat a poškodzujú ekosystém.
- Ekosystém v prípade intenzívneho chovu zvierat, pre intenzívne spásanie pasienkov, produkciu CO₂ a znečisťovanie zdrojov pitnej vody.
- Kvalitu ovzdušia, keďže poľnohospodárstvo produkuje 30 % CO₂ celosvetovo. V prípade Afriky nie je tento údaj zatiaľ alarmujúci, no rozvojom poľnohospodárstva sa bude produkcia CO₂ zvyšovať.

Klimatické zmeny, ktoré v súčasnosti prebiehajú, spôsobujú spomalenie rastu výnosov poľnohospodárskych plodín, hlavne kukurice, ryže a pšenice, čo môže viesť v budúcnosti k potravinovej kríze. V subsaharskej Afrike napadol maniok vírus CBD,

ktorý spôsobuje škvrnitosť, a ak sa rozšíri do oblastí západnej Afriky, môže ohroziť výživu obyvateľstva, ktorá maniok vo svojom jedálnom lístku využíva takmer každodenne. Riešením by mohla byť genetická úprava manioku, ale geneticky modifikované potraviny umožňuje legálne pestovať len Egypt, Sudán, Juhoafrická republika a Burkina Faso (Folger, 2014).

Nárast produkcie geneticky upravených plodín

Práve na zaberanej pôde je produkcia často geneticky modifikovaná. Genetická modifikácia rastlinnej produkcie umožňuje:

- zvýšenie výnosov, keďže genetická úprava vedie k vyššej odolnosti voči škodcom, baktériám, plesniam, vírusom a zmenám klimatických podmienok (horúčavy, sucho, mrazy, záplavy a pod.). V Afrike by mohla viesť k zníženiu počtu osôb ohrozených chudobou.
- Zníženie nákladov, keďže plodiny odolné voči škodcom netreba tak intenzívne postrekovať pesticídmi a herbicídmi a tým sa táto produkcia stáva šetrnejšou voči životnému prostrediu.
- Dodat' rastlinám vlastnosti potrebné pre miestnu komunitu – napríklad zvýšiť obsah vitamínov v plodine (vitamín A v ryži).

Genetické úpravy potravín sa spájajú aj s negatívami:

- doteraz sa nepotvrdilo ani nevyvrátilo, či takáto úprava potravín nepoškodzuje zdravie ľudí,
- v Afrike nie je len problém, ako zvýšiť objem produkcie, ale hlavne, ako ju distribuovať a zabezpečiť, aby bola dostupná celej populácii,
- produkcia na zaberanej pôde je zväčša určená na kŕmenie zvierat a produkciu technických plodín, nie pre obživu ľudí,
- geneticky upravené osivo je pre Afriku cenovo prakticky nedostupné,
- na miestach, kde sa na zaberanej pôde pestujú upravené plodiny, dochádza k monokultúrnej produkcii.

Záver

Problémy poľnohospodárskej produkcie v subsaharskej Afrike pretrvávajú dlhodobo. Súvisia, samozrejme, s nedostatkom zdrojov jednotlivých farmárov, prevahou extenzívneho hospodárenia na pôde, často s neznalosťou nových postupov a technológií pri pestovaní plodín a chove úžitkových zvierat. V Afrike sa 72 % kalórií vyprodukovaných v poľnohospodárstve použije na priamu spotrebu ako potraviny, dôvodom je skutočnosť, že v Afrike pestujú plodiny hlavne malí farmári pre vlastnú obživu.

Riešenie problémov produkcie potravín spočíva okrem iného aj v efektívnej rozvojovej pomoci, ktorá by sa mala zamerať na vzdelávacie projekty v oblasti *prevencií ochorenia zvierat* uplatňovaním noriem prijatých vo vyspelých krajinách a *boj proti škodcom* bez negatívnych vplyvov na zdravie ľudí, zvierat a životné prostredie. Nedostatok zdrojov možno prekonať *systémom úverov* na nákup hnojív a technológií, ktoré zvýšia výnosy a zefektívnia celú produkciu. Celosvetovo má rastúcu tendenciu *organíc-*

ké farmárčenie a bioprodukcia, v Afrike je táto forma zatiaľ poddimenzovaná, ale vzhľadom na zdroje farmárov by mohla byť pre Afriku perspektívnou. Nenúti totiž producentov brať si úvery a zadlžovať sa. Zatiaľ sa vyskytuje organické farmárčenie vo východnej Afrike (0,75 mil. ha) (FAO statistical yearbook, 2014). Pestuje sa tu najmä kakao, káva, olejiny a bavlna a väčšina produkcie sa exportuje do krajín EÚ. Biopalivá sa pestujú najmä v západnej Afrike.

Problém deforestácie možno riešiť sprísnením legislatívy, monitorovaním výrubu, opätovným zalesňovaním vyklčovaných lesov a zaradením zalesnených území do ochranných pásiem. V Afrike je v ochrannom pásme 11,7 % teritória (The Economist, 2014). Keďže pôda a jej správne využitie je základom pre zabezpečenie potravín pre obyvateľstvo, mala by byť vyňatá z obchodovania, resp. by mala o jej predaji či prenájme rozhodovať vláda. V krehkých štátoch subsaharskej Afriky je to však samotná skorumpovaná vláda, ktorá pôdu za výhodných podmienok predáva investorom. Ak už pôdu predáva, mala by byť dohoda transparentná s jasne stanovenými pravidlami týkajúcimi sa regenerácie a starostlivosti o pôdu a životné prostredie a mala by brať do úvahy aj život komún, ktoré celé generácie na tejto pôde žili.

Zoznam bibliografických odkazov

- Cepta. (2008). *Nový výskum odhaľuje zaberanie pôdy v rozvojových krajinách štátmi EÚ*. Retrieved 30.8.2014 from <http://www.cepta.sk/index.php/sk/biopaliva-grantmenu/91-biopaliva/296-novy-vyskum-odhauje-zaberanie-pody-v-rozvojovych-krajinach-tatmi-eu>
- FAO. (2014) *FAO statistical yearbook 2014. Africa food and agriculture*. Retrieved 2.9.2014 from <http://www.fao.org/3/a-i3620e.pdf>
- Folger, T. (2014). Příklad zelená revoluce. *Geo*, október 2014, 56.
- Kitching, G. (1980). Class and Economic Change in Kenya: the Making of an African Petite-Bourgeoisie. In V. Padayachee (Ed.), *The Political Economy of Africa*. Oxon: Routledge.
- Oya, C. 2010. Agro-pessimism, capitalism and agrarian change. In V. Padayachee (Ed.), *The Political Economy of Africa*. Oxon: Routledge.
- Sender, J., & Smith, S. (1984). What is Right with the Berg Report and What's Left of its Critics. In V. Padayachee (Ed.), *The Political Economy of Africa*. Oxon: Routledge.
- The World Bank. (2014). Retrieved 23.10.2014 from <http://www.worldbank.org>
- Tropical forest. A clearing in the trees. (23.8.2014). The Economist, s. 50.
- Zubal'ová Ľ., & Baumgartner, B. (2013). Riziká vplývajúce na potravinovú sebestačnosť Afriky. In Vedecké state obchodnej fakulty 2013. Bratislava: Vydavateľstvo EKO-NÓM.

RECENZIE/BOOK REVIEWS**KNOŠKOVÁ, Ľ. 2015. *Riadenie inovačných procesov*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM. 124 s.**Alica Lacková¹

Technológie a znalosti sú dnes kľúčovým faktorom hospodárskej produkcie a ekonomického rozvoja. Mobilita pracovnej sily a informácií vo svete spôsobujú, že vedomosti a odborné znalosti sa rýchlo prenášajú a umožňujú ekonomickým subjektom, ale aj štátom rýchlo reagovať na zmeny v globálnej ekonomike. Jednou z ciest, ako dosiahnuť pokrok a úspešný rozvoj v jednotlivých sektoroch výroby a služieb na globálnych trhoch, je inovatívne podnikanie. Inovované výrobky, technológie a organizácia výroby prinášajú novú kvalitatívnu úroveň. Základom inovácií je schopnosť podniku vnímať príležitosti na trhu, jeho vnútorná sila, schopnosť inovačne reagovať a jeho znalostná základňa. Inovácie ponúkajú nové riešenia problémov vyvolaných zmenami v podnikateľskom prostredí, požiadavkách zákazníkov, technologickom rozvoji, globalizácii a ďalších aktivitách a zároveň vyžadujú silne konkurenčne orientované trhy a inovačne priaznivé prostredie. Základnou úlohou dnešného manažmentu je zabezpečiť potrebnú úroveň konkurencieschopnosti, čo vyžaduje upriamiť pozornosť najmä na otázky inovácií.

Z tohto pohľadu je vedecká monografia „Riadenie inovačných procesov“ Ing. Ľubice Knoškovej, PhD. veľmi aktuálna a poskytuje komplexný súbor poznatkov z oblasti tvorby nových podnikateľských príležitostí a nových produktov. Autorka definuje cieľ vedeckej monografie takto: „na základe komparácie získaných poznatkov z domácej a zahraničnej literatúry a na základe vlastného výskumu inovačných aktivít firiem v Slovenskej republike identifikovať a analyzovať kľúčové procesy vedúce k tvorbe radikálnych inovačných procesov“.

Štruktúra monografie je vhodne zvolená, pozostáva z piatich kapitol, v ktorých Ľ. Knošková postupne napĺňa súčasti hlavného cieľa. V prvej kapitole rozoberá vzťah podnikania a inovácií, podrobnejšie opisuje historický vývoj prístupov k podnikaniu až po súčasnosť, vysvetľuje rôzne prístupy k vnímaniu podnikateľských príležitostí a spôsobom ich využitia.

Druhá kapitola opisuje rôzne inovačné modely a ich vývoj od lineárneho modelu cez spojovací model až po model otvorenej inovácie, ktorý kladie dôraz na externalizáciu inovačných procesov v znalostnej ekonomike, ako aj využitie a výmenu poznatkov na vytváranie spoločných inovačných príležitostí.

Hodnotenie inovačnej výkonnosti je názov tretej kapitoly, ktorá je venovaná analýze a vyhodnoteniu inovačnej výkonnosti SR v porovnaní s priemerom Európskej únie. Analýza bola realizovaná v dvoch etapách a poukázala na to, ktoré oblasti predstavujú relatívne silné a slabé stránky inovačnej výkonnosti Slovenska za obdobie rokov 2008 – 2014. Autorka v publikácii konštatuje, že hoci sa SR voči roku 2008 dostala z poslednej

¹ doc. Ing. Alica Lacková, CSc.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra tovaroznactva a kvality tovaru, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: alica.lackova@euba.sk

skupiny dobiehajúcich krajín do predposlednej skupiny miernych inovátorov, stále je dynamika rastu inovačnej výkonnosti nízka.

Významnou a detailne rozpracovanou je štvrtá kapitola, v ktorej sa autorka venuje analýze a komparácii inovačných aktivít firiem pôsobiacich na Slovensku a riadeniu inovačných procesov vo firmách, ako aj vymedzeniu faktorov, ktoré odlišujú radikálnych inovátorov od ostatných. Výsledky realizovaného výskumu, do ktorého sa zapojilo 287 firiem, poukázali na skutočnosť, že špeciálne procesy pre radikálne inovácie nadobúdajú vyššiu sofistikovanosť a prispievajú k schopnosti firiem generovať inovačnú kompetenciu ako zásadnú kompetenciu organizácie.

Piata, záverečná kapitola podrobne charakterizuje a opisuje riadenie otvorených inovácií. Autorka uvádza kontrastné princípy uzavretých a otvorených inovácií a poukazuje na to, že otvorený prístup k inováciám umožňuje zvyšovať efektívnosť firiem pri dosahovaní inovačných výstupov na vysokej úrovni novosti, no zároveň predstavuje aj riziko. Úlohou inovačného manažmentu je preto nájsť správnu mieru otvorenosti a spôsob vhodného prístupu k inováciám.

Na záver možno konštatovať, že monografia svojím zameraním prináša ucelený pohľad na problematiku otvorených inovácií a riadenia inovačných procesov. Je využiteľná pre ďalšie vedecké bádanie v danej oblasti, ale môže poslúžiť aj širšej odbornej verejnosti a podnikateľským subjektom na lepšie oboznámenie sa s predmetnou problematikou a aj pri koncipovaní strategických rozhodnutí. Vedecká monografia je spracovaná na vysokej odbornej úrovni, čo svedčí o erudovanosti autorky v danej oblasti.

RICHTEROVÁ, K. – KLEPOCHOVÁ, D. – KOPANIČOVÁ, J. – ŽÁK, Š. 2015. *Spotrebiteľské správanie*. Bratislava: SPRINT 2 s. r. o., 404 s.

Andrej Miklošík¹

Spotrebiteľ je v centre záujmu marketingových manažérov a v konečnom dôsledku aj ďalších osôb, entít a štruktúr v podnikoch a organizáciách rôzneho druhu a zamerania. Správanie spotrebiteľa a jeho rozhodovanie pred realizáciou nákupu, počas nákupu a po nákupe, ako aj vo fáze spotreby, významne ovplyvňuje úspešnosť podnikov, ktoré pôsobia na trhu BC2. Podmienkou toho, aby podnik dokázal efektívne obslúžiť zákazníkov a spotrebiteľov, aby títo boli spokojní a aby si podnik získal ich lojalitu, je poznanie ich preferencií, motívov, postojov a postupov pri rozhodovaní – v skratke – poznanie spotrebiteľského správania a jeho vzorcov. Z tohto dôvodu je problematika skúmania spotrebiteľského správania mimoriadne aktuálna a venuje sa jej náležitá pozornosť ako v oblasti vedeckej a odbornej, tak aj v oblasti praktickej.

Recenzovaná publikácia – vysokoškolská učebnica *Spotrebiteľské správanie* – reaguje na potreby podnikov, ktoré sa snažia čo najviac porozumieť spotrebiteľom a priblížiť sa im. Vďaka tomu, že táto problematika je aktuálna v praxi, je veľmi žiadané aj jej odborné a systematické spracovanie, ktoré môžeme nájsť práve v tejto publikácii. Študenti, ktorí ju budú používať pri vysokoškolskom štúdiu, v nej nájdu cenné a hlavne aktuálne informácie o problematike; pre manažérov bude takisto cenným materiálom pri snahe zlepšiť úroveň produktu, komunikácie, zákazníckeho servisu či minimalizovať spätný tok tovarov, reklamácie a ponákupnú disonanciu.

Publikácia je logicky členená do štyroch hlavných celkov. Prvá časť sa orientuje na charakteristiku spotrebiteľa ako jedinca, ktorý má svoje potreby, motiváciu a schopnosti, ktoré aplikuje aj v oblasti nákupného rozhodovania. Samostatná kapitola sa venuje postojom spotrebiteľa, ktoré sa formujú v konkrétnom pôsobení a sú výsledkom vnútorných procesov, ako aj celého spektra externých faktorov. V druhej časti autori rozoberajú procesy a faktory rozhodovania spotrebiteľských jednotiek, ktoré sú charakterizované ako jednotlivci a rodiny. Blížšie sa skúma proces rozhodovania a aj faktory, ktoré do procesu vstupujú. Samostatná pozornosť je venovaná rodine, ktorá je elementárnou spotrebiteľskou jednotkou a ktorej rozhodovanie je tvorené súborom preferencií, motívov a možností jej členov. V tretej časti autori pripravili prehľad procesu samotného nákupu, pričom sa pozornosť upriamuje na porovnanie procesov v tradičnom a elektronickom nákupe. Ponákupné hodnotenie, ktoré sa uskutočňuje po samotnom nákupe, je rozobraté z rôznych pohľadov, pričom sa autori orientujú aj na viaceré relevantné, najmä zahraničné odborné pramene, napr. Hawkins, Jacoby, Foscht, Swoboda alebo Pechtl. Treba oceniť pomerne široko spracovanú stať o nespokojnosti spotrebiteľa, ktorá vážnym spôsobom ovplyvňuje obchodné výsledky podniku, a to najmä z toho dôvodu, že negatívny sentiment šíria spotrebiteľia niekoľkokrát rýchlejšie a podrobnejšie ako pocity spokojnosti a úžitku z produktu. Vo štvrtnej časti sú sumarizované najnovšie trendy v oblasti spotrebiteľského správania. Táto časť

¹ doc. Ing. Andrej Miklošík, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra marketingu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: miklosik@euba.sk

pôsobí v porovnaní s tromi predchádzajúcimi menej jednotne, napriek tomu je jej organizácia veľmi dobrá a prezentované poznatky sú vysoko aktuálne. Pre každého manažéra je nevyhnutné poznať trendy v spotrebiteľskom správaní, ktoré sú v tejto časti publikácie rozpracované do značnej hĺbky s využitím vlastných poznatkov, výsledkov výskumu autorov a vhodne prezentované aj s aplikáciou prípadových štúdií z praxe.

V závere možno konštatovať, že vysokoškolská učebnica Spotrebiteľské správanie je hodnotnou publikáciou, ktorej štúdium odporúčam nielen podnikom v sektore B2C, spotrebiteľským organizáciám či subjektom podobného zamerania, ale aj všetkým ľuďom, ktorým záleží na poznaní procesov, ktoré sa pri nákupnom rozhodovaní a hodnotení nákupu uskutočňujú v mysli spotrebiteľa. Uvedomenie si týchto postupov je dôležité aj pre samotných spotrebiteľov, ktorí mnohé kroky realizujú intuitívne a ich rekognoskácia im umožní zefektívniť a zlepšiť svoje rozhodovanie a minimalizovať jeho negatívne dôsledky či už na seba, alebo spotrebiteľskú jednotku, ktorej členom sú.

KNOŠKOVÁ, Ľ. 2014. *Manažment dizajnu*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 186 s.Jozef Mláky¹

V súčasnom období sa čoraz viac stretávame na verejnosti a v rôznych médiách s dizajnom v rôznych súvislostiach, najmä v spojení s inováciou produktu. Zákazník prijíma každý nový – dobrý dizajn s potešením, pričom si však neuvedomuje, ako ťažko sa tvoril, aby splnil ich očakávania. Predložené skriptum je zamerané práve na túto oblasť, t. j. jeho tvorbu, problémy spojené so splnením požiadaviek budúcich užívateľov a zároveň na ochranu životného prostredia.

Pojem dizajn je dnes prítomný, početných formách diskurzu počnúc zmienkami v populárnych médiách, cez aplikácie v technickej hospodárskej, a riadiacej sfére až po interné vnútroodborové použitie v rámci teórie a metodológie či histórie dizajnu. Práve vedecká a metodologická dimenzia dizajnu zaznamenala v posledných desaťročiach nebyvalý rozvoj a pomohla dizajnu stať sa rešpektovaným predmetom a odborom výskumu. Recepčia a obraz dizajnu však preto nie je adekvátna jeho stále väčšiemu významu vo všetkých sférach života. Sme často svedkami degradácie profesie dizajnéra na „dodávateľa v službách investora, klienta, priemyslu“, samotný dizajn sa stal „agentúrou pridanej hodnoty“.

Práve v období globalizovanej, postindustriálnej spoločnosti so všetkými jej problémami je dôležité reflektovať tento univerzálne frekventovaný fenomén bez skreslenia a povrchnosti, na ktorej sa, bohužiaľ, podieľajú aj dizajnéri samotní. Správne a kritické vnímanie dizajnu môže prispieť k revitalizácii autonómneho, mienkotvorného potenciálu tejto profesie v priebehu každodennej rutiny. Práve túto oblasť v ostatných rokoch poznačilo inflačné nadužívanie a obsahová erózia. Dnešný dizajn už nie je len „tvorovaním“, ale stáva sa komplexnou odpoveďou na výzvy zložitého systému človek – prostredie. Bez poznania systémových vzťahov a reflektovania komplexity dizajnu a jeho mnohorakých účinkov na vývoj spoločnosti však nemožno, proaktívny a kritický postoj zastávať.

Odborníci, ktorí sa dizajnom zaoberajú prakticky či teoreticky, poznajú úskalia, tejto veľmi širokej oblasti a hlavne rýchle zmeny (spoločenské, ekonomické, environmentálne, módné a technologické), na ktoré dizajn musí okamžite reagovať, robia túto disciplínu ťažko uchopiteľnou. V súčasnosti narastá záujem výrobcov, dizajnérov, sociológov, psychológov a marketingových odborníkov o zapojenie človeka a jeho potrieb do procesu navrhovania od úplného začiatku. Je to pochopiteľný trend, ktorý vychádza zo znechutenia a aj zo zodpovednosti výrobcov z nadprodukcie, hromadenia nepotrebných vecí. Z hľadiska výučby marketingu považujem za dôležité, aby študenti porozumeli procesom vzniku produktu a aj faktu, prečo sú niektoré firmy úspešné a iné nie.

Skriptum Manažment dizajnu sa venuje problematike dizajnu produktov ako významnému faktoru konkurencieschopnosti nielen firiem, ale aj krajín. Integrácia dizajnu do podnikania prispieva okrem národnej konkurencieschopnosti aj k rozvoju všeobecnej tvorivosti a imidžu krajiny v oblasti dizajnu. Autorka sa v publikácii venuje vplyvu krea-

¹ Ing. Jozef Mláky, PhD.; Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra tovaroznalectva a kvality tovaru, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava; E-mail: jozef.mlakay@euba.sk

tivity, dizajnu a inovácií na konkurencieschopnosť a exportnú výkonnosť firmy a krajiny. Charakterizuje priemyselný dizajn a posudzuje ciele a funkcie dizajnu z hľadiska ekonomického, humánneho aj sociálneho, pričom sa zaoberá aj formami a druhmi dizajnu. Učebný text sa venuje problematike spojenej s pojmami produktu a problematiky trhovej súťaže ako rámca, v ktorom sa môžu študenti ekonómie stretnúť s dizajnom vo svojej praxi, a vlastnou disciplínou dizajnu, kde je vysvetlený obsah tohto pojmu a v dostatočnej miere aj jeho konštitučné pojmy.

Priemyselný dizajn sa v súčasnosti stáva dôležitým marketingovým faktorom a neodmysliteľnou súčasťou firemnej politiky. Je vnímaný ako zdroj udržateľnej konkurenčnej výhody. Text hovorí o hlavných oblastiach jeho použitia v hospodárskej praxi. Vizuálne aspekty priemyselného dizajnu a princípy dizajnu ovplyvňujú spotrebiteľské rozhodovanie a spolu s úspešnými formami marketingovej komunikácie zvyšujú zákazníkmi vnímanú hodnotu produktu, čo sa prejavuje zvýšením dopytu, a tým aj priamym ovplyvnením finančných výsledkov firmy. Autorka odhaľuje využitie procesov dizajnérskeho myslenia pri navrhovaní nových produktov v dizajnérskejších alebo multidisciplinárnych tímoch, predstavuje metódy hodnotenia dizajnu, približuje problematiku manažmentu dizajnu vo firme a vzťah k finančným prínosom. Budúcim manažérom tak môžu skriptá pomôcť pochopiť rozdiely medzi introvertným kreatívnym svetom dizajnérov a na výsledky orientovaným extrovertným analytickým prístupom obchodníkov a prepojiť tieto dva svety tak, aby sa pochopili a dokázali efektívne spolupracovať.

Na dotvorenie predstavy o potrebe riadenia dizajnérskejších a inovačných procesov vo firme môžu poslúžiť aj prípadové štúdie na príkladoch etablovaných medzinárodných firiem. V prípadových štúdiách text ilustruje obchodnú prax na príkladoch z odlišných segmentov trhu.

Text je adekvátne členený zo stránky metodickej, venuje pozornosť pojmom tvoriacim rámec dizajnu a jeho miestu v produktovej stratégii podniku. Vhodne sú uvedené kritériá hodnotenia dizajnu a pre študentov ekonómie bude prínosom prehľad pojmov približujúcich dizajnérsku tvorbu z hľadiska manažmentu. Skriptá poskytujú nový rozmer pohľadu na dizajn produktu, a to cez manažment, čo je hlavným prínosom diela. Vyzdvihujú potrebu riadenia dizajnu a jeho využitia pri tvorbe produktových inovácií od samotného začiatku tvorby nových nápadov. Dizajnérske myslenie významne prispieva k efektívnosti multidisciplinárnych inovačných tímov, a preto je pre budúcich manažérov potrebné porozumieť tomu, ako možno prácu dizajnérov v organizácii využiť čo najefektívnejšie pri tvorbe produktov so zameraním na individuálne aj celospoločenské požiadavky.

Skriptá Manažment dizajnu sú spracované na vysokej odbornej úrovni, čo svedčí o erudovanosti autorky v danej oblasti. Publikácia je potrebným učebným materiálom pre povinne voliteľný predmet dizajn produktu a výberový predmet manažment dizajnu a poskytne študentom Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave prehľad o riadení dizajnérskejších a inovačných procesov vo firme. Skriptá sú obohatením súčasných publikácií zaoberajúcich sa dizajnom produktu. Pre nový prístup k problematike využitia dizajnu na globálnom trhu produktov z pohľadu tvorby hodnoty vo vyspelých spoločnostiach aj v rozvojovom svete, na základe využitia participatívneho a inkluzívneho dizajnu sú veľmi aktuálne pre budúcich ekonómov a manažérov vo firmách pri tvorbe nových produktov aj v komunikácii so zákazníkmi.

