

# Studia commercialia Bratislavensia

Vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave

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

Číslo/No.: 54 (4/2022), Ročník/Volume: 15

# Studia commercialia Bratislavensia

Vedecký časopis Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave

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

---

## Redakčná rada (*Editorial board*)

Šéfredaktor (*Editor-in-Chief*)

Robert Rehák

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

Zástupca šéfredaktora (*Deputy Editor-in-Chief*)

Viera Kubičková

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

Výkonný redaktor (*Managing Editor*)

Peter Červenka

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

Ferdinand Daňo

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

Zenon Foltynowicz

Poznań University of Economics and Business, Poland

Michael Gessler

University of Bremen, Germany

Eva Hanuláková

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

Rainer Hasenauer

Vienna University of Economics and Business, Austria

Andrzej Chochół

Cracow University of Economics, Poland

Marzena Jezewska-Zychowicz

Warsaw University of Life Sciences, Poland

Miroslav Karlíček

University of Economics, Prague, Czech Republic

Tomasz Lesiów

Wrocław University of Economics, Poland

Claude Martin

Pierre Mendès France University in Grenoble, France

Rodica Pamfilie

Bucharest University of Economic Studies, Romania

Beciu Silviu

University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine, Romania

Jozef Taušer

University of Economics, Prague, Czech Republic

Cosmin Tileagă

Lucian Blaga University of Sibiu, Romania

Charles M. Weber

Portland State University, USA

Dianne H. B. Welsh

University of North Carolina at Greensboro, USA

Adriana Zait

Alexandru Ioan Cuza University of Iași, Romania

Zuzana Francová

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

Mária Veterníková

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

Andrea Slezáková

University of Economics in Bratislava, Slovak Republic

---

## 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

Číslo 54 (4/2022) bolo vydané v mesiaci December 2022.

No. 54 (4/2022) was edited and published in December 2022.

**ISSN (online)** 1339-3081

|                                                                                                                                               |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Impact of the military crisis in ukraine on the development of the prices<br/>of selected raw materials of chemical production .....</b>   | <b>227</b> |
| Róbert Hula                                                                                                                                   |            |
| <b>The Potential of the EU's Foreign Trade with Ukraine under the Influence<br/>of Geo-Economic Changes .....</b>                             | <b>237</b> |
| Elena Kašťáková – Vladyslav Bato                                                                                                              |            |
| <b>Zmeny v obchode Európskej únie a Spojeného kráľovstva v nových podmienkach<br/>Dohody o obchode a spolupráci .....</b>                     | <b>248</b> |
| <i>Changes in trade between the European Union and the United Kingdom under the new<br/>conditions of the Trade and Cooperation Agreement</i> |            |
| Zuzana Kittová                                                                                                                                |            |
| <b>Vplyv trvalo udržateľných značiek na spotrebiteľské správanie.....</b>                                                                     | <b>259</b> |
| <i>Impact of sustainable labels on consumer behavior</i>                                                                                      |            |
| Marína Korčoková                                                                                                                              |            |
| <b>Slovenská ekonomika v problémoch .....</b>                                                                                                 | <b>277</b> |
| Ľubomíra Strážovská                                                                                                                           |            |
| <b>Ukraine`s economy during the military conflict: assessing damage<br/>and needs for recovery .....</b>                                      | <b>287</b> |
| Yuliia Yehorova                                                                                                                               |            |



# Impact of the military crisis in ukraine on the development of the prices of selected raw materials of chemical production<sup>1</sup>

Róbert Hula<sup>2</sup>

---

## Abstract

*A military conflict beyond our borders has a great impact on society. We are experiencing a huge migration crisis, which we managed together. However, this conflict also affects the prices of basic raw materials. This article provides the reader with an insight into how the prices of selected input raw materials for chemical production in the industry of industrial adhesives have developed. The main purpose of this contribution is to specify the impact of the war conflict and its impact on the prices of input materials for chemical production in the industry of industrial adhesives.*

## Key words

*military crisis, price development, chemical production*

**JEL Classification:** F19

Received: 18.11.2022 Accepted: 7.12.2022

---

## Introduction

The Russian invasion of Ukraine began on February 22, 2022. During this period until today, society experiences a sense of great uncertainty in every area of life. Directly or indirectly, this conflict affects every person and causes general changes on the entire geopolitical scale.

We decided to focus our activities on selected raw materials for chemical production, specifically in the segment of industrial adhesives production. Specific raw materials will not be precisely specified and will be referred to by a generic name due to the sharing of sensitive information. This segment is specific in that it is a very similar procedure in chemical production and it is not possible to alternate inputs in production. It is widely known that the raw materials for the production of industrial hot melt adhesives are wax, resin and EVA copolymer. The properties of the products are obtained by different proportions of these raw materials in the final product.

The aim of this contribution is to identify, describe and evaluate the impact of the war conflict of the invasion of Russia in Ukraine on the development of the prices of selected input raw materials of chemical production. Part of this research is the internal data of the company, which we will not name in this post. We will refer to the company as CHemPro. The data that we have analyzed in this post relate to three selected raw materials, in general

---

<sup>1</sup> This contribution is the output of the project KEGA 032EU-4/2020 Implementation and Educational Model of Intelligent Business Logistics

<sup>2</sup> Ing. Róbert Hula, University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce, Department of Marketing, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, robert.hula@euba.sk

we can state that these are the three basic raw materials that are part of the production of EVA hot melt adhesives, namely natural resin, wax and selected EVA copolymer.

In summary, for the processing of this contribution, we used the analysis of systematically collected scientific and commercial content - investigating the given issue. Subsequently, with the help of analysis, synthesis, comparison and abstraction, we created a concept that corresponded to the set goals and answered the research question. To fulfill the goal of this paper, we set one research question:

*RQ: What effect does the war conflict in Ukraine have on the price development of selected raw materials?*

## **1 Methodology**

The aim of this paper is to define and point out the impact of the military crisis in Ukraine on the price of raw materials for chemical production. Another goal of this paper is to describe the development of the prices of raw materials for chemical production, with an emphasis on the raw materials that enter the production process in the production of hot melt adhesives.

In summary, for the processing of this contribution, we used the analysis of systematically collected scientific and commercial content - investigating the given issue. Subsequently, with the help of analysis, synthesis, comparison and abstraction, we created a concept that corresponded to the set goals and answered the research question.

In order to fulfill the goals of this paper, we set one research question:

*RQ: What effect does the war conflict in Ukraine have on the price development of selected raw materials?*

## **2 Results and discussion**

Currently, there are several trends that have a great impact on the prices of chemical raw materials. In the following part, we will look at the impact of two major moments of recent years, namely the COVID-19 health crisis, which threatened the lives of residents, but had a fundamental impact on work activity and production within state economies, because states were forced by circumstances sometimes resorting to border solutions - lockdowns that affected various types of economic activities - including production, transport and trade.

The second investigated variable was the start of the military conflict in Ukraine and thus the armed incursion of the Russian Federation into the territory of Ukraine. This moment affected the development of prices again. But this moment also affected the supply of raw materials to central warehouses within various segments.

## **2.1 Raw materials of chemical production**

Hot melt adhesives have been commercially available for a long time and are used in a wide variety of applications to bond different materials and replace heavier joints such as metal fasteners. In recent years, the packaging industry prefers to use polyolefin-based hot-melt adhesive, because polyolefin provides easy processing, low solidification time, almost no odor, and heat-sealing ability, so it is more efficient than EVA adhesives in all respects, but in the previous period, its price was compared to EVA higher than competing products.

The increase in demand for adhesives for various applications has led to the investigation of different types of adhesives. Polymer-based adhesives can generally be divided into water-based adhesives, solvent-based adhesives, reactive adhesives, and hot melt adhesives (HMs) depending on the curing or setting/drying process. Since hot melt adhesive does not use any solvent, it provides an environmentally friendly solution.

To prepare EVA hot melt adhesive, chemical engineers must follow four main basic ingredients, their proportions are variable. The first is the EVA polymer as the base forming the EVA platform, the second is the resin (can be used hydrocarbon or natural) used to increase the wetting of the surface, to change the adhesion and to change the flexibility of the polymer, the third is the low-molecular waxes used to reduce the high viscosity hot melt adhesive in a usable range and finally it is an antioxidant that prevents oxidation of the resin and aids in processing. (Bin Ghani, 2015)

For the purposes of this research, we selected 4 basic raw materials that form the basis for EVA hot melt adhesives and analyzed their market price growth. We selected the following raw materials:

- EVA copolymer – Primeva P 28400;
- hydrocarbon resin - Escorene Ultra UL 04028CC;
- wax – Sarawax SX 105;
- antioxidant – Kinnox 10.0.

## **2.2 The military conflict in Ukraine and its impact on the development of prices of raw materials for chemical production**

In February 2022, a conflict arose on the territory of Ukraine, and this conflict has a great impact on society as such, in this article we demonstrate its effect only on chemical raw materials and the industry of industrial hot-melt adhesives - however, this effect is a strong demonstrative effect that accompanies the complex chemical industry and to a certain extent measures represents and copies the trend in other branches of chemical production. We can also see this effect in the development of propellants - they represent the simplest way of combining polymers in chemical production.

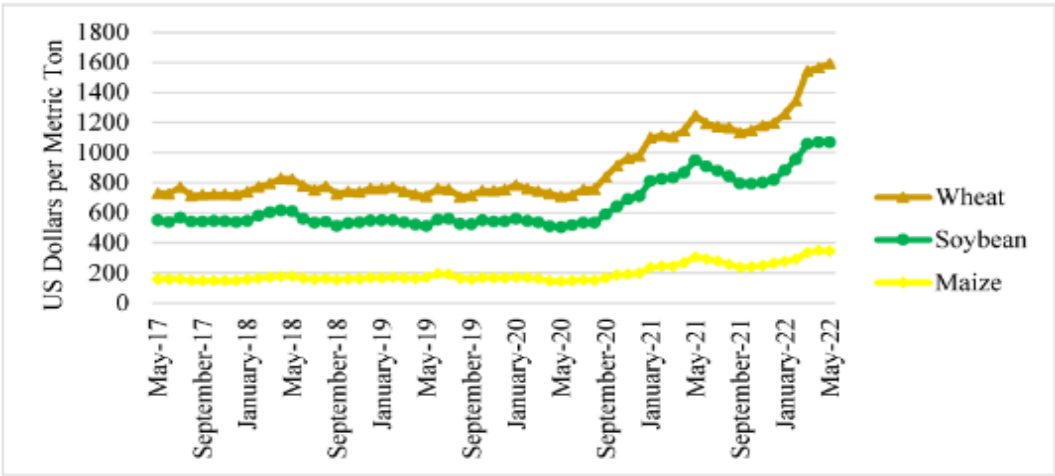
The destruction caused by the Russian-Ukrainian armed conflict has drastically reduced people's well-being. This situation will become even more problematic when cooler conditions return to Ukraine later this year. Rising inflation and property prices will also present challenges for the poorest looking for affordable homes with good living conditions. The dramatic cycle has already begun. Rising fuel and fertilizer costs have reduced farm yields and increased food costs. This reduced household incomes and living standards and increased poverty and social instability. (Pereira et al., 2022)

The Russian-Ukrainian armed conflict caused severe disruption to the global economy (Guenette et al., 2022). According to the UN (2022), conflict directly or indirectly affects billions of people on our planet. We are currently experiencing a huge increase in the cost of living, an increase in food prices and an increase in the prices of input materials as such. The UN has set Sustainable Development Goals (SDGs) until 2023, which will be very difficult to achieve due to these circumstances. COVID-19 and the Russian-Ukrainian armed conflict are affecting global efforts to achieve these SDGs, as it is uncertain when COVID-19 will pass or moderate enough to stop affecting people's lives and when the conflict itself will end. Even before these events, many countries were trying to meet the set goals of the SDGs (e.g. Sarvajayakesavalu, 2015; Khalid et al., 2021). For many, it was already a race against time (Arora and Mishra, 2019). Challenges to meet the goals of sustainable development by 2030 will be even higher given the current conditions. Uncertain times are coming when households will be forced to think about expenses, and industrial companies will also be forced to look for new sources, or production possibilities, in order to reduce the prices of their products and services.

One of the most serious aspects of the Russian-Ukrainian armed conflict is the increase in global inequality. Rising prices and global economic disruption are driving up debt in Latin American and Caribbean countries. According to the World Bank (2022c), the most immediate effects of the conflict are in emerging market developing economies through trade in commodities (e.g. oil and gas, but also raw materials for chemical production). (Pereira et al., 2022)

The following graph demonstrates the price development of three basic raw materials, the trend of which is comparable to the price development of chemical production raw materials. It shows the development of wheat, soybean and corn prices.

**Figure 1** Development of the prices of basic raw materials for food production



Source: World Bank. 2022. Available online on 30/10/2022 at <https://data.worldbank.org/>

We are interested in developments before and after February 2022, when the armed conflict in Ukraine began. We see that after January 2022 the trend is rapidly increasing and it is copying the trend in the raw materials of chemical production. Global food prices rose drastically in 2022, especially in March, a month after the Russian attack on Ukraine. World



soybean prices rose by 8.91% in March and rose again by around 0.03% and 0.46% in April and May, respectively. The price of corn rose more than the price of soybeans, rising 14.66% in March 2022, 3.77% in April 2022 and 0.95% in May 2022. The biggest increase in prices among all food products was recorded by wheat. The price of this commodity rose to 24.53% in March and then rose again in April (1.85%) and May (5.45%). According to FAO (2022), global food and feed prices will increase by 8% to 22% above their current high levels if this conflict is not resolved soon.

According to other studies published so far, the war also increased the prices of other foods. In Afghanistan, as a result of the war, for example, food prices have risen in general. As Afghanistan is culturally not a major global food supplier, the impact of the price increase was felt only on the domestic market (Gohar et al., 2013). In the case of Russia and Ukraine, the situation is diametrically different, because both countries are important producers of food raw materials. The availability of these raw materials can be significantly reduced during a military conflict, while the demand remains the same or even increases. As a result, the gap between supply and demand, as well as food prices, will increase (Hussein et al. 2021).

According to Ali and Lin (2010), the war increased the cost of food, which was passed on to the consumer at a high price. In the food industry, the effect of cost efficiency is more than offset by the effect of market power, leading to lower food prices. This situation also occurs in the conflict between Russia and Ukraine, where there are additional costs for food distribution due to increasing insurance premiums for ships planning a port of loading in the Black Sea region (FAO, 2022). This insurance is necessary to protect food distribution from war damage.

For this reason, in our work we focused on comparing the growth in the prices of chemical production raw materials over time before February 2022 and after this date in selected four raw materials and confronting it with the growth in food prices.

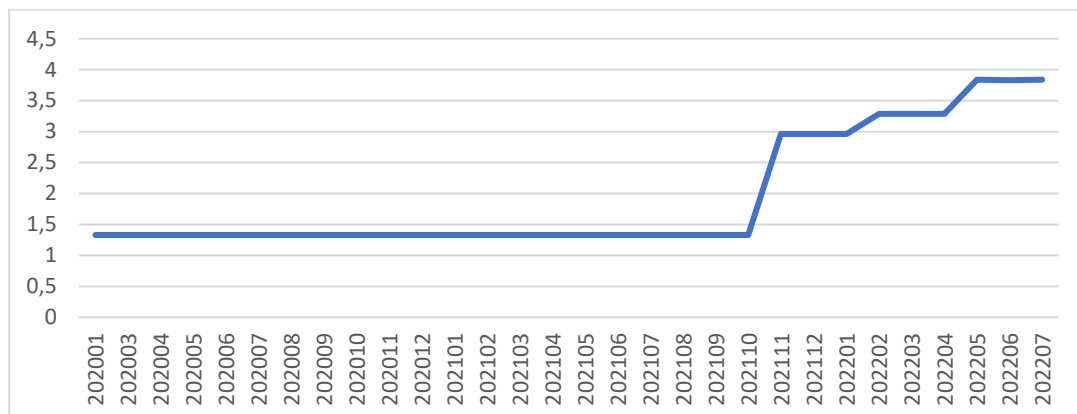
## **2.3 Development of prices of raw materials for chemical production**

This part of the contribution is focused on characterizing the changes in the development of the prices of selected four input raw materials. We are following this trend on the timeline from the beginning of 2020 to July 2022. Our effort was to capture the development in the period before and after the outbreak of the conflict and to describe whether the trend is increasing or decreasing, or whether it is similar to the increase in the prices of raw materials of the food industry. We obtained the prices by asking selected suppliers.

- Development of the market price of EVA copolymer – Primeva P 28400

In the following section, we are interested in the development of the price of the basic EVA copolymer Primeva P 28400. We monitor this development in the period from January 2020 to July 2022.

**Figure 2** Price development of EVA copolymer Primeva P 28400 (01.2020 – 07.2022)



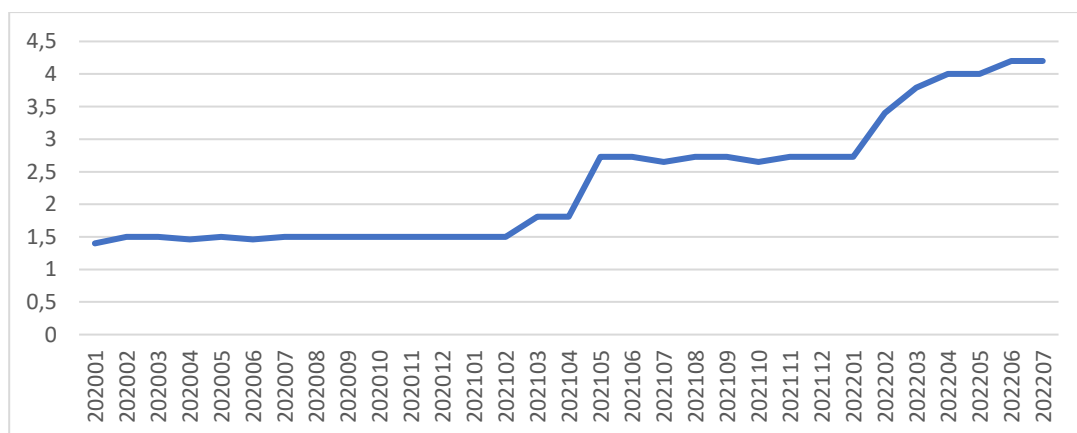
Source: own processing.

From the graph we can see the fact that for the EVA copolymer Primeva P 28400 we noticed an increase in the price even before the outbreak of the conflict, which was in February 2022. This increase is caused by a reduced supply and insufficient coverage of demand, which was manifested in the lack of stocked quantities at suppliers. This was also caused by the effect of COVID-19, because during this period the largest ports in China were closed and it was not possible to ensure the supply of raw materials. But we also see a significant increase in the graph in February 2022, when the price climbed from €2.96 (January 2022) to €3.29 (February 2022) and this growth continued up to the level of €3.84 (July 2022). We can state that in the monitored period of two and a half years there is an increase in the price of this raw material by 188.22%, of which after February 2022 we record a price increase of 29.72% compared to the current price.

- Development of the market price of hydrocarbon resin - Escorene Ultra UL 04028CC

V nasledujúcej časti nás zaujíma vývoj ceny základnej uhl'ovodíkovej živice - Escorene Ultra UL 04028CC. Tento vývoj sledujeme v období od januára 2020 po júl 2022.

**Figure 3** Development of the market price of hydrocarbon resin - Escorene Ultra UL 04028CC (01.2020 – 07.2022)



Source: own processing.

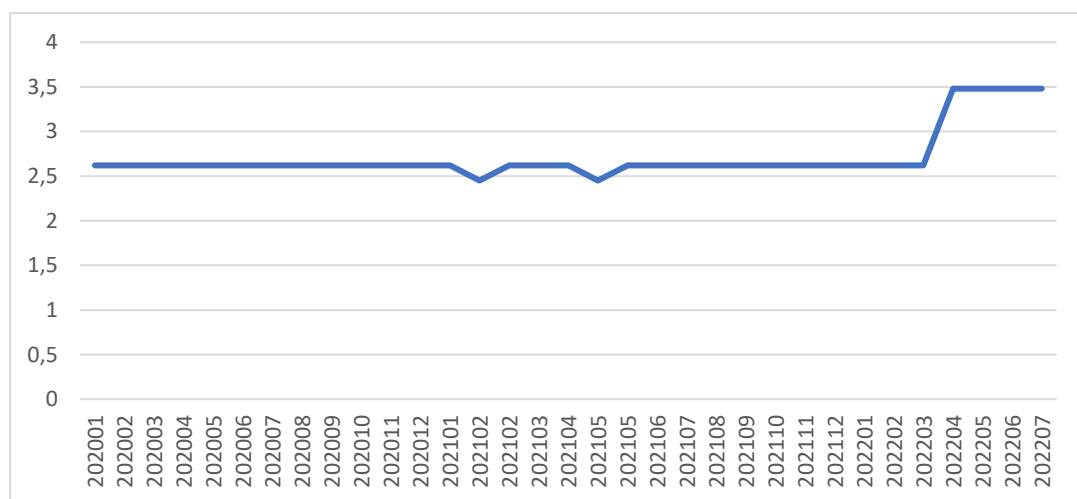
We can state that the price increase in the entire monitored period is 200%. Of this, in the period after February 2022, we recorded an increase in the price from €2.73 to €3.4, which represents a price increase of 24.5% in just one month. The trend after this period continued to grow and if we were to compare the price from January 2022 with the price in July 2022, there is an increase of 53.8% (from €2.73 to €4.2). This increase is one of the largest the increase we have recorded and clearly declares the impact of the military conflict in Ukraine on the price development of input raw materials for chemical production.

- Development of the market price of wax - Sarawax SX 105

In the following part, we are interested in the development of the price of wax - Sarawax SX 105. We follow this development in the period from January 2020 to July 2022, and again on the following graph we can see a similar growing trend over time.

We perceive a large increase precisely in the period after the outbreak of the conflict - i.e. after February 2022. The price level increased from €2.62 to €3.48 per kilogram. We can state that the military conflict had the greatest impact on the price change itself for this type of raw material, and during the period from its outbreak to July 2022, we recorded a price increase of 32.82%. In general, we can state that in the segment of oils and waxes there was not such a rapid increase in prices as in the case of other types of raw materials, however, this raw material is part of every single manufactured product in the largest volume, which represents a significant increase for manufacturing companies that they have to reckon with.

**Figure 4** Development of the wax price – Sarawax SX 105 (01.2020 – 07.2022)



Zdroj: own processing.

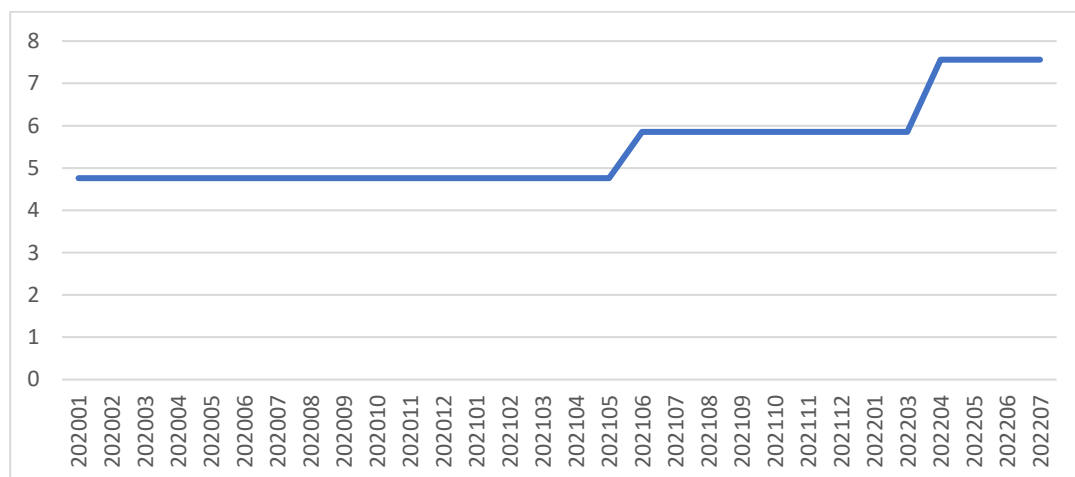
During the monitored period, we also recorded price fluctuations during the first half of 2021, but these fluctuations had no impact on the overall price of the raw material.

- Development of the market price of the antioxidant - Kinnox 10

In the following section, we are interested in the development of the price of the basic antioxidant – Kinnox 10. We follow this development in the period from January 2020 to July 2022.

We can state that the price increase in the entire observed period is by 58.82%. Of this, in the period after February 2022, we recorded an increase from €5.85 to €7.56 per kilogram. This is an increase of 29.23%, which represents more than half of the total price increase. We can clearly declare that the price was also significantly influenced in the last fourth case precisely by the conflict between Russia and Ukraine.

**Figure 5** Development of the price of antioxidant – Kinox 10 (01.2020 – 07.2022)



Zdroj: own processing.

## Conclusion

Society not only in Europe is greatly affected by the events that have been taking place in Ukraine since February of this year. The purpose of this contribution was to describe the impact of the military crisis in Ukraine on the development of the prices of raw materials for chemical production. He familiarized the reader with the development of prices and clearly pointed out how the situation affected the price development of selected raw materials. We can state that this growing trend is similar to the trend of raw materials in the food industry.

The segment of the production of industrial adhesives, specifically EVA hot-melt adhesives, has a very wide range of uses and is found in every area of consumer life. The increase in the prices of input costs will affect the final prices of the products. Hot-melt adhesives are used not only in the furniture and woodworking industry, or in the bookbinding industry, but hot-melt adhesives are used to seal all packages in the food industry. In this post, we clearly pointed out the dependence of price growth on the war conflict in Ukraine. We see that during the conflict the price does not decrease, on the contrary, it increases or maintains a higher level.

The initial increase in prices is also recorded due to the impact of closed ports in the China Sea during the COVID-19 pandemic, but we noticed a more significant impact precisely with the start of the armed war conflict. The pitfalls of our research may be a narrower scope of selected raw materials, the development of which we followed in the period from January 2020 to July 2022. However, the difficulty of obtaining data limited us only to this

subject selection. On the other hand, part of this research is a relevant sample that represents the base of each hot melt adhesive on the chemical base of EVA copolymers, namely EVA copolymer, resin, wax and antioxidant. The combination of these raw materials appears in all available products currently on the market and symbolizes the growth of the prices of these products in the industry. In practice today, we encounter the fact that EVA hot melt adhesives are also replaced by polyolefin-based adhesives - metallocenes for this reason.

We can conclude that, based on the mentioned facts and overviews of the development of the prices of selected raw materials, the military conflict in Ukraine has a significant impact on the development of selected raw materials of chemical production. For some of the types – resins and antioxidants, we noticed a growing trend even before the outbreak of this conflict. It is related to the Covid-19 pandemic and the restriction of the supply of raw materials from Chinese ports. They were continuously closed during these periods due to the spread of the Covid-19 pandemic.

An interesting field of research in the future may be a comparison of the two types of industrial adhesives EVA and metallocenes and their price development. Research areas can be both the impact of the war conflict in Ukraine and the energy crisis that is knocking on our door.

## References

- Arora, N. K. & Mishra, I.: United Nations Sustainable Development Goals 2030 and environmental sustainability: race against time. In: *Environmental Sustainability*, 2019, 2.4: 339-342.
- Bin Ghani, M. S. H. (2015): Development of hot melt EVA adhesive for packaging industry. [online]. In: *Faculty of Chemical & Natural Resources Engineering*
- Fao. (2022). *The Importance of Ukraine and the Russian Federation for Global Agricultural Markets and the Risks Associated with the Current Conflict*; FAO: Rome, Italy, 2022.
- Gohar, A. A., Ward, F. A. & Amer, S. A. (2013): Economic performance of water storage capacity expansion for food security. In: *Journal of Hydrology*, 2013, 484: 16-25. <https://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2013.01.005>
- Guenette, J. D., Kenworthy, P. G. & Wheeler, C. M. (2022): Implications of the War in Ukraine for the Global Economy. 2022. In: *Open Knowledge Repository*. [Citované 30. 10. 2022.] Available on: <https://openknowledge-e.worldbank.org/handle/10986/37372>
- Hussein, M., Law, Ch. & Fraser, I. (2021): An analysis of food demand in a fragile and insecure country: Somalia as a case study. In: *Food Policy*, 2021, 101: 102092. Available online: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102092>
- Khalid, A. M., Sharma, S. & Dubey, A. K. (2021): Concerns of developing countries and the sustainable development goals: Case for India. In: *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 2021, 28.4: 303-315., <https://doi.org/10.1080/13504509.2020.1795744>
- Mustafa, S. (2022). *The importance of Ukraine and the Russian Federation for global agricultural markets and the risks associated with the current conflict*, High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition. Italy. Dostupné na internete: <https://policy-commons.net/artifacts/2473500/the-importance-of-ukraine-and-the-russian-federation-for-global-agricultural-markets-and-the-risks-associated-with-the-current-conflict/3495557/> on 31 Oct 2022. CID: 20.500.12592/kqn12g.

- Nasir, M. A., Nugroho A.D. & Lakner Z.: Impact of the Russian–Ukrainian Conflict on Global Food Crops. In: *Foods*. 2022; 11(19):2979. <https://doi.org/10.3390/foods11192979>
- Pereira, P., Zhao, W., Symochko, L., Ignacio, M., Bogunovic, I. & Barcelo, D. (2022): The Russian-Ukrainian armed conflict will push back the sustainable development goals, In: *Geography and Sustainability*, Volume 3, Issue 3, 2022, Pages 277-287, ISSN 2666-6839, <https://doi.org/10.1016/j.geosus.2022.09.003>.
- Sarvajayakesavalu, S. (2015): Addressing challenges of developing countries in implementing five priorities for sustainable development goals. In: *Ecosystem Health and Sustainability*, 2015, 1.7: 1-4., <https://doi.org/10.1890/EHS15-0028.1>
- Universiti Malaysia Pahang, (2015). [online] Available on: <http://um-pir.ump.edu.my/id/eprint/12682/1/FKSA%20-%20MOHD%20SYAHMI-%20HAFIZI%20GHANI%20-%20CD%209578.pdf>

# The Potential of the EU's Foreign Trade with Ukraine under the Influence of Geo-Economic Changes<sup>1</sup>

Elena Kašťáková<sup>2</sup> – Vladyslav Bato<sup>3</sup>

---

## Abstract

*At the beginning of the given century, the world economy, especially Ukraine and the EU, faced many geo-economic changes, and the origin of such changes is due to both external and internal influences. The aim of this contribution is to examine mutual trade relations between the EU and Ukraine based on the trade complementarity index and to establish possible scenarios for the mutual development of economic relations affected by current geo-economic changes. Based on the results, we concluded that since 2014 there has been a positive development in the European integration process in Ukraine. This integration is dynamic by nature and is dependent on the political and social actors involved in the decision-making process. As a result, different scenarios and events must be considered to successfully complete the democratic transformation of Ukraine's political and economic systems and avoid obstacles that could cause the process to be delayed.*

## Key words

*Ukraine, EU, foreign trade, Trade Complementarity Index, potential of economics relations*

**JEL Classification:** F14, F19

Received: 23.11.2022 Accepted: 7.12.2022

---

## Introduction

For many centuries, Ukraine and EU countries have been connected to each other in political, cultural, trade, and economic relations. Currently, relations between Ukraine and the EU are marked by the still ongoing Russian-Ukrainian military conflict, which escalated in February 2022. Despite the current unfavorable economic situation in Ukraine, the EU is still one of the most important players in Ukrainian economic relations, whether in business or investment, but also in scientific, technical, and cultural cooperation, the implementation of joint projects in the field of humanitarian programs, security, environmental protection, and strategic planning. At the beginning of the 21st century, the world, especially Ukraine and Europe, proved to be facing many changes, and the origin of new processes is due to both external and internal reasons. With new trends, new general norms are also created in areas such as social policy, migration, intelligence, foreign policy, security rules, and related issues.

The development of Ukraine's cooperation with the EU began to take shape through its political-economic orientation and based on its integration process. It is a state with great potential for human and natural resources. A significant change occurred only in connection

---

<sup>1</sup> This paper is a part of a research projects: VEGA 1/0039/20 *The Importance of the Eurasian Economic Union for Shaping of EU Trade Strategies (with Implications for Slovakia)*

<sup>2</sup> Elena Kašťáková, Ph.D., Associate Professor, University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce, Department of International Trade, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, Slovakia, [elena.kastakova@euba.sk](mailto:elena.kastakova@euba.sk)

<sup>3</sup> Vladyslav Bato, Ph.D. Student, University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce, Department of International Trade, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, Slovakia, [vladyslav.bato@euba.sk](mailto:vladyslav.bato@euba.sk)

with the EU Eastern Partnership project, of which Ukraine became a member in 2009 and in 2014 by signing the economic and political parts of the association agreement, which entered into force in 2016 as the Deep and Comprehensive Free Trade Area Agreement (DCFTA). The given article will point out the potential for trade relations between the EU and Ukraine to be affected by the current geo-economic changes taking place in international economic relations.

## 1 Work methodology

The aim of this contribution is to examine mutual trade relations between the EU and Ukraine based on the trade complementarity index and to determine possible scenarios of the mutual development of economic relations affected by current geo-economic changes. To achieve the goal, in addition to basic general scientific methods, quantification methods were also used through a selected one-factor indicator of the trade involved, the trade complementarity index.

The trade complementarity index expresses the extent to which countries are natural trading partners. From this point of view, the index measures whether the export of the first trading partner overlaps with the import of the second trading partner and expresses whether the export of one trading partner participates in the import of the other trading partner. This index shows how the idea that both countries can benefit from more trade between them can be used to evaluate bilateral or regional trade relationships (WTO, 2012).

However, the trade complementarity index is not suitable for all countries. This case applies to countries that are very geographically distant and therefore incur high geographical and transaction costs, and thus are not ideal trading partners, even if the trade complementarity index acquires high values. We calculate the given index as follows:

$$TCI^{ij} = 100[1 - \sum_{k=1}^m |m_k^i - x_k^j| / 2](1)$$

were

$x_{[ij]}$  – denotes the proportion of product  $k$  in the total exports of country  $j$ ,

$m_{[ik]}$  – denotes the proportion of product  $k$  in the total imports of country  $i$ .

Range of values: the index can reach values from 0 to 100. If = 100, the countries are ideal business partners. On the contrary, if = 0, we say that the countries are ideal competitors that are exactly matched in terms of exports and imports.

## 2 Results and discussion

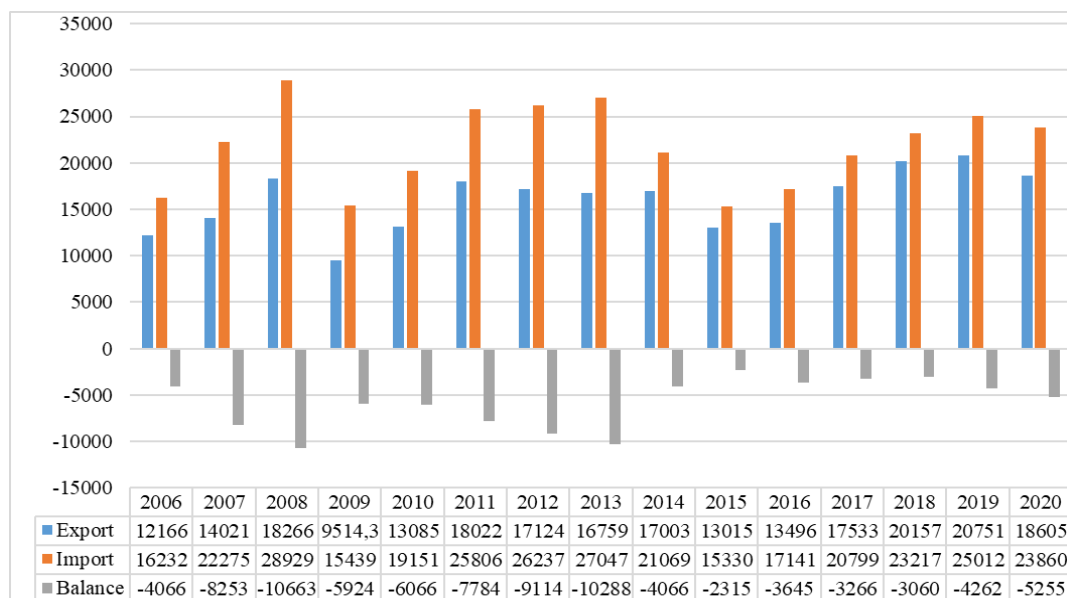
Currently, Ukraine is moving towards European integration, which means a step forward for the country to further progress through the development of its political system, democracy, civil society, economy, and ensuring security and peace on its territory. Ukraine has signed multilateral trade agreements within the international organizations of which it is a member. In addition to the DCFTA at the bilateral level, it has signed agreements on economic, scientific, and technical cooperation with individual EU member states, which largely affect the positive development of mutual foreign trade with the given EU member countries, which includes Slovakia.



## 2.1 Development of foreign trade between Ukraine and the EU

The development of foreign trade between the EU and Ukraine had a fluctuating tendency in the monitored period. The biggest slumps in mutual goods exchange were observed during the financial crisis (in 2009) and during the first Russian-Ukrainian conflict in 2014. Chart 1 displays more detailed data on goods trade between Ukraine and the European Union. It should be noted that since 2014, all data in the work are given without considering the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea, Sevastopol, and part of the temporarily occupied territories in the Donetsk and Luhansk regions.

**Chart 1** Development of foreign trade between Ukraine and the EU in 2006–2020



Source: own elaboration based on UKRSTAT data, 2022

Ukraine's exports are steadily increasing, while imports from the EU are gradually decreasing, and the negative trade balance is improving. It should be remembered that during the crisis periods (2008–2009 and 2014–2015), the volume of foreign trade not only with the EU but also in general decreased significantly. For Ukraine, these periods were marked by a difficult financial situation and stagnation in production, a difficult political situation, and long-term instability in all spheres of the country's life.

According to the State Statistical Office of Ukraine, exports of goods from Ukraine to the EU have doubled over the past 15 years (for comparison, in 2005, exports from Ukraine to the EU reached USD 10,293.3 million, and in 2019, they reached a record high for the period under review of USD 20,752.3 million USD). These results were achieved thanks to good cooperation between Ukraine and Europe, which led to the opening of borders, duty-free access to one of the strongest world markets for most Ukrainian products, increased exports to the EU, and opportunities for cooperation with European companies. As a result, the demand for Ukrainian products has increased, including in the markets of third countries, in connection with the implementation of European standards.

According to the Ministry of Economy of Ukraine, the share of EU countries in the total export of Ukrainian goods in 2020 was 40.3% of the total export to countries around the world, which indicates the growth of the share of EU member countries in the territorial structure of Ukraine's foreign trade. The European Union is in first place in terms of Ukrainian exports, so the EU is a key strategic partner for Ukraine in foreign trade with goods and services (Ministry of Economy of Ukraine, 2021).

## 2.2 Commodity structure of mutual foreign trade

**Tab. 1** Commodity structure of export and import between Ukraine and the EU in 2020

| The name of the goods according to the Ukrainian classification of foreign goods economic activity | Export                 |                       | Import                 |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
|                                                                                                    | in thousand US dollars | % of the total volume | in thousand US dollars | % of the total volume |
| Together                                                                                           | 18604909.9             | 100.0                 | 20480943.1             | 100.0                 |
| including                                                                                          |                        |                       |                        |                       |
| Goods of plant origin                                                                              | 3369306.5              | 18.1                  | 620499.6               | 2.6                   |
| <i>of them cereals</i>                                                                             | 1780410.0              | 9.6                   | 92827.5                | 0.4                   |
| Prepared foods                                                                                     | 996421.8               | 5.4                   | 1942910.1              | 8.1                   |
| Mineral products                                                                                   | 2069497.0              | 11.1                  | 2087216.8              | 8.7                   |
| Products of the chemical and related industries                                                    | 552296.1               | 3.0                   | 4500757.0              | 18.9                  |
| Base metals and articles from them                                                                 | 3102854.6              | 16.7                  | 1212291.7              | 5.1                   |
| <i>of which ferrous metals</i>                                                                     | 2513941.4              | 13.5                  | 332998.5               | 1.4                   |
| Machines, devices, and mechanisms; electronic device                                               | 2746504.9              | 14.8                  | 5091676.2              | 21.3                  |
| <i>of them nuclear reactors, boilers, machines</i>                                                 | 532764.4               | 2.9                   | 3123250.4              | 13.1                  |
| <i>and electrical machines</i>                                                                     | 2213740.5              | 11.9                  | 1968425.8              | 8.2                   |
| Land vehicles, aircraft, floating vehicles                                                         | 231377.3               | 1.2                   | 2846866.7              | 11.9                  |
| <i>of them land means of transport except for railways</i>                                         | 42055.4                | 0.2                   | 2711943.2              | 11.4                  |
| Other product groups                                                                               | 5528396.7              | 29.7                  | 5456346.7              | 23.4                  |

Source: own elaboration based on UKRSTAT data, 2022

The analysis of the commodity structure of trade operations shows that Ukrainian exports of goods to the EU were dominated by products of the agricultural complex, the metallurgical complex, the engineering industry, the chemical industry, and mineral products. The commodity structure of exports from Ukraine to the EU consisted mainly of raw materials and semi-finished products, which testifies to the insurmountable legacy of the past

and is not a consequence of the Association Agreement or the reorientation of the Ukrainian economy to the EU markets. But because of Ukraine's economic integration with the EU, the tendency to export more finished goods is growing, while exports of raw materials and semi-finished goods are falling (Ministry of Economy of Ukraine, 2021).

According to the State Statistical Office of Ukraine, trade with the European Union in natural gas, oil, automobiles, and pharmaceutical products had a negative trade balance. The commodity structure of imports from the EU to Ukraine in 2020 consisted mainly of finished food products, mineral products, chemical products and related industries, engineering products (of which nuclear reactors, boilers, and machines made up 13.6% of total imports from the EU), electric vehicles (7%) and land vehicles, aircraft, and floating vehicles (of which land vehicles, excluding rails, accounted for 12.4% of total imports from the EU).

The signed DCFTA between Ukraine and the EU brought positive results for both sides. This is evidenced by the indicators of bilateral trade in agricultural products, which grew continuously in the period under review. In the metallurgical or chemical industry, finished Ukrainian products with a higher added value were more easily promoted on the European market than semi-finished products with a lower added value (Diia Business, 2022).

## **2.3 Territorial structure of Ukraine's foreign trade with EU countries**

In 2020, Ukrainian companies exported the most goods to Poland: 20.5% of the total exports to EU countries. The next most important destinations were Italy (12.8%) and Germany (10.5%). The next biggest buyers of Ukrainian goods in Europe were Spain, Hungary, the Czech Republic, the Netherlands, and Romania. Together, these five countries bought almost two-thirds of all Ukrainian exports to the EU. A detailed overview of the territorial structure is shown in Tab. 2.

It is unfortunate that Ukraine exports relatively little, for example, to Scandinavian countries. None of these countries are among the top ten most popular destinations, although they are solvent markets. The situation can be partly explained by logistics costs, but in the structure of Ukrainian exports, Slovakia, and Austria, which are relatively close to it, have little weight. It can be explained either by the quality of the goods, which does not meet the needs of these markets, or by insufficient supply (Davydenko, 2021).

Germany was the EU country that supplied the most goods to Ukraine. Thanks to the sale of gas and oil products, goods for nuclear energy, cars, pharmaceuticals, and chemicals, this country provided 22.4% of the total imports from European countries to Ukraine. In total, in 2020, Germany exported goods worth almost 5 billion US dollars to Ukraine. The next largest exporters to Ukraine were Poland (17.4%), Italy (8.9%), and Hungary (5.9%), which were among the most important exporters to Ukraine from EU countries thanks to cars, pharmaceuticals, oil, and gas products.

**Tab. 2** Territorial structure of export and import between Ukraine and the EU in 2020

| Country            | Export                 |                       | Import                 |                       | Balance    |
|--------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------|
|                    | in thousand US dollars | % of the total volume | in thousand US dollars | % of the total volume |            |
| Together           | 18604909.9             | 100                   | 23859713.0             | 100                   | -5254803.1 |
| including          |                        |                       |                        |                       |            |
| Spain              | 1250213.7              | 6,7                   | 735137.4               | 3.1                   | 355666.7   |
| Italy              | 1928906.3              | 10.4                  | 2128733.9              | 8,9                   | -199827.6  |
| Netherlands        | 1802205.9              | 9.7                   | 750840.0               | 3.1                   | 1051365.9  |
| Germany            | 2071739.4              | 11.1                  | 5339677.7              | 22.4                  | -3267938.3 |
| Poland             | 3272683.1              | 17.6                  | 4140911.8              | 17.4                  | -868228.7  |
| Romania            | 1080954,2              | 5.8                   | 682434.6               | 2.9                   | 398519.6   |
| Hungary            | 1263810.4              | 6.8                   | 1399536.4              | 5.9                   | -135726.0  |
| Czech Republic     | 826278.3               | 4.4                   | 961721.3               | 4.0                   | -135443.0  |
| Other EU countries | 4441266.8              | 23.9                  | 6986294.2              | 29.3                  | -2545027.5 |

Source: own elaboration based on UKRSTAT data, 2022

## 2.4 Mutual trade relations of Ukraine and the EU based on the calculation of mutual trade complementarity index (TCI)

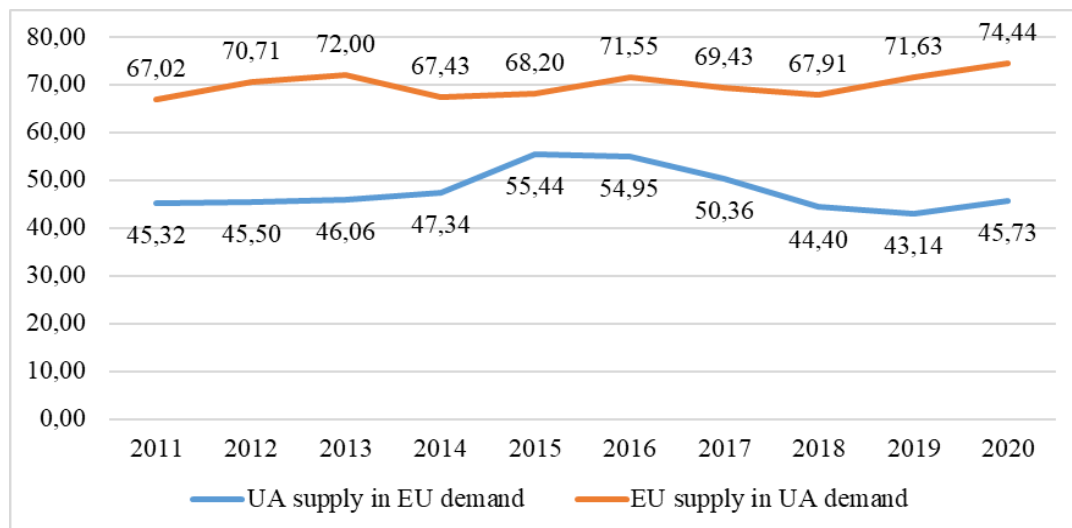
For the further direction of mutual trade, it is important to look at the extent to which the total imports and supplies of goods in the monitored countries overlapped. During the monitored period, the trade complementarity index (TCI) increased in terms of Ukrainian imports and demand for EU supply. TCI, as measured by Ukrainian exports and thus Ukraine's supply in meeting EU demand, is also rising, albeit at a slower rate, as shown in Graph 2.

From this graph, we can see that the TCI developed at the following pace during the monitored period: from the beginning of the monitored period in 2011, the TCI represented a value of 45.32 specifically for Ukrainian exports and 67.02 specifically for Ukrainian imports. In 2015, before the introduction of the DCFTA, the TCI for Ukrainian exports had a value of 55.44 and then gradually began to decrease; in 2020, the value was 45.73, almost at the same level as in 2011. Based on this situation, Ukraine's exports decreased, which means Ukrainian supply and the degree of complementarity of European demand decreased and the value of TCI decreased. The import of goods from the EU has been gradually increasing since 2016.

Currently, the penetration of European companies into the market of Ukraine is strategically advantageous due to the size and vastness of the Ukrainian market, its relative instauration, its geographic location, the possibility of future consolidation of this market, and the prospective possibility of involvement in the integration processes of Ukraine. The Ukrainian market offers opportunities for European companies through its considerable economic potential, which depends on the implementation of economic reforms by the Ukrainian government and on the pace of standardization of the country's business and investment environment (Kašťáková and Bebiaková, 2017). Currently, of course, the Ukrainian market

will also be affected by the development of the Russian-Ukrainian conflict that began in February 2022.

**Graph 2** Trade complementarity index of mutual trade between the EU and Ukraine in 2011–2020



Source: own elaboration based on UKRSTAT data, 2022

At the same time, in the context of European integration, every Ukrainian company must be prepared for significant changes both at the technical level and in process management. Some Ukrainian companies may be in danger of disappearing because they will be replaced by technically and economically advanced competitors, but on the other hand, it should also stimulate business in general. Because they must meet all technical standards, consumers may prefer higher-quality products (as we can see, the demand for European goods is constantly increasing). Of course, the negative consequences of European integration are inevitable; domestic markets are changing, and digitization is rapidly affecting our lives and businesses in general, but European integration will also provide opportunities for innovation and economic development, cooperation with advanced EU countries, and an increase in the export potential and competitiveness of Ukrainian enterprises

## 2.5 Forecasts of possible scenarios for the development of economic cooperation between the EU and Ukraine

The future model of EU-Ukraine relations will be greatly influenced by the steps Ukraine, the RF, and the EU take to respond to the challenges discussed above. By combining various processes taking place in the world and thus in the EU and especially in Ukraine, different paths of development of economic interaction between Ukraine and the EU can be built in the medium and long term. The amount and content of these methods will directly depend on the selection of factors affecting the development of bilateral relations by Ukraine and the way of assessing them. Such forecasts are extremely useful for understanding the intensity and extent of cooperation in different scenarios. We believe that at present we need to discuss possible scenarios of cooperation between the EU and Ukraine based on the

basic motivation that governs the behavior of the Russian Federation towards Ukraine and consider the progress of the negotiations on the Peace Agreements between the two states.

Based on this approach, we can identify the following strategies for further interaction.

***The first scenario for the development of EU-Ukraine relations is that integration is a modernization tool for Ukraine's development as well as a tool for promoting the EU project in terms of internal consolidation and strengthening of the EU's global leadership***

1.1. Ukraine has applied for EU membership in accordance with the requirements of Article 49 of the Treaty of Lisbon. The recognition of Ukraine as a "European state" in the preamble of the AA gives it the legal right to do so, as only "European countries" are eligible to apply for membership (Lisbon Treaty, 2007). Such a demand can consolidate Ukrainian society and the political elite. The European Council may have reviewed the application for membership and granted Ukraine the status of a "candidate country," and after the end of the Russian-Ukrainian conflict, it could begin accession negotiations, which may take an unspecified time depending on Ukraine's progress in implementing internal reforms and harmonization with EU legislation. This will allow the EU to use the policy of "conditionality" in relation to Ukraine in its strictest form, as was the case with the recently acceded EU member states (Bulgaria, Romania, and Croatia). In addition, in accordance with Article 49 of the Treaty of Lisbon, the Council of the EU can revise and significantly strengthen the Copenhagen criteria for EU accession and apply the EU absorptive capacity criterion at any time. In the future relations between the EU and Ukraine, this possibility will be aimed at the gradual narrowing of the national sovereignty of Ukraine, since obtaining full membership in the EU will mean transferring the performance of some functions of the state to EU agencies. But the formal transfer of sovereignty over things that are the responsibility of the EU won't happen until the treaty on accession to the EU is signed.

1.2. The Norwegian scenario would assume that Ukraine would enter the EFTA as a full member, which would mean the automatic termination of the Association Agreement, and, as a result, Ukraine would join the EEA Agreement (Burakovskiy, 2021). Ukraine would thus become a "shadow member" of the EU by gaining access to the EU's domestic market, involvement in EU policy-making processes, and access for Ukrainian citizens to freedom of movement within the EU. To join the EFTA, Ukraine would have to meet requirements like the Copenhagen EU accession criteria and obtain the consent of the EFTA member states (as required by national constitutions) during a referendum on EFTA accession. This option would imply an indirect reduction of sovereignty by participating in the process of ensuring the "homogeneity" of national legislation with the EU acquis, as provided for in the EEA. In addition, the EEA allows representatives of the EFTA member states to participate in the EU decision-making process as observers. Thus, if Ukraine were to join the EFTA, it could participate in these processes.

***The second scenario of the development of relations between the EU and Ukraine is cooperation as a reaction to mutual fatigue***

Cooperation as a response to mutual fatigue would represent "Ukraine Fatigue" in the EU and "Pre-European Reform Fatigue" in Ukraine. In case of mutual fatigue between the EU and Ukraine, there are still several possibilities for cooperation between the EU and Ukraine. First, there is the continued application and implementation of AA. Secondly, it is a "restart" of the relations between the EU and the Russian Federation in view of the possible acceptance of peace agreements between the Russian Federation and Ukraine and in view of the existing association relations between the EU and Ukraine. In this case, the EU could

resume negotiations and possibly sign a new framework agreement with the RF, as well as negotiate an agreement between the EU and the EAEU. Such an agreement would mean the creation of a FTA between the EU and the EAEU, gradual trade liberalization, harmonization of legislation, and partial access of EAEU actors to the EU's domestic market. However, this would have negative political impacts on Ukraine and cause economic and legal problems. Currently, Ukraine has no contractual relations with the EAEU and does not participate in this organization as an observer. If contractual relations with the EU were to be established, Ukraine (as well as Moldova and Georgia) would have to sign a framework agreement with the EAEU, which would enable political cooperation, harmonization of legislation and regulatory policies, and the creation of a DVO in accordance with WTO and EU rules. This situation would lead to a gradual lowering of the level of relations between Ukraine and the EU, the elimination of the Eastern Partnership policy, as well as the acquisition of observer status in the EAEU by Ukraine.

***The third scenario of the development of EU-Ukraine relations is cooperation "on the basis of custom" within the existing formats and the framework established by the AA***

The AA is signed for an indefinite period, so its implementation can take quite a long time. On the one hand, AA has a strong potential for developing and ensuring close relations between Ukraine and the EU. The Association Agreement provides for expanded political, legal, and economic cooperation and brought Ukraine into the DCFTA. The political "umbrella" of relations between the EU and Ukraine is created through the EU's foreign policies, such as the Eastern Partnership and the European Neighborhood Policy. The AA envisages fundamental reforms for the Ukrainian government to harmonize legislation, as well as significant efforts to ensure the functioning of the EU's common democratic values in the country (Zheltofskiy, 2020). However, such a scenario will provide impetus and long-lasting dynamics in relations with the EU. Even though AA's limited long-term goals (absence of the perspective of EU membership, numerous commitments in the field of reforms, and harmonization of legislation) may lead to certain fatigue in society and demotivation among pro-European political forces in Ukraine. As a result, strong Eurosceptic political forces may appear in Ukraine, which will be able to change the pro-European direction of Ukraine's foreign policy.

## **Conclusion**

Currently, Ukraine is at a turning point. The deterioration of political and economic relations with the Russian Federation in 2014 and the complication of foreign economic activity within the free trade zone of the CIS member states led to the deepening of relations with the EU, which are increasingly important for Ukraine.

Cooperation with the EU is one of the main priorities of Ukraine's foreign economic policy; therefore, measures are currently being taken to deepen cooperation between Ukraine and the EU. The problems with the development of Ukraine's integration and economic relations with EU member states mainly lie in the slow pace of fulfillment of EU requirements by Ukraine in the relevant sectors, as stipulated in the Association Agreement. The EU ranks first in terms of Ukrainian exports, which means that the EU is a key strategic partner for Ukraine in foreign trade. From the analysis of the commodity structure of trade operations for 2020, it follows that Ukrainian exports of goods to the EU were dominated by products of the industrial complex, the metallurgical complex, engineering, the chemical

industry, and mineral products. The commodity structure of Ukraine's exports to the EU consisted mainly of raw materials and semi-finished products, which testifies to the insurmountable heritage of the past and is not a consequence of the Association Agreement or the reorientation of the Ukrainian economy to the EU markets. As a result of economic integration with the EU, the tendency to increase the export of finished products became more pronounced against the background of declining sales of raw materials and semi-finished products. Therefore, after the possible acceptance of the Peace agreements between Ukraine and the Russian Federation, cooperation with the EU is a priority. The realization of the potential of Ukraine's cooperation with the EU will provide an opportunity to restart the economy and increase the level of specialization and cooperation in the scientific, technical, and industrial spheres of various sectors of the economy.

Based on this scientific article and the presented conclusions, we can claim that since 2014 there has been a positive development in the European integration process in Ukraine. Continued negotiations with the Russian Federation to reach a Peace agreement, the possible neutrality of Ukraine, its subsequent restoration, the systematic implementation of anti-corruption policies, and the normalization of legislation will be of fundamental importance for the development of Ukraine and its successful integration into the internal markets of the EU. The nature of this integration remains dynamic and depends on the political and social actors involved in the decision-making process. Therefore, it is necessary to consider different scenarios of events in order to successfully complete the democratic transformation of the political and economic systems of Ukraine and to avoid obstacles that could delay the process.

## References

- BURAKOVSKYI, I. et al. (2021). *Ukraine – EU Relations: Looking Beyond the Horizon. How do we see the future of European integration?* In Ukrainian Think Tanks Liason Office in Brussels ASBL. Retrieved November 10, 2022, from [https://dif.org.ua/en/article/Ukraine%20%E2%80%93%20EU%20Relations\\_Looking%20Beyond%20the%20Horizon](https://dif.org.ua/en/article/Ukraine%20%E2%80%93%20EU%20Relations_Looking%20Beyond%20the%20Horizon)
- DAVYDENKO, H.V. (2021). *Eksport tovariv z Ukrai'ny do Jevropejs'kogo Sojuzu za ostanni 10 rokiv podvoi'vsja*. Retrieved November 2, 2022, from <https://business.ua/uk/ek-sport-tovariv-z-ukrainy-do-yevropeiskoho-sojuzu-za-ostanni-10-rokiv-podvoivsia>
- IIA BUSINESS. EXPORT. (2022). *Zaluchennja investycij ta pidtrymka ukrai'ns'kogo eksportu*. Retrieved November 2, 2022, from [http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/tova-roobig\\_zab\\_stat/?country=ukr](http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/tova-roobig_zab_stat/?country=ukr)
- EUR-LEX. (2007). Lisabonská zmluva, ktorou sa mení a dopíňa Zmluva o Európskej únii a Zmluva o založení Európskeho spoločenstva, podpísaná v Lisabone 13. decembra 2007 Retrieved November 13, 2022, from <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/sk/TXT/?uri=CELEX:12007L/TXT>
- KAŠŤÁKOVÁ, Elena a Dáša BEBIAKOVÁ. (2017). *Postavenie zahraničného obchodu Slovenska v období geopolitických zmien: (na príklade obchodovania s Ukrajinou)*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM.
- MINISTRY OF ECONOMY OF UKRAINE. (2021). Retrieved September 30, 2022, from <https://www.me.gov.ua/?lang=en-GB>



- SATE STATISTICS SERVICE OF UKRAINE. (2021). *Statistical Infotmation, International economic activity and balance of payments*. Retrieved November 5, 2022, from <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- WTO. (2012). A Practical Guide to Trade Policy Analysis. Geneva: United Nations and World Trade Organization, 19 – 30. Retrieved September 15, 2022, from [http://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/wto\\_unctad12\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wto_unctad12_e.pdf).
- ZHELTOVSKYY, V. (2020). European integration processes in post-euromaidan ukraine: In search for scenarios. In Online journal modelling the new Europe. Retrieved November 10, 2022, from <https://www.readcube.com/articles/10.24193%2Fojmne.2020.32.05>

# Zmeny v obchode Európskej únie a Spojeného kráľovstva v nových podmienkach Dohody o obchode a spolupráci<sup>1</sup>

Zuzana Kittová<sup>2</sup>

---

## ***Changes in trade between the European Union and the United Kingdom under the new conditions of the Trade and Cooperation Agreement***

### **Abstract**

*In 2021, the UK left the EU internal market and the Trade and Cooperation Agreement (TCA) started to be applied in the mutual trade between the UK and the EU. Although under this agreement trade without tariffs and quantitative restrictions has been maintained, costs in mutual trade increased due to introducing non-tariff barriers to trade. The aim of this paper is to evaluate whether these changes led in the short term to the diversion of trade flows towards other trading partners from both the EU and the UK points of view. To meet this goal, an analysis of trade flows was carried out from the point of view of the EU, as well as the UK. In the case of the EU, changes in trade with the UK were compared with changes in trade with the remaining countries of the world. In the case of the UK, changes in trade with the EU were compared with changes in trade with the rest of the world. The main finding is that since the TCA started to be applied, neither from the point of view of the UK nor from the point of view of the EU, there has been a diversion of trade to other trading partners. Thanks to the TCA, which goes beyond traditional free trade agreements, it was possible to avert the expected negative trade effects of the UK's withdrawal from the EU in the short term.*

### **Keywords**

*Trade, European Union, United Kingdom, agreement*

**JEL Classification:** F14, F15

Received: 23.11.2022 Accepted: 7.12.2022

---

### **Úvod**

Odhlasovanie vystúpenia Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska (UK) z Európskej únie (EÚ) v referende v júni 2016 vyvolalo masívny záujem o skúmanie účinkov Brexitu z rôznych aspektov. V ekonomickej literatúre dominovali snahy odhadnúť efekty na obchod, pohyb kapitálu, migráciu, produktivitu, hospodársky rast, i fiškálne efekty najmä z pohľadu UK, ale aj EÚ, resp. z pohľadu tých členských štátov EÚ, ktoré mali najintenzívnejšie hospodárske väzby s UK.

Proces vystúpenia a dosiahnutia dohody o podobe pobrexitového vzťahu UK a EÚ vrátane obchodnej dohody upravujúcej podmienky prístupu na trh po vystúpení bol mimoriadne zložitý a dlhotrvajúci. V domácej literatúre ho približujú napr. Krivosudská et al. (2021) alebo Šuplata a Marasová (2021). Termín Brexitu pôvodne stanovený na marec 2019 bol trikrát

---

<sup>1</sup> Príspevok je súčasťou riešenia projektu VEGA č. V-20-167-00 (1/0777/20) Čínska hodvábna cesta (Belt and Road Initiative) - príležitosť alebo riziko pre konkurencieschopnosť exportu EÚ a SR?

<sup>2</sup> Prof. Ing. Zuzana Kittová, PhD., M.B.L.-HSG, Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra medzinárodného obchodu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, Slovensko, zuzana.kittova@euba.sk

odložený na neskôr, pôvodne vyjednaná dohoda o Brexite trikrát nezískala podporu britského parlamentu, došlo k odstúpeniu dvoch britských premiérov a dokonca aj k predčasným parlamentným voľbám v UK. K Brexitu napokon došlo 31. januára 2020, UK však zostalo aj po tomto dátume súčasťou vnútorného trhu EÚ až do skončenia prechodného obdobia do konca roku 2020. Dohodu o obchode a spolupráci (Trade and Cooperation Agreement, TCA) sa podarilo dosiahnuť až krátko pred skončením prechodného obdobia, pričom celý čas existovalo reálne riziko, že sa dohoda napokon nedosiahne a vzájomné obchodné vzťahy sa budú riadiť pravidlami WTO.

Štyri a pol roka po odhlasovaní Brexitu teda nebolo jasné, aká bude budúcnosť vzťahov UK a EÚ. Jednotliví autori preto pracovali s rôznymi pobrexitovými scenármi od najviac liberálneho, kedy by UK zostalo súčasťou Európskeho hospodárskeho priestoru, teda naďalej by sa s krajinami EÚ uplatňoval voľný pohyb tovaru, služieb, osôb a kapitálu, cez scenár uzavretia dohody o voľnom obchode s nulovými clami a bez množstevných obmedzení, až po najmenej liberálny scenár, ktorý by nastal v prípade, že sa dohodu nepodarí uzavrieť, čo by znamenalo uplatňovanie pravidiel Svetovej obchodnej organizácie (World Trade Organisation, WTO) vo vzájomnom obchode a v praxi by viedlo k zavedeniu ciel na vzájomný obchod. Kým v prípade scenáru WTO boli odhadované negatívne účinky na obchod najvýznamnejšie, v prípade zachovania najliberálnejšieho prístupu na trh boli negatívne efekty na obchod najmenšie.

Štúdia RAND Europe (2017) vychádzala z predpokladu, že v prípade vystúpenia UK z EÚ sa zvýšia bilaterálne obchodné náklady z troch možných dôvodov. Prvým sú bezprostredné zmeny vyplývajúce zo zavedenia ciel, druhým sú bezprostredné zmeny vyplývajúce so zavedenia netarifných prekážok obchodu a tretím je postupný nárast netarifných prekážok obchodu. Vystúpenie zo spoločného trhu totiž UK umožní prijímať vlastné opatrenia, reguláciu a štandardy, ktoré sa budú odchyľovať od opatrení EÚ. Tieto odlišnosti teda budú pôsobiť ako netarifné prekážky obchodu, i keď autori štúdie pripustili, že sa prejavia až v horizonte 10-12 rokov. Na predpoklade rastúcich nákladov obchodu autori vypracovali viacero scenárov budúcich vzťahov UK a EÚ a pre každý vypočítali celkový vplyv vystúpenia na bilaterálny obchod EÚ a UK v časovom horizonte 10 rokov. Pri scenári WTO predpokladali pokles obchodu EÚ o 109 mld. USD a pokles obchodu UK o 107 mld. USD v porovnaní so stavom, ak by UK zostalo súčasťou EÚ. V prípade uzatvorenia dohody o voľnom obchode medzi UK a EÚ predpokladali, že obchod EÚ aj UK klesne rovnako o 26 mld. USD. Za najoptimistickejší scenár z pohľadu účinkov na obchod považovali uzavretie dohody s USA o Transatlantickom obchodnom a investičnom partnerstve, vďaka ktorej by sa znížili tarifné aj netarifné prekážky v obchode s USA, čo by viedlo k nárastu obchodu UK o 45 mld. USD a nárastu obchodu EÚ dokonca o 400 mld. USD. Z pohľadu UK očakávali, že export do EÚ klesne viac, ako import z EÚ (pri WTO scenári export klesne o 9,23 % a import o 8,69 %, pri scenári dohody o voľnom obchode export klesne o 2,81 % a import o 2,69 %).

Rojas-Romagosa (2016) simuloval makroekonomické účinky Brexitu dvoch základných scenárov, a to dohody o voľnom obchode a uplatňovania pravidiel WTO použitím modelu WorldScan. Vzhľadom na to, že podiel EÚ na britských exportoch bol v tom období asi sedemkrát väčší ako podiel UK na exportoch EÚ, očakával výrazne väčší dopad nárastu obchodných nákladov na UK. Podľa jeho výsledkov do roku 2030 klesne export UK pri scenári dohody o voľnom obchode o 13,2 % a pri scenári WTO až o 23,2 %. V prípade EÚ predpokladal podstatne menší pokles exportu o 1,7 % pri scenári dohody o voľnom obchode a pokles o 3 % pri scenári WTO. Simulácie do roku 2040 priniesli kvantitatívne podobné výsledky. Okrem toho vyčíslil efekty odklonenia obchodu do roku 2030, ktoré by mali byť väčšie v prípade UK než EÚ. Export UK do zvyšných krajín sveta by mal rásť o 1,2 % pri scenári dohody o voľnom obchode a o 1,7 % pri scenári WTO. Export EÚ do zvyšných krajín sveta

by mal pri týchto scenároch rásť o 0,3 %, resp. o 0,7 %. Ani pri jednom scenári však nepredpokladal, že rast obchodu so zvyškom sveta vykompenzuje pokles vzájomného obchodu. Podobný záver prezentovali aj Dhingra et al. (2017), podľa ktorých je nepravdepodobné, že by negatívne účinky Brexitu dokázalo UK vykompenzovať novými obchodnými dohodami s inými krajinami sveta. Naopak, Whyman a Petrescu (2017) poukázali na to, že nemožno ignorovať potenciál expanzie exportu UK do zvyšku sveta, ktorá by mohla čiastočne alebo úplne kompenzovať pokles obchodu UK s EÚ.

Lawless a Morgenroth (2019) sa zamerali na simuláciu účinkov zavedenia ciel podľa pravidiel WTO medzi UK a EÚ vychádzajúc z colnej sadzby uplatňovanej vo vonkajšom obchode EÚ na 5200 produktov. Okrem samotného rastu cien v dôsledku uplatňovania ciel zohľadnili aj elasticitu obchodu v reakcii na rast cien. Ich výsledky predpokladali pokles exportu EÚ do UK o 30 % a celkový pokles exportu EÚ o 2 %. V prípade exportu UK do EÚ odhadovali pokles o 22 %, pričom celkový export UK by poklesol o 9,8 %. Dosiahli teda podobné výsledky ako napr. Oberhofer and Pfaffermayr (2017) alebo Brakman et al. (2018). Oberhofer a Pfaffermayr (2017) pomocou gravitačného modelu odhadli pokles exportu UK do EÚ v rozpätí 7,2 % až 45,7 %. Pokles na strane EÚ vyčíslili v rozpätí 5,9 % až 38,2 %. Brakman et al. (2018) odhadli obchodné účinky na pridanú hodnotu obchodu UK, pričom predpokladali jej pokles o 15,9 až 39 %.

Väčšina štúdií sa teda zhodla, že bez ohľadu na konkrétny pobrexitový scenár budú výsledkom Brexitu dodatočné náklady, ktoré spôsobia pokles obchodu medzi EÚ a UK. Tieto náklady pocítia obaja partneri, avšak EÚ v menšej miere vzhľadom na menší podiel UK na celkovom obchode ako naopak, tiež vzhľadom na väčší ekonomický rozmer a trhovú silu podnikov EÚ (Belke a Gros, 2017; Giammetti, 2020; IFO Institute, 2021). Ottaviano et al. však predpokladali, že statické náklady budú z pohľadu UK nevýznamné, ak sa s EÚ podarí vyrokovať dohodu o voľnom obchode, pričom budú vykompenzované znehodnotením britskej libry. Pozitívny vplyv znehodnotenia britskej libry na rast exportu UK predpokladali aj Srovnalíková a Razinskaite (2017).

Teoretickým východiskom pri odhadovaní obchodných účinkov vystúpenia UK z EÚ sú teórie medzinárodného obchodu, medzinárodnej ekonomickej integrácie i ekonomického rastu. Pokiaľ ide o teórie medzinárodného obchodu, už klasická ekonomická teória vrátane jej hlavných predstaviteľov A. Smitha (1776) a D. Ricarda (1817) presadzovala voľný obchod ako nástroj maximalizácie svetového blahobytu. Keďže preferenčné obchodné dohody umožňovali liberalizáciu obchodu, klasická ekonomická teória predpokladala, že tiež prispievajú k zvyšovaniu svetového blahobytu, a preto ich hodnotila pozitívne.

Teórie medzinárodnej ekonomickej integrácie boli rozpracované v súvislosti so založením Európskeho spoločenstva uhlia a ocele ako prvého integračného zoskupenia západnej Európy v roku 1951, a neskôr so založením ďalších dvoch zakladajúcich spoločenstiev EHS a Euratom. Obchodné účinky medzinárodnej ekonomickej integrácie vo forme colnej únie v statickom chápaní vysvetlil Viner (1950). Na rozdiel od klasickej ekonomickej teórie poukázal na možné negatívne efekty liberalizácie obchodu v prípade odstraňovania ciel v rámci colnej únie. Rozlišoval teda medzi dvomi opačnými efektmi ekonomickej integrácie na obchod, ktoré nazval ako efekt vytvárania obchodu a efekt odvracania obchodu. Ako uvádzajú Baldwin a Wyplosz (2008), tieto pojmy zdôrazňujú vplyv ekonomickej integrácie na objem obchodu, avšak v dôsledku integrácie dochádza aj zmene cien a blahobytu. Clá, ako aj iné prekážky obchodu totiž pôsobia na ponuku aj dopyt po obchodovaných tovaroch tým, že ovplyvňujú ich množstvo aj ceny. Efekt vytvárania obchodu sa prejavuje medzi partnermi integračného zoskupenia. Zrušenie ciel na vzájomný obchod vedie k rastu tohto obchodu, pretože dovozy, resp. vývozy sa stávajú lacnejšie. Zároveň dochádza v krajine dovozu k

poklesu cien, rastu spotreby a blahobytu. V krajine vývozu rastie výroba a blahobyt. Efekt odvracania obchodu sa prejavuje vo vzťahu ku krajinám, ktoré nie sú členmi integračného zoskupenia. Zachovanie ciel na tieto dovozy ich robí drahšími v porovnaní s dovozmi z partnerskej krajiny colnej únie, a preto pôsobí na pokles dovozu z nečlenských krajín. Pokiaľ sú výrobcovia z nečlenských krajín efektívnejší ako výrobcovia z partnerských krajín, v krajine dovozu sa prejaví negatívny vplyv na ceny, spotrebu a blahobyt. Pokles výroby a blahobytu v nečlenských krajinách umocní celkový negatívny efekt integračného zoskupenia.

Zmeny v alokácii výroby súvisiace s vytváraním a odvracáním obchodu sú statické. Ekonomická teória začala od 60. rokov 20. storočia venovať väčšiu pozornosť dynamickým efektom integrácie, teda úvahám, že rozširovanie trhu v dôsledku integrácie prispieva k dosahovaniu úspor z rozsahu, vyššej špecializácii, zvyšovaniu efektívnosti v dôsledku rastu konkurencie, rastu investícií, produktivity a hospodárskemu rastu (Lipsey, 1960; Balassa, 1961; Krugman 1979; Ethier, 1982 a i.). Tieto dynamické účinky sa prejavujú v dlhodobom časovom horizonte. Kittová et al. (2014) na základe štúdia týchto prác zhrnuli, že dynamické účinky integrácie sú vyššie, ak je úroveň hospodárskeho rozvoja krajín zapojených do integrácie vysoká, rozdiely vo výške príjmov na obyvateľa nie sú veľké, integrácia podporuje vnútrodvetvovú špecializáciu, ponuka dokáže rýchlo reagovať na zmeny spôsobené integráciou a vlády presadzujú liberálnu obchodnú politiku voči nečlenom. Podľa teórií endogénneho rastu, ktoré vznikli v 80. rokoch 20. storočia, je hospodársky rast produktom fungovania ekonomického systému, a nie faktorov, ktoré sa nachádzajú mimo daného ekonomického systému. Dôležitými endogénnymi faktormi rastu sú technologický pokrok, vedomostná a kvalifikačná úroveň obyvateľstva, tvorivosť, ako aj pozitívne externality z investícií do fyzického a ľudského kapitálu a rastúce výnosy z rozsahu (Lucas, 1988; Romer, 1990; Grossman a Helpman, 1991; Baldwin, 1992 a i.). Obchod sám osebe nie je zdrojom ekonomického rastu, prináša však pozitívne efekty prostredníctvom rozšírenia trhov, transferu poznatkov, špecializácie a konkurencie. Tieto efekty sa však podľa niektorých autorov prejavujú najmä v ekonomikách s vyššou úrovňou vybavenosti ľudských kapitálom a technologickými poznatkami.

Keďže UK prestalo byť súčasťou vnútorného trhu EÚ od začiatku roka 2021, kedy sa začala predbežne uplatňovať dohoda TCA, zatiaľ nemožno vyhodnotiť efekty jej uplatňovania na hospodársky rast UK či EÚ, ktoré majú dlhodobý charakter. Možno však pristúpiť k hodnoteniu efektov uplatňovania dohody z krátkodobého pohľadu v zmysle skúmania, či došlo k presmerovaniu obchodných tokov k iným obchodným partnerom. Ako totiž uvádza Krivosudská (2022), dohoda TCA obmedzuje prístup tovaru z UK na vnútorný trh EÚ, ako aj prístup tovaru EÚ na trh UK, napriek tomu, že umožňuje režim nulových ciel. Tie sa uplatňujú len v prípade, ak sú dodržané pravidlá pôvodu. Dohoda TCA tiež zavádza netarifné prekážky obchodu, či už v podobe obnovených hraničných kontrol, technických prekážok zahŕňajúcich zdravotné, bezpečnostné, sociálne a environmentálne štandardy a pod.

## **1 Metodológia**

Cieľom tohto príspevku je vyhodnotiť, či po tom, ako UK prestalo byť súčasťou vnútorného trhu EÚ a vo vzájomných vzťahoch sa začala uplatňovať dohoda TCA, došlo v krátkodobom horizonte k odkloneniu obchodných tokov EÚ a UK smerom k iným obchodným partnerom. Na splnenie tohto cieľa sa uskutočnila analýza obchodných tokov z pohľadu EÚ, ako aj z pohľadu UK. V prípade EÚ sa porovnali zmeny v obchode s UK so zmenami v obchode s ostatnými krajinami sveta. V prípade UK sa porovnali zmeny v obchode s EÚ so

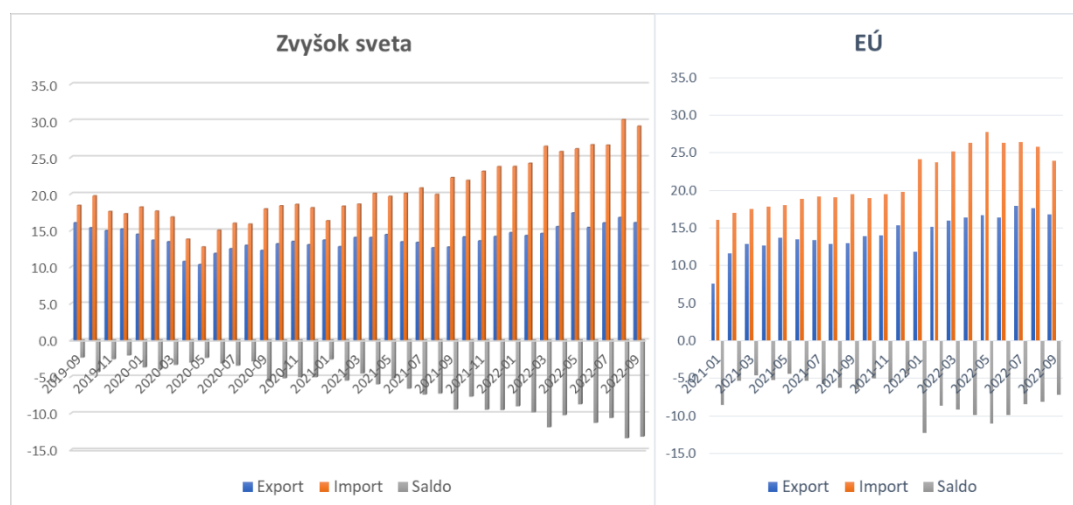
zmenami v obchode s ostatnými krajinami sveta. Zdrojom údajov o obchode EÚ na mesačnej báze boli oficiálne štatistiky EÚ z databázy Eurostat. Údaje o obchode UK na mesačnej báze zverejnil Office for National Statistics, nezávislý poskytovateľ oficiálnych štatistík UK. Limitáciou vyplývajúcou z využitia týchto údajov je zmena metodiky zberu údajov o importe UK z EÚ zo strany vládnej inštitúcie His Majesty's Revenue and Customs v januári 2022. Podobná zmena metodiky zberu údajov o exporte UK do EÚ sa uskutočnila v januári 2021.

Na účely vyhodnotenia zmien vyplývajúcich z uplatňovania dohody TCA bolo rozhodujúce obdobie od začiatku roka 2021 do septembra 2022, čo boli najaktuálnejšie údaje zverejnené v čase spracovania tohto príspevku. Obdobie, ktoré uplynulo od začiatku uplatňovania dohody TCA do septembra 2022 umožňuje vyhodnotiť zmeny krátkodobého charakteru v obchode EÚ a UK a porovnať ich s efektmi identifikovanými v teoretických prácach ako aj s výsledkami štúdií o očakávaných zmenách obchodných tokov medzi EÚ a UK po ukončení členstva UK v spoločnom trhu krajín EÚ.

## 2 Výsledky a diskusia

Vývoj obchodu UK s krajinami EÚ aj so zvyšnými krajinami sveta na mesačnej báze približuje graf 1. Kým obchod s EÚ sa sleduje od začiatku roka 2021, kedy sa začala uplatňovať dohoda TCA, obchod so zvyšnými krajinami sveta je zachytený za ostatné tri roky. Toto časové obdobie umožňuje sledovať dlhodobejšie trendy vývoja obchodu, ktoré nie sú ovplyvnené takými zmenami podmienok obchodovania, ako to bolo v prípade obchodu UK s EÚ od začiatku roka 2021.

**Graf 1** Vývoj obchodu UK s EÚ a so zvyšnými krajinami sveta (v mld. EUR, bežné ceny)



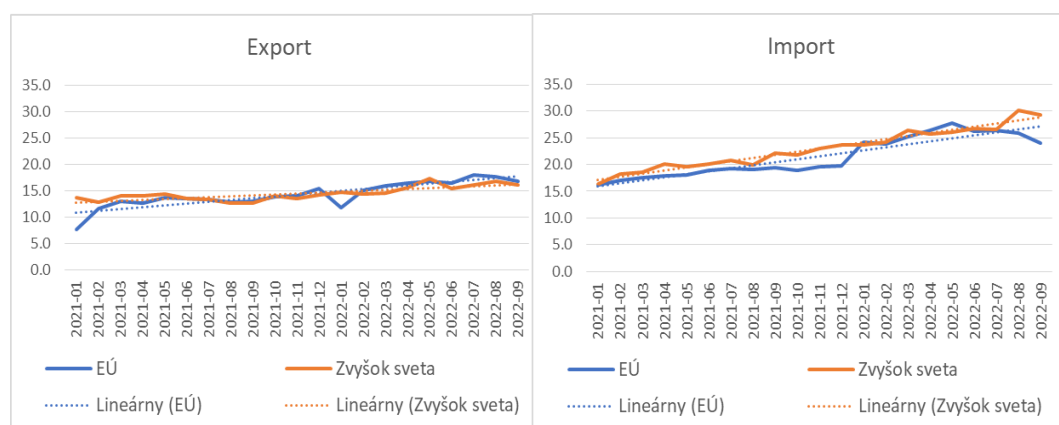
Zdroj: Vlastné spracovania na základe Office for National Statistics, 2022.

Z grafu 1 vyplýva, že najnižšie hodnoty exportu aj importu UK vo vzťahu k zvyšným krajinám sveta boli zaznamenané v máji 2020, čo súvisí so zavádzaním opatrení proti šíreniu pandémie Covid 19. Následne možno sledovať postupný nárast hodnôt obchodu. Rast importu však predstihol rast exportu UK, čo viedlo k rastu deficitu obchodnej bilancie UK so

zvyšnými krajinami sveta. Najnižšia hodnota exportu aj importu UK vo vzťahu k EÚ bola zaznamenaná v januári 2021. Vysvetľujeme to tým, že na konci roka 2020, t. j. na konci prechodného obdobia, došlo k predzásobovaniu v snahe eliminovať riziká vyplývajúce z možnosti vystúpenia UK z EÚ bez obchodnej dohody (CIPS, 2021). Následne na začiatku nasledujúceho roka došlo k čerpaniu týchto zásob, a teda aj poklesu obchodu medzi UK a EÚ.

Porovnanie zmien v obchode UK a EÚ so zmenami v obchode UK a zvyšných krajín sveta od začatia uplatňovania dohody TCA umožňuje graf 2, ktorý sleduje zmeny v hodnotách exportov, ako aj zmeny v hodnotách importov v bežných cenách. Na grafe sú na účely názornejšieho porovnania zobrazené aj trendové spojnice. V sledovanom období možno pozorovať rast hodnôt exportu aj importu UK. Kým v prípade importu bola miera rastu porovnateľná vo vzťahu k EÚ aj k zvyšku sveta, v prípade exportu hodnoty rástli mierne rýchlejšie vo vzťahu k EÚ.

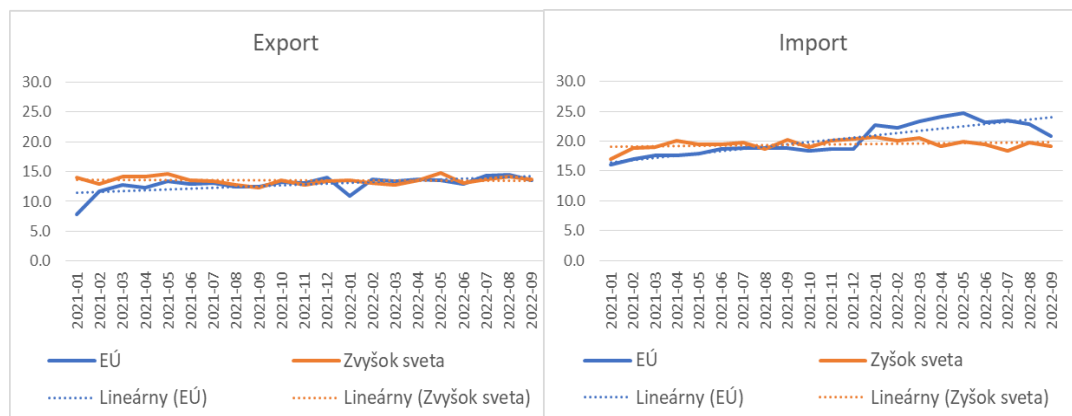
**Graf 2** Export a import UK od začiatku uplatňovania dohody TCA (v mld. EUR, bežné ceny)



Zdroj: Vlastné spracovania na základe Office for National Statistics, 2022.

Vzhľadom na rastúcu mieru inflácie od začiatku roka 2021, ktorá prispela k rastu hodnôt obchodu, je v ďalšom kroku potrebné očistiť vývoj obchodu o cenové vplyvy. Na tento účel možno vychádzať z fixných cien tovarov a služieb v bázičkom roku. Na rozdiel od bežných cien ide teda o hodnoty obchodu v stálych cenách. Tieto údaje prináša graf 3.

**Graf 3** Export a import UK od začiatku uplatňovania dohody TCA (v mld. EUR, stále ceny)

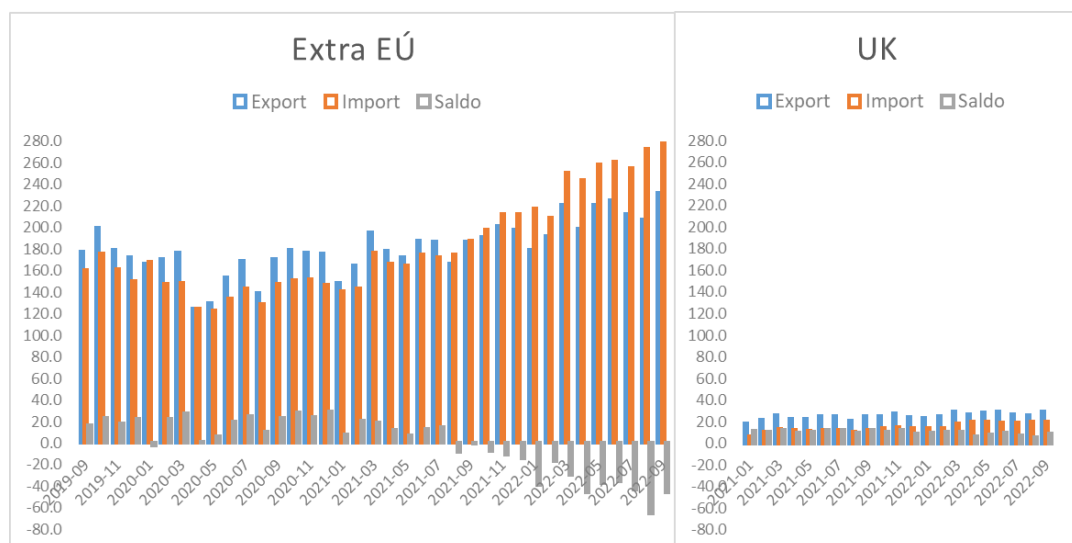


Zdroj: Vlastné spracovania na základe Office for National Statistics, 2022.

Na základe vývoja hodnôt zahraničného obchodu UK v stálych cenách možno konštatovať, že od začiatku uplatňovania dohody TCA rástol export UK do EÚ aj import UK z EÚ. Export UK do zvyšných krajín sveta aj import UK z týchto krajín zostali na stabilných úrovniach. V prípade UK sa teda neprejavilo odklonenie obchodu od krajín EÚ ku zvyšným krajinám sveta od začiatku uplatňovania dohody TCA.

Analýzu uskutočnenú z pohľadu UK možno uskutočniť aj z pohľadu EÚ. Graf 4 zachytáva vývoj obchodu EÚ a UK, ako aj obchodu EÚ a zvyšných krajín sveta na mesačnej báze. Hodnoty zahŕňajú export, resp. import za 27 členských krajín EÚ. Vzhľadom na skutočnosť, že v obchode so zvyšnými krajinami sveta nedošlo od začiatku roka 2021 k tak zásadným zmenám, ako v obchode s UK, teda podmienky obchodovania boli porovnateľné za dlhšie časové obdobie, vývoj obchodu so zvyšnými krajinami sveta je prezentovaný za ostatné tri roky.

**Graf 4** Vývoj obchodu EÚ s UK a so zvyšnými krajinami sveta (v mld. EUR, bežné ceny)

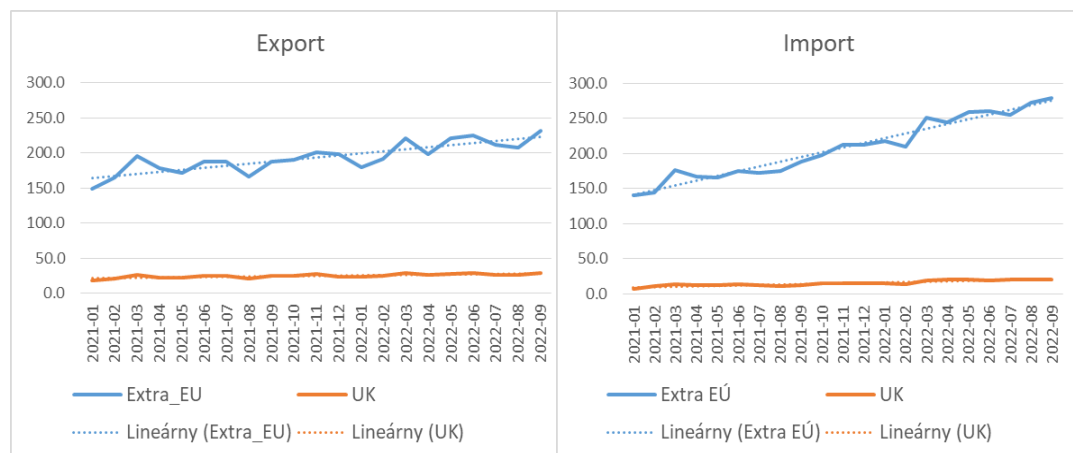


Zdroj: Vlastné spracovania na základe Eurostat, 2022.



Najnižšie hodnoty exportu aj importu EÚ so zvyšnými krajinami sveta boli zaznamenané v apríli, resp. v máji 2020. Následne rástol export EÚ do zvyšných krajín rýchlejšie ako import. K zmene došlo v auguste 2021, od kedy export už rástol pomalšie ako import EÚ, pričom saldo obchodu so zvyšnými krajinami sveta sa zmenilo z aktívneho na pasívne. Pokiaľ ide o obchod EÚ s UK, od začiatku uplatňovania dohody TCA možno pozorovať postupný rast hodnoty importu z UK a znižovanie prebytku obchodnej bilancie EÚ.

**Graf 5** Export a import EÚ od začiatku uplatňovania dohody TCA (v mld. EUR)

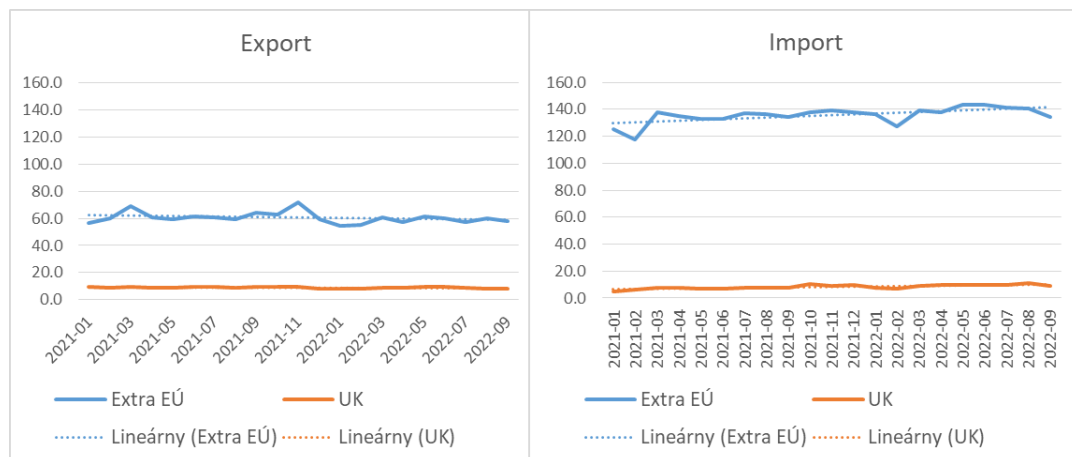


Zdroj: Vlastné spracovania na základe Eurostat, 2022.

Na grafe 5 možno porovnať zmeny exportu EÚ do UK so zmenami exportu do zvyšných krajín sveta. Graf 5 rovnako ponúka porovnanie zmien importu EÚ z UK so zmenami importu zo zvyšných krajín sveta. Kým v sledovanom období došlo len k veľmi malému rastu hodnoty exportu aj importu EÚ vo vzťahu k UK, rast exportu aj importu EÚ vo vzťahu k zvyšným krajinám sveta bol výraznejší.

Rýchlejší rast obchodu EÚ so zvyškom sveta v porovnaní s UK od začiatku uplatňovania dohody TCA môže naznačovať odkláňanie obchodu EÚ od UK k iným nečlenským krajinám. Vzhľadom na rastúcu mieru inflácie od začiatku roka 2021, ktorá prispela k rastu hodnoty obchodu, je však potrebné preskúmať aj vývoj obchodovaného množstva tovaru.

**Graf 6** Export a import EÚ od začiatku uplatňovania dohody TCA (v mld. kg)



Zdroj: Vlastné spracovania na základe Eurostat, 2022.

Graf 6 zachytáva vývoj obchodovaného množstva tovaru EÚ s nečlenskými štátmi na mesačnej báze po uplatňovaní dohody TCA. V prípade exportu EÚ možno sledovať v zásade stabilný vývoj vo vzťahu k UK aj vo vzťahu k zvyšným nečlenským štátom. Pokiaľ ide o import, extra EÚ import rástol od začatia uplatňovania dohody TCA medzimesačne priemerne o 0,14 % a import z UK priemerne o 3,3 %. Na základe týchto údajov teda možno konštatovať, že od začatia uplatňovania dohody TCA nedošlo k odkloneniu obchodu EÚ od UK k iným nečlenským štátom.

## Záver

Od začiatku roka 2021 UK prestalo byť súčasťou vnútorného trhu EÚ a vo vzájomných obchodných vzťahoch UK a EÚ sa začala uplatňovať dohoda TCA. Táto dohoda síce umožnila zachovať obchod bez ciel a množstevných obmedzení, napriek tomu znamenala zvýšenie nákladov vo vzájomnom obchode v dôsledku zavedenia netarifných prekážok obchodu. Cieľom tohto príspevku bolo vyhodnotiť, či uvedené zmeny viedli z krátkodobého hľadiska k odkloneniu obchodných tokov ako EÚ, tak aj UK smerom k iným obchodným partnerom. Teoretické práce v ekonomickej literatúre, ktoré vysvetľujú, že odstraňovanie prekážok obchodu vedie k presmerovaniu obchodných tokov v prospech partnerských krajín a odkláňaniu odchodu od zvyšných krajín, možno totiž aplikovať aj v opačnom smere. Teda zavádzanie prekážok obchodu vedie k odkláňaniu obchodu od krajín, voči ktorým sa prekážky zaviedli, ku zvyšným krajínám.

Z porovnania zmien hodnôt exportu aj importu UK a EÚ s hodnotami exportu aj importu UK a zvyšných krajín sveta vyjadrených bežných cenách vyplynulo, že v prípade importu UK bola miera rastu porovnateľná vo vzťahu k EÚ aj k zvyšku sveta. V prípade exportu UK hodnoty v bežných cenách rástli mierne rýchlejšie vo vzťahu k EÚ. Pri vyjadrení hodnôt obchodu v stálych cenách sa však ukázalo, že export UK v sledovanom období významnejšie zmeny neznamenal. Pokiaľ ide o import UK vyjadrený v stálych cenách, ten zostal zo zvyšných krajín sveta tiež na stabilných úrovniach, import z EÚ však zaznamenal rast. Z pohľadu

UK sa teda od začiatku uplatňovania dohody TCA neprejavilo odklonenie obchodu od krajín EÚ ku zvyšným krajinám sveta.

Z analýzy z pohľadu EÚ vyplynulo, že kým od začiatku uplatňovania dohody TCA došlo len k veľmi malému rastu hodnoty exportu aj importu EÚ v bežných cenách vo vzťahu k UK, rast exportu aj importu EÚ vo vzťahu k zvyšným krajinám sveta bol výraznejší. Tento rast bol však spôsobený najmä rastom cien. Pri očistení vývoja obchodu od cenových vplyvov totiž export EÚ do zvyšných krajín sveta nerástol a rast importu zo zvyšných krajín sveta bol zanedbateľný. Teda ani z pohľadu EÚ sa od začiatku uplatňovania dohody TCA neprejavilo odklonenie obchodu od UK ku zvyšným krajinám sveta.

Tieto závery vysvetľujeme niekoľkými skutočnosťami. Po prvé, po vystúpení UK z EÚ sa podarilo uzavrieť dohodu o voľnom obchode, ktorá ide nad rámec tradičných dohôd o voľnom obchode, čo vo významnej miere prispelo k zmierneniu negatívnych efektov vystúpenia. V krátkodobom časovom horizonte zároveň ešte nedošlo k podstatným zmenám regulačných štandardov, ktoré pôsobia ako netarifné prekážky obchodu. Po druhé, obchodné vzťahy medzi subjektmi EÚ a UK intenzívne rozvíjané počas desaťročí spoločného členstva v integračnom zoskupení pretrvávajú aj po vystúpení UK z EÚ vzhľadom na znalosť obchodných partnerov a vybudované dodávateľské reťazce. Po tretie, vo vzťahu k zvyšným krajinám sveta sa zatiaľ zo strany EÚ ani UK neuskutočnili také zmeny, ktoré by mohli zásadnejším spôsobom prispieť k rastu obchodu so zvyšnými krajinami sveta.

## Literatúra

- Balassa, B. (1961). *The Theory of Economic Integration*. London: Allen & Unwin.
- Baldwin, R.E. a Wyplosz, CH. (2008). *Ekonomie evropské integrace*. Praha: Grada Publishing.
- Baldwin, R.E. (1992). *On the Growth Effects of Import Competition*. NBER Working Paper, No. 4045.
- Belke, A. & Gros, D. (2017). The economic impact of Brexit: Evidence from modelling free trade agreements. *Atlantic Economic Journal*, 45(3), 317-331.
- Brakman, S., Garretsen, H., & Kohl, T. (2018). Consequences of Brexit and options for a 'global Britain'. *Papers in Regional Science*, 97(1), 55-72.
- CIPS (2021). *Business to Run Low on Stock if Brexit Border Delays Continue*. [cit. 2022-11-11]. Dostupné na: <https://porttalk.co.uk/business-to-run-low-on-stock-if-brexit-border-delays-continue/>
- Dhingra, S. et al. (2017). The Costs and Benefits of Leaving the EU: Trade Effects. *Economic Policy*, 32(92), 651 – 705.
- Ethier, W.J. (1982). National and International Returns to Scale in the Modern Theory of International Trade. *American Economic Review*, 72(3), 389-405.
- Eurostat (2022). *International Trade in Goods*. [cit. 2022-25-11]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-goods/data/database>
- Giammetti, R. (2020). Tariffs, domestic import substitution and trade diversion in input-output production networks: an exercise on Brexit. *Economic Systems Research*, 32(3), 318 – 350.
- Grossman, G.M. a Helpman, E. (1991). *Innovation and Growth in the Global Economy*. London: The MIT Press.

- IFO Institute (2021). Brexit. [cit. 2021-11-18]. Dostupné na: <https://www.ifo.de/en/topics/brexit>
- Kittová, Z. et al. (2014). *Alternatívy vývoja európskej integrácie. 2. preprac a dopl. vyd.* Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM.
- Krivosudská, S. (2022). *Zahraničnoobchodné a investičné vzťahy Európskej únie v kontexte Brexitu a pozícia Slovenska: dizertačná práca.* Bratislava: Obchodná fakulta EU.
- Krivosudská, S., Družbacká, B. & Juhás, H. (2021). *Current issues of the European Union in relation to selected third countries.* České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií.
- Krugman, P.R. (1979). Increasing Returns, Monopolistic Competition, and International Trade. *Journal of International Economics*, 9(4), 469-479.
- Lawless, M. & Morgenroth, E. L. W. The product and sector level impact of a hard Brexit across the EU. *Contemporary Social Science: Journal of the Academy of Social Sciences*, 14(2), 189-207.
- Lipsey, R. (1960). The theory of customs union: A general survey. *The Economic Journal*, 70(279), 496-513.
- Lucas, R.E. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 4-42.
- Oberhofer, H., & Pfaffermayr, M. (2017). *Estimating the trade and welfare effects of Brexit: A panel data structural gravity model.* CESifo Working Paper 6828.
- Office for National Statistics (2022). *UK trade: September 2022.* [cit. 2022-25-11]. Dostupné na: <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/balanceofpayments/bulletins/uktrade/september2022>
- Ottaviano, G.I.P., et al. (2014). *Brexit of Fixit? The Trade and Welfare Effects of Leaving the European Union.* LSE: Centre for Economic Performance. [cit. 2021-11-28]. Dostupné na: <https://ideas.repec.org/p/cep/ceppap/016.html>.
- Rand Europe (2017). *After Brexit. Alternate forms of Brexit and their implications for the United Kingdom, the European Union and the United States.* [cit. 2022-11-15]. Dostupné na: [https://www.rand.org/pubs/research\\_reports/RR2200.html](https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2200.html)
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation.* London: John Murray.
- Rojas-Romagosa, H. (2016). *Trade effects of Brexit for the Netherlands.* CPB Background Document, Rotterdam: CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis.
- Romer, P. (1990): Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98(October), 71 – 10.
- Smith, A. (1910). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations.* New York: Dent publishers.
- Srovnalíková, P. & Razinskaite, J. (2017). The Eurozone Crisis and the Effect of Brexit. *Journal of Management*, 30(1), 95 – 102.
- Šuplata, M. & Marasová, J. (2021). Brexit bargaining – causes – context and lessons learned. *Business and Public Affairs Management*, 14(2), 3-16.
- Viner, J. (1950). *The Customs Union Issue.* New York: Carnegie Endowment for International Peace.
- Whyman, P.B. a Petrescu, A.I. (2017). *The Economics of Brexit.* Cham: Palgrave Macmillan

# Vplyv trvalo udržateľných značiek na spotrebiteľské správanie<sup>1</sup>

Marína Korčoková<sup>2</sup>

---

## ***Impact of sustainable labels on consumer behavior***

### **Abstract**

*In the article, we are devoted to the issue of consumer behavior and the factors that influence it. We will focus on the behavior of consumers when purchasing products of ecological brands and brands of products made from sustainable materials. We explain the understanding of concepts such as sustainable marketing, circular economy, ecological brands and sustainable brands. The paper contains the results of surveys, the aim of which was to find out the preferences of customers when making purchasing decisions for brands of sustainable products. In conclusion, we propose recommendations for possible ways of educating and informing consumers about a healthy environment, ecological products and their brands.*

### **Key words**

*brand, consumer behavior, healthy lifestyles*

**JEL Classification:** Q55, Q56

Received: 28.11.2022 Accepted: 7.12.2022

---

### **Úvod**

Cieľom príspevku je poukázať na to, ktoré skutočnosti a faktory a do akej miery, ovplyvňujú spotrebiteľské správanie pri výbere ekologických značiek, značiek produktov vyrábaných z trvalo udržateľných materiálov alebo značiek takzvaných „zdravých produktov“. Zisťovali sme postoje spotrebiteľov k trvalo udržateľným značkám v kontexte zdravého životného štýlu. Problematika trvalo udržateľnej značky je priamo prepojená so zeleným (ekologickým), ako aj udržateľným marketingom. Veľmi dôležitú úlohu tu zohráva aj problematika cirkulárnej ekonomiky.

Spotrebiteľia a spotrebiteľské správanie je premenlivé, v neustálom procese zmien. Mení sa vplyvom mnohých faktorov, ktoré menia postoje, hodnoty, názory alebo preferencie ľudí. K týmto môžeme v súčasnosti zaradiť najmä nové spôsoby komunikácie, prienik informačných technológií do všetkých sfér života, zmeny životného štýlu a nedostatok voľného času, zvýšený záujem o ochranu zdravia a ochranu životného prostredia.

---

<sup>1</sup> Marína Korčoková. Ing. PhD., Ekonomická univerzita, Obchodná fakulta, Katedra marketingu, Dolnozemska cesta 1, 852 35, Bratislava, marina.korcokova@euba.sk

<sup>2</sup> VEGA 1/0505/22 Implementácia inovatívnych výskumných metód a techník pri skúmaní nákupného správania spotrebiteľov v podmienkach slovenského trhu výskumných agentúr a zadávateľov výskumu.

## 1 Metodika práce

Po zadaní témy příspěvku sme si vytvorili plán, prostredníctvom ktorého sme následne postupovali počas vypracovávania uvedeného príspevku. Prvým krokom bolo stanovenie cieľa a následne čiastkových cieľov, plnením ktorých sme sa dostali k finálnej verzii nášho príspevku. Problematiku sme analyzovali prostredníctvom teoretického vymedzenia a následne praktickou formou. Súčasťou praktickej formy bolo zozbieranie čiastkových výsledkov jednotlivých prieskumov, ktoré sa zaoberali postojmi spotrebiteľov k udržateľným značkám. Cieľom daných prieskumov (Korčoková, Támara 2022, Klepochová, Lenická 2022, Francová, Just 2022) bolo zistiť postoje spotrebiteľov k trvalo udržateľným značkám. Všetky prieskumy z ktorých sme vyberali len časti, ktoré súvisia s danou témou sa realizovali na Ekonomickej univerzite v rokoch 2021, 2022 formou dotazníkov. Pri uvedených prieskumoch sme postupovali nasledovne:

- oslovenie respondentov so žiadosťou o vyplnenie dotazníka,
- získanie potrebných informácií od respondentov,
- spracovanie získaných informácií,
- vyhodnotenie dotazníkov,
- zobrazenie výsledkov a ich interpretácia vo forme grafov a s ich popisom.

Z uvedených prieskumov vyberáme len určité znenie otázok a odpovedí, ktoré majú priamy súvis s problematikou daného príspevku. Vzhľadom na uvedenú vzorku sú výsledky prieskumu len orientačné. Informácie sme čerpali najmä z domácej i zahraničnej literatúry, z elektronických zdrojov prístupných na internete, takisto sme využívali články uverejnené vo vedeckých časopisoch a odborné príspevky v zborníkoch. Pri rozpracovaní skúmanej problematiky sme využili široké spektrum klasických metód vedeckej heuristiky – analýzu, syntézu, konkretizáciu, generalizáciu a komparáciu, čiastočne indukciu a dedukciu.

## 2 Výsledky a diskusia

### 2.1 Spotrebiteľské správanie a faktory, ktoré ho ovplyvňujú

Pod pojmom spotrebiteľské správanie rozumieme pozorovateľný akt, ktorým je nákup a spotreba. Ide o procesy, ktoré prebiehajú už pred samotným nákupom, počas nákupu a po nákupe. V súčasnosti má spotrebiteľ príležitosť vybrať si z veľkého množstva produktov také, ktoré spĺňajú technické, ekonomické, ale aj environmentálne požiadavky. Environmentálny vzťah spotrebiteľov preto znamená tiež jeden z podstatných faktorov, ktorý vplyva na rozhodovanie o nákupe. S vývojom vnímania marketingu sa vytvorili nové marketingové koncepty odlišné od tradičného marketingu ako sú zelený marketing a trvalo udržateľný marketing, či pojmy cirkulárna ekonomika, udržateľné značky a mnohé iné. Všetky uvedené oblasti súvisia so spoločenskou zodpovednosťou firiem, ktorej cieľom je zdravé životné prostredie a bezpečná spoločnosť.

## 2.2 Zelený marketing

Práve zhoršujúci sa stav životného prostredia vedie k tomu, že ľudia začínajú prejavovať záujem o zelené produkty. Môžeme konštatovať, že za posledné obdobie sa zvyšuje spotrebiteľská vedomosť v oblasti environmentalistiky, ekológie, či zdravia a životného štýlu. Tieto udalosti bezpochyby podporujú rozmach zeleného marketingu. Koncept zeleného marketingu v podobe, akej ho poznáme dnes, prešiel viacerými vývojovými etapami s rôznymi nárokmi na marketingové aktivity. Prvotný ekologický marketing sa zameriaval len na obmedzovanie produkcie obzvlášť škodlivých produktov, táto koncepcia však nedostatočne napĺňala aspekty udržateľnosti. Preto sa v 80. rokoch začal rozvíjať širšie zameraný koncept pod názvom environmentálny marketing, ktorý bol zameraný na znižovanie environmentálnych škôd využívaním zeleného spotrebiteľského dopytu a príležitostí pre konkurenčné výhody (Pajtinková Bartáková, Gubíniová, 2020). Vývoj týchto koncepcií vyvrcholil vznikom zeleného marketingu, ktorý zahŕňa celý rad myšlienok, metód a procesov vedúcich k uspokojovaniu potrieb zákazníkov a dosahovaniu organizačných cieľov podniku pri rešpektovaní princípov udržateľnosti.

Autor Polonsky (1995) uvádza že, *„zelený alebo ekologický marketing sa skladá zo všetkých činností, ktorých cieľom je vytvárať a uľahčovať výmeny, ktoré majú uspokojiť ľudské potreby. Tieto potreby sa objavujú s minimálnym negatívnym vplyvom na životné prostredie“*.

Spotrebiteľia si najčastejšie spájajú zelený marketing s označovaniaми ako sú eco-friendly, environmental friendly, recyklovateľný a inými. Zelený marketing je zameraný najmä na šetrnosť životného prostredia. Oproti klasickému marketingu zelený marketing berie do úvahy obmedzené prírodné zdroje, neupriamuje sa na maximalizáciu predaja a maximalizáciu zisku pri uspokojovaní ľudských potrieb.

V súčasnosti sa koncepcia zeleného marketingu od jeho pôvodného poňatia čiastočne líši, základ však zostal rovnaký. Východiskom každého environmentálne orientovaného marketingu je implementácia ekologických princípov do marketingových aktivít podnikov s cieľom znížiť ich negatívne vplyvy na životné prostredie.

Zelený marketing dbá na produkty a služby, ktoré sú nielen ekologické, ale aj prospešné pre spoločnosť z dlhodobého hľadiska. Z jednotlivých prieskumov, vedeckých článkov môžeme konštatovať veľmi pozitívny aspekt a to, že spotrebiteľia sa začínajú viac zaujímať o ochranu životného prostredia, začínajú si uvedomovať obmedzenosť zdrojov, zraniteľnosť prírody, čo sa odzrkadľuje aj v ich nákupnom správaní.

Prechod z klasického marketingu na zelený, trvalo udržateľný marketing predstavuje pre mnohé firmy značné zmeny vo firemných a výrobných procesoch, čo je z krátkodobého hľadiska mimoriadne náročné, no z dlhodobého hľadiska veľmi prospešné a prínosné. Mnohé firmy sa začali proaktívne zapájať do riešenia vznikajúcich environmentálnych či sociálnych problémov a vytvárať si tak konkurenčnú výhodu v svojom pôsobení. Veľmi intenzívne sa snažia o minimalizáciu negatívnych vplyvov produktov na životné prostredie prostredníctvom podpory environmentálne zodpovedných postupov pri ich spotrebe a likvidácii a to vytváraním nových produktov a služieb s minimálnymi nepriaznivými vplyvmi na životné prostredie, ktoré zodpovedajú nárokom spotrebiteľov na kvalitu a cenu.

Ďalším dôležitým aspektom, je vznik nových značiek s ekologickým, trvalo udržateľným zameraním a oslovenie komunity spotrebiteľov, ktorí ich uprednostňujú pred ostatnými značkami. Firmy si uvedomujú skutočnosť, že mimoriadne vysoké vstupné náklady, ktoré sú spojené s daným procesom sú ochotné akceptovať vzhľadom na benefity, ktoré so sebou

zelený marketing prináša. Zelený marketing neprináša výhody len jednotlivým firmám ale, v prvom rade vďaka zavedeniu udržateľných metód firmy výrazne znižujú negatívne vplyvy pôsobenia na ľudské zdravie a životné prostredie.

## 2.3 Trvalo udržateľný marketing

Z teoretickej roviny sa začala využívať nová marketingová koncepcia udržateľnosti, ktorá vytvára priestor pre novodobé chápanie potrieb spotrebiteľa z pohľadu ich vnímania a ochrany životného prostredia. Marketingová koncepcia udržateľnosti vytvára budovanie vzťahov medzi vzťahovým marketingom, moderným a ekologickým marketingom.

Trvalo udržateľný marketing vytvára dlhodobú orientáciu vzťahu so spotrebiteľmi naopak od moderného marketingu, ktorý je založený najmä na krátkodobých akciách – snahe predat'. Vo všeobecnosti môžeme konštatovať, že trvalo udržateľný marketing zahŕňa budovanie a udržiavanie vzťahov so spotrebiteľmi, sociálnym, životným a prírodným prostredím. Prechod na udržateľný marketing čiastočne zahŕňa integráciu sociálnych a environmentálnych kritérií do konvenčného marketingového myslenia a procesov. S neutíchajúcim vývojom skúmanej problematiky trvalo udržateľného marketingu sa vytvárajú predpoklady pre jeho aplikáciu do praktickej roviny. Aplikujú sa trendy trvalo udržateľného marketingu, ktoré vytvárajú obraz súčasných a želaných podôb skúmanej problematiky do praktickej sféry. Medzi najznámejšie trendy v trvalo udržateľnom marketingu zaradujeme tieto (Infinity research, 2018):

- **Priorizácia udržateľnosti v rámci politickej sféry** – po prijatí viacerých dohôd na čele s Parížskou klimatickou dohodou sa vytvorili právne podporné orgány na rast, rozvoj a ochranu životného prostredia. Vzniká silnejúca podpora pre spoločnosti, ktoré ponúkajú tie produkty a služby s pridanou hodnotou v rámci udržateľnosti. Takéto spoločnosti sa dostávajú do popredia.
- **Posilnenie transparentnosti dodávateľského reťazca** – informatizáciou a globalizáciou spoločnosti sa vytvoril obrovský tok dát, ktoré sa správnym spracovaním menia na cenné informácie. V pôsobení udržateľnosti sa zvyšuje využívanie údajov a technológií na zvýšenie viditeľnosti dodávateľského reťazca. Presné vymedzenie článkov v dodávateľskom reťazci je jeden z kľúčových trendov udržateľnosti. Vymedzujú sa subjekty a proces, ktoré boli vykonané na konkrétny produkt, či službu. Napomáha to firmám pri plánovaní svojho dodávateľského reťazca s vplyvom na životné prostredie.
- **Rastúca potreba spolupráce a kooperácie** – pri zvyšujúcej sa konkurencii a globalizácií sa dostávajú do popredia partnerstvá, kooperácie, či samotné fúzie právnych foriem. V podporovanom inovačnom procese sa táto forma ukazuje ako potrebná pre zlepšenie produktov, či služieb s pohľadom na udržateľnosť. Zaznamenávame zvýšenie počtu výrobcov, ktorí majú tendenciu prijímať holistický prístup marketingu. V danom prístupe sa zvažujú výrobné náklady, či investičné výdavky v oblasti udržateľnosti. Takéto trendy udržateľnosti vyvolali nárast nových platforiem spolupráce, ktoré pomáhajú zefektívniť celý proces.
- **Podpora projektov zameraných na udržateľnosť** – najvyužívanejšie zmýšľanie investorov je zamerané na podporu spoločnosti a projektov, ktoré sa zameriavajú na udržateľnosť. Zaznamenávame v danej oblasti rastúci pozitívny trend. Pod-



porujú sa primárne spoločnosti, či produkty a služby, ktoré vytvárajú potrebnú pridanú hodnotu, ktorá sa spája s udržateľnosťou. Predlžuje sa životný cyklus a využívajú sa technológie obnoviteľných zdrojov.

- **Príchod cirkulárnej ekonomiky** – zvyšujúci sa počet spoločností začali identifikovať potrebu, s cieľom čo najefektívnejšieho využitia zdrojov s ich následným opakovaným využitím. Tento fakt má zabezpečiť predĺženie životného cyklu. Využíva sa cyklický obchodný model, ktorý na rozdiel od hlavného prúdu lineárneho modelu prijala stratégie v recyklácii a životnosti produktu.

Podpora trvalo udržateľnej formy sa stalo súčasťou pravidelnej diskusie na akademickú, či politickej pôde. S rastom dôležitosti týchto činiteľov sa vytvára potrebný efekt „výzvy“ pre nasledujúce využitie v praxi. Z dôvodu prijatia množstvo celosvetových dohôd na ochranu životného prostredia, bude táto oblasť vo všetkých vedeckých odboroch veľmi využívaná a dôležitá. Zabezpečuje si tak svoje silné postavenie v nasledujúcom období.

### Marketingový mix trvalo udržateľného marketingu

Aplikáciou súčasných trendov a výziev v oblasti udržateľného rozvoja a vytvorením pridanej hodnoty pre spotrebiteľa získavajú spoločnosti možnosť budovania dlhodobých vzťahov so spotrebiteľmi, ktoré sú prospešné nielen pre podnikanie, ale aj pre spoločnosť a životné prostredie. Novodobé vnímanie udržateľného marketingu vytvorilo novodobý prístup, ktorý predstavil „nový“ koncept 4C, pričom sa pokúsil formovať tradičné 4P marketingového mixu (Peattieho a Belza, 2010). Dôvod formovania tradičného chápania marketingového mixu bolo zahrnutie kritérií udržateľnosti pre aplikáciu marketingovej stratégie v rámci udržateľného smerovania (Kumar.V.,2012). V ich koncepte 4C sa zameriavajú na tieto 4 oblasti:

- **Customer solution (spotrebiteľské riešenie)** – priniesť zákaznicke riešenie, ktoré prinesie pridanú hodnotu zákazníkovi, spoločnosti a nevytvára negatívny vplyv pre životné prostredie. Spoločnosti sa zameriavajú na inovačné procesy, ktoré pridávajú k produktu a službám prvky novodobého trendu v udržateľnom formáte.
- **Customer price (spotrebiteľské náklady)** – ponúkané produkty a služby, ktoré z dlhodobého hľadiska prinášajú pridanú hodnotu v podobe udržateľnosti a uspokojenie potrieb spotrebiteľa za prijateľné náklady a možnosti návratnosti produktov iným spôsobom, prípadne opakovateľného použitia produktov.
- **Convenience (pohodlie)** – zabezpečenie, čo najväčšieho pohodlia pre spotrebiteľa sa stalo základom novodobého zmýšľania spoločnosti. Vytvára sa tým potrebná pridaná hodnota, ktorá umožňuje spotrebiteľovi pozitívne vnímať tento trend s osobným uspokojením svojich potrieb. Vytvorením konvenčných produktov so stopou udržateľnosti sa stalo novodobou výzvou pre množstvo spoločností.
- **Communication (komunikácia)** – pochopenie potrieb novodobých spotrebiteľov vytvára priestor pre odborníkov zvoliť, čo najlepšiu marketingovú a komunikačnú stratégiu pri týchto konvenčných produktoch. V rámci komunikácie sa zameriavame na prezentovanie pozitívnych vplyvov týchto konvenčných produktov v rámci ich celého životného cyklu, ako aj ich ekologickú stopu.

Pre lepšie pochopenie zvoleného modelu sa môžeme na tento nový koncept pozrieť v rámci schémy 1.

### Schéma 1 Marketingový mix z pohľadu trvalo udržateľného marketingu

| Marketingový mix 4P      |               | Marketingový mix udržateľného marketingu |
|--------------------------|---------------|------------------------------------------|
| PRODUKT                  | TRANSFORMÁCIA | SPOTREBITEĽSKÉ RIEŠENIE                  |
| CENA                     |               | SPOTREBITEĽSKÉ NÁKLADY                   |
| DISTRIBÚCIA              |               | POHODLIE                                 |
| MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA |               | KOMUNIKÁCIA                              |

Zdroj: spracované podľa: Kumar. V., Rahman. Z., Goyal.P., A.A.Kazmi. 2012

Aplikáciou týchto poznatkov sa následné vytvárajú výzvy, a trendy, ktoré môžu napomôcť pri pochopení novodobých spotrebiteľských nálad v skúmanej oblasti. Pochopením spotrebiteľských nálad a spotrebiteľského správania sa vytvárajú podmienky pre spoločnosti, pre ich následne marketingové aktivity pri tvorbe nových konvenčných produktov založených na báze udržateľnosti.

## 2.4 Cirkulárna ekonomika

Problematika trvalo udržateľnej značky je priamo prepojená už s uvedeným zeleným ako aj udržateľným marketingom. Veľmi dôležitú úlohu tu zohráva aj problematika cirkulárnej ekonomiky. Cirkulárna ekonomika predstavuje holistický prístup, ktorého fungovanie je možné len v prípade, že nastane systémová zmena a kooperácia rôznych aktérov s využitím moderných technológií. Tieto technológie ponúkajú mnoho možností pri hospodárení s odpadmi a umožňujú prestavbu, či vznik úplne nových biznis modelov.

Cirkulárna ekonomika býva definovaná ako protiklad tradičnej lineárnej ekonomiky, kde sa suroviny vyťažia, spracujú na výrobky a končia na skládke alebo v spaľovni. V mnohých situáciách nie je toto vysvetlenie jednoznačné a správne a často sa mylne považuje za synonymum recyklácie, či nakladania s odpadmi. Podstata cirkulárnej ekonomiky ide však oveľa viac do hĺbky a zahŕňa v sebe komplexnejší okruh problémov. Cirkulárna ekonomika sa snaží vytvárať materiálové cykly prostredníctvom využívania druhotných surovín a opravených, či prepracovaných produktov, čím chce vytvárať a udržiavať materiály a produkty v obehu čo najdlhšiu dobu. Uvedené postupy sú následné prepojené so zmenou, spôsobom výroby, spotreby a nakladania s použitým materiálom. Vytvára sa teda priestor pre zvýšenie efektívnosti týchto procesov, pre vznik nových biznis modelov a pre postupnú elimináciu záťaží životného prostredia.

Podstatu cirkulárnej ekonomiky, definície a charakteristiky predstavili mnohí autori a vedecké authority, ako napríklad autori MCCARTHY, A., – DELLINK, R., – BIBAS, R., ktorí charakterizujú cirkulárnu ekonomiku ako „ tzv. *zužovanie materiálových cyklov (narrowing resource flows)* v rámci existujúcej lineárnej ekonomiky. Jedná sa o efektívnejšie využívanie zdrojov, a to najmä prostredníctvom nových technológií, či väčšieho využívania súčasných zdrojov. Takýmto príkladom môže byť efektívnejšie využívanie automobilov, kancelárskych

*priestorov alebo menšie plytvanie potravinami. Tento princíp tiež môže zahŕňať zmenu spotrebného správania ku tovarom a službám menej závislým na materiáloch. Konkrétnymi nástrojmi môžu byť investície do výskumu a vývoja relevantných technológií, rozvoj zdieľanej ekonomiky alebo zvýšenie povedomia o dopadoch rôznych spotrebiteľských rozhodnutí*“.

Medzi základné prvky cirkulárnej ekonomiky patrí zníženie spotreby prírodných zdrojov, dizajn produktu, ktorý umožňuje jeho jednoduché rozloženie a opätovné použitie materiálu, predĺženie životnosti produktu údržbou a opravami, potom využitie recyklovaného materiálu a znovuzískavanie surovín z odpadu. Vidíme, že sa jedná o komplexný proces, ktorý nezačína len recykláciou, ale celý balík zmien od firemných praktík cez vládne postupy a spotrebiteľské správanie. (Van Buren, Nicole et al., 2016) European Enviromen agency,(2016) uvádza, že jednou zo základných podmienok prechodu na cirkulárnu ekonomiku sú nové inovatívne obchodné modely ako sú napríklad ponuka dodatočných služieb spojených s predajom a údržbou, možnosť spätného odkúpenia alebo prenájom produktu.

## **2.5 Udržateľné značky**

Udržateľná značka dbá na zákazníka a na správanie voči nemu, takisto dáva do popredia ňou ponúkanú unikátnu hodnotu. Kladie dôraz na tvorbu dlhodobých vzťahov so zákazníkmi i partnermi, opätovné nákupy a starostlivosť. Udržateľná značka sa okrem zisku zaoberá rozvojom komunity a šetrením prírodných zdrojov. (Franko, 2020)

Značka, ktorá je udržateľná pri svojom podnikaní uplatňuje udržateľné postupy a aj ich presadzuje. Udržateľné značky používajú nástroje komunikácie značky, aby sprostredkovali tieto benefity konečným zákazníkom, týmto činom im umožňujú spraviť vedomé rozhodnutia. Značka je vnímaná ako udržateľná iba vtedy, ak dokáže dôveryhodne sprostredkovať výhody udržateľnosti, ktoré sú viditeľné a relevantné pre spotrebiteľa. Kľúčom k udržateľnej značke je dôvera medzi spotrebiteľom a samostatnou značkou, ak sa toto dosiahne, tak udržateľná značka môže vytvoriť USP (jedinečný predajný argument) a aplikovať ho v praxi.

Značky, ktoré chcú byť udržateľné musia poznať celý svoj dodávateľský reťazec aj napriek tomu, že táto úloha nie je jednoduchá a pre mnohé značky môže byť odradzujúca. Jednou z najväčších výziev udržateľných značiek do budúcnosti je zlepšenie komunikácie medzi aktérmi dodávateľských sietí. Udržateľné značky musia komunikovať nie len s ich priamymi, ale aj nepriamymi dodávateľmi.

Dodávateľské siete napríklad v módnom priemysle, kozmetike, spotrebných produktoch, potravinárstve a v mnohých iných odvetviach nie sú komplexné, neustále sa v nich menia dodávatelia, majú relatívne krátke výrobné cykly a zahŕňajú veľa komponentov. Vďaka tomu nie je jednoduché monitorovať, či sú produkty vyrobené eticky a environmentálne a odkiaľ pochádzajú materiály použité na ich výrobu.

Udržateľné značky musia podporovať dodávateľov v tom, aby pri výrobe prihliadali na udržateľnosť. Ďalším nevyhnutným krokom je voľba miesta výroby alebo voľba zdrojov na výrobu. Napríklad výrobcovia rýchlej módy nemajú vybudované silné vzťahy so svojimi dodávateľmi a namiesto toho uprednostňujú vždy tých, ktorí ponúkajú svoje produkty za nižšiu cenu. (Karaosman,H, 2016)

Cieľom udržateľných značiek by mala byť skutočnosť, vybudovať si dlhodobé a dobré vzťahy s dodávateľmi a výrobcami pre ktorých je prioritou vyrábať jednotlivé produkty a služby udržateľnejšou formou.

Autorky Punitha, S., a Rasdi, R. v svojej publikácii uskutočnili porovnanie medzi tradičným marketingom a trvalo udržateľným marketingom. Na základe uvedených kritérií a porovnaní môžeme uskutočniť podobné porovnanie medzi bežnou značkou a udržateľnou značkou – značkou, ktorá prezentuje produkty vyrobené na základe udržateľnosti.

**Tabuľka 1** Porovnanie zamerania bežnej značky a udržateľnej značky

|                                        | <b>Značka</b>                                                                                                                                                                                         | <b>Udržateľná značka</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Zúčastnené strany</b>               | Firma, spotrebiteľia                                                                                                                                                                                  | Firma, spotrebiteľia, životné prostredie                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Ciele</b>                           | dosiahnuť stanovené finančné ciele,<br><br>dosiahnuť spokojnosť zákazníkov,<br><br>udržať si svojich zákazníkov a získať nových zákazníkov.                                                           | minimalizovať ekologické dopady,<br><br>využívať ekologické materiály,<br><br>osloviť a vzdelávať nových zákazníkov a udržať si stálych zákazníkov,<br><br>dosiahnuť spokojnosť zákazníkov,<br><br>dosiahnuť stanovené finančné ciele.                                                                            |
| <b>Zodpovednosť</b>                    | ekonomická zodpovednosť                                                                                                                                                                               | environmentálna zodpovednosť,<br><br>sociálna zodpovednosť,<br><br>ekonomická zodpovednosť.                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Dosah marketingových rozhodnutí</b> | proces rozhodnutí od výroby až po použitie daného produktu – proces využitia nástrojov marketingového mixu,<br><br>spôsob umiestnenia daného produktu na trh – využitie nástrojov komunikačného mixu. | komplexný výrobný reťazec, ktorý zahŕňa proces od výberu surovín – miesta, kde sa dané suroviny ťažia, ekologické spracovanie a materiály – využitie udržateľného marketingového mixu,<br><br>spôsob umiestnenia daného produktu na trh – využitie nástrojov komunikačného mixu s dôrazom na prvky udržateľnosti. |
| <b>Ekologické požiadavky</b>           | dodržiavanie stanovených legislatívnych noriem                                                                                                                                                        | snaha o dodržanie stanovených legislatívnych noriem s vyšším dôrazom na oblasť životného prostredia – vyššie ekologické požiadavky                                                                                                                                                                                |
| <b>Vzťahy s verejnosťou</b>            | snaha udržať si vzájomný vzťah medzi značkou a spotrebiteľmi rôznymi aktivitami                                                                                                                       | prostredníctvom značky upozorňovať na súčasné problémy životného prostredia, a aktívne zapájať do daných aktivít aj samotných spotrebiteľov,<br><br>úzka spolupráca aj s rôznymi verejnými organizáciami zameranými na problematiku trvalej udržateľnosti, životného prostredia a podobne.                        |

Zdroj: vlastné spracovanie Korčoková M. 2022 na základe podkladov Punitha, S., Rasdi, R. Corporate Social Responsibility (2013)

Chomová, K (2022) v svojej publikácii uvádza, že "udržateľné značky prispievajú oveľa viac než „len“ komunikovaním svojho imidžu a pozície na trhu. Udržateľné značky napomáhajú zákazníkom žiť lepším spôsobom života a spolupodielajú sa na tvorbe lepšej, spravodlivejšej spoločnosti. Tento ušľachtilý cieľ je dosahovaný vtedy, ak sa firma venuje hlbším potrebám a túžbam zákazníkov vytvára predpoklady, produkty a značky na ich plnenie"

Existujú rôzne rebríčky udržateľnosti značiek vo svete. Napríklad rebríček Sustainable brand index, ktorý určuje poradie značiek v jednotlivých krajinách podľa vybraných ukazovateľov udržateľnosti. Sustainable Brand Index™ je najväčšia európska nezávislá štúdia značiek o udržateľnosti, ktorú v roku 2011 založila spoločnosť SB Insight vo Švédsku. Sustainable Brand Index™ meria vnímanie udržateľnosti značiek naprieč odvetviami a krajinami. Ide o nezávislú štúdiu pozostávajúcu z viac ako 1 500 značiek, 35 odvetví a takmer 70 000 rozhovorov so spotrebiteľmi v celej Európe (škandinávske, Holandsko a Pobaltie). Pritom Sustainable Brand Index™ ukazuje, ako sú značky vnímané v rámci udržateľnosti, prečo sú takto vnímané a čo s tým robiť. Okrem ročných hodnotení značiek a oficiálnych správ poskytuje Sustainable Brand Index™ značkám informácie o udržateľnosti založené na údajoch, prispôbené analýzy a strategické odporúčania (<https://www.sb-index.com/methodology>). Tento rok (2022) je aktuálny počet udržateľných značiek v Sustainable Brand Index™ 1507 z krajín ako sú Fínsko, Nórsko, Švédsko, Holandsko, Dánsko, Estónsko, Litva, Lotyšsko. Rebríček indexu udržateľnosti ukazuje, ako sú vnímané rôzne udržateľné značky podľa spotrebiteľov v každej krajine. Rebríček pozostáva z dvoch hlavných častí: jedna, ktorá sa nazýva environmentálna zodpovednosť, a druhá sa nazýva sociálna zodpovednosť.

Medzi významné udržateľné značky môžeme zaradiť nasledujúce: TOMS, PATAGONIA, INNOCENT, THE BODY SHOP, SMOL, ECOVER, OMNES, FACETHEORY, MUD JEANS, JANE IREDALE, IKEA, WHOLE FOODS MARKET, FJALLRAVEN, PANGAIA. Medzi úspešné slovenské udržateľné značky môžeme zaradiť napríklad značky ako sú NOSENÉ, ABRAKA, WAKI VAKY, RARE CLOTHES, NEHERA, KAIKAI, NOVESTA, BEWOODEN a mnohé ďalšie.

### **2.5.1 Komunikačná stratégia udržateľných značiek**

Komunikačné programy značky tvoria časť marketingovej komunikačnej stratégie celej spoločnosti. Marketingová komunikácia je dôležitým nástrojom, vďaka ktorému spoločnosti informujú, vzdelávajú, presvedčujú a pripomínajú zákazníkom ich produkty a značku, ktorú ponúkajú. Reprezentuje "hlas" značky a je jeden zo spôsobov, ako vytvoriť dialóg a vybudovať vzťah so zákazníkom (Kotler a Keller, 2007).

Asociácie k značke ovplyvňujú hodnotu, ktorú zákazník značke prisudzuje (Dillon, 2001). Asociácie sú kľúčové pri budovaní silnej značky, pretože reprezentujú to, čo si zákazník o značke myslí, ako ju posudzuje a v ideálnom prípade vytvárajú pozitívne postoje a pocity. Imidž, postoj a vnímaná kvalita sú tri príbuzné štruktúry, ktoré sú prepojené v mysli zákazníka na značku. V rámci marketingovej komunikácie udržateľných značiek môžeme využiť nástroj, ktorý poznáme pod skratkou USP - (*Unique selling proposition*). USP je skratka pre jedinečný predajný argument a znamená to opis toho, čo konkrétnu službu alebo výrobok odlišuje od konkurencie. Unique selling proposition je vec, vlastnosť (čokoľvek), čo vaše podnikanie odlišuje od konkurencie a robí ho lepším (Korčoková, M. 2022). Práve tu by sa mohol využiť ukazovateľ udržateľnosti, ktorý by mali jednotlivé značky jasnejšie komunikovať a využívať. Ako uvádza Chomová, 2022 „*udržateľná marketingová komunikácia viac ako ponuku produktov zdôrazňuje samotnú firmu, čím umožňuje dialóg medzi zákazníkom a firmou*". Taktiež marketingová komunikácia značiek môže využiť takzvanú stratégiu odlišenia

sa od konkurencia a to opäť cez faktor udržateľnosti. Daných možností je pomerne veľa, len je potrebné aby samotná firma a ich značky taký fenomén, ako faktor udržateľnosti začali komunikovať. S udržateľnou komunikáciou ako uvádza Chomová, najčastejšie súvisia nasledovné nástroje:

**Tabuľka 2** Nástroje udržateľnej komunikácie

| Nástroje udržateľnej komunikácie              | Príklad                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sociálny marketing                            | Snaha o spoločenské zlepšenie, pomoc určitým oblastiam v spoločnosti a podobne                                                                 |
| Cause – related marketing                     | Spolupráca s neziskovým sektorom                                                                                                               |
| Udržateľná reklama                            | Print, vonkajšia reklama, noviny, časopisy, televízia, internet so zameraním na otázky udržateľnosti, ekológie, životného prostredia atď.      |
| Public relations                              | Webové stránky, výročné správy o udržateľnosti, storytelling, certifikácia, ocenenia, rebríčky kvality, sponzoring, event marketing, workshopy |
| Prima marketing                               | e- katalógy                                                                                                                                    |
| Podpora predaja                               | Ekologická súťaž                                                                                                                               |
| Ambasádori a influenceri udržateľných značiek |                                                                                                                                                |

Zdroj: K. Chomová, Udržateľný marketing, 2022

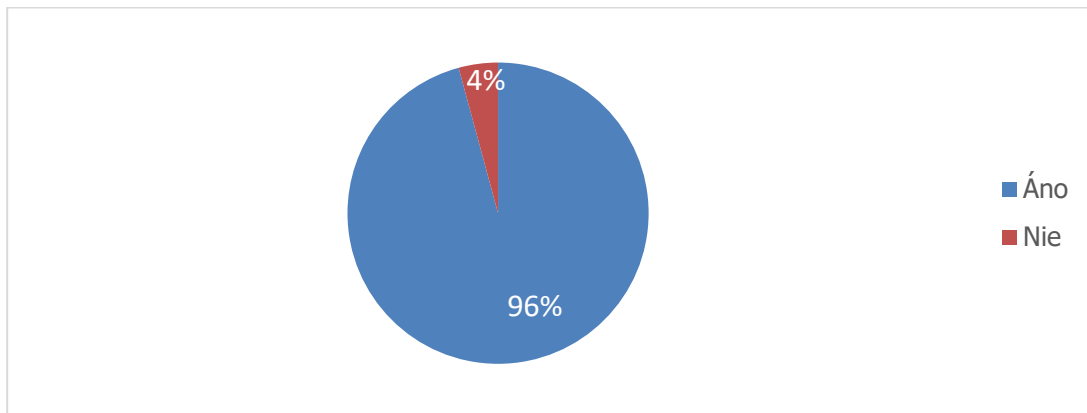
## Zhodnotenie prieskumov

V príspevku sa opierame o čiastkové výsledky prieskumov, ktoré boli zamerané na problematiku udržateľnosti a jej vplyvu na nákupné správanie spotrebiteľov. Prvý prieskum, ktorý uvádzame (Korčoková, Támová 2022) bol uskutočnený prostredníctvom dotazníka, ktorý bol vytvorený a distribuovaný v elektronickej podobe za pomoci Google formulára. Prieskumu sa zúčastnilo 166 respondentov v období od marca do apríla 2021. Základná vzorka tvorila (55,4 %) ženského a (44,6 %) mužského pohlavia. Z hľadiska veku dominovala v našej vzorke skupina respondentov vo veku 18 - 26 rokov, po nich nasledovala skupina vo vekovej škále 26 - 35 rokov, ďalej dopytovaní vo veku 36 - 45, 46 - 55 rokov, 56 - 65 rokov. Z hľadiska najvyššie dosiahnutého vzdelania prevládali respondenti s vysokoškolským vzdelaním II. a I. V prieskume sme sa pýtali aj na status. Z hľadiska statusu dominovali zamestnaní respondenti 64,3% a študenti tvorili vzorku 35,7%.

Z uvedeného dotazníka vyberáme len určité znenie otázok a odpovedí, ktoré majú priamy súvis s problematikou daného príspevku. Vzhľadom na uvedenú vzorku sú výsledky prieskumu len orientačné.

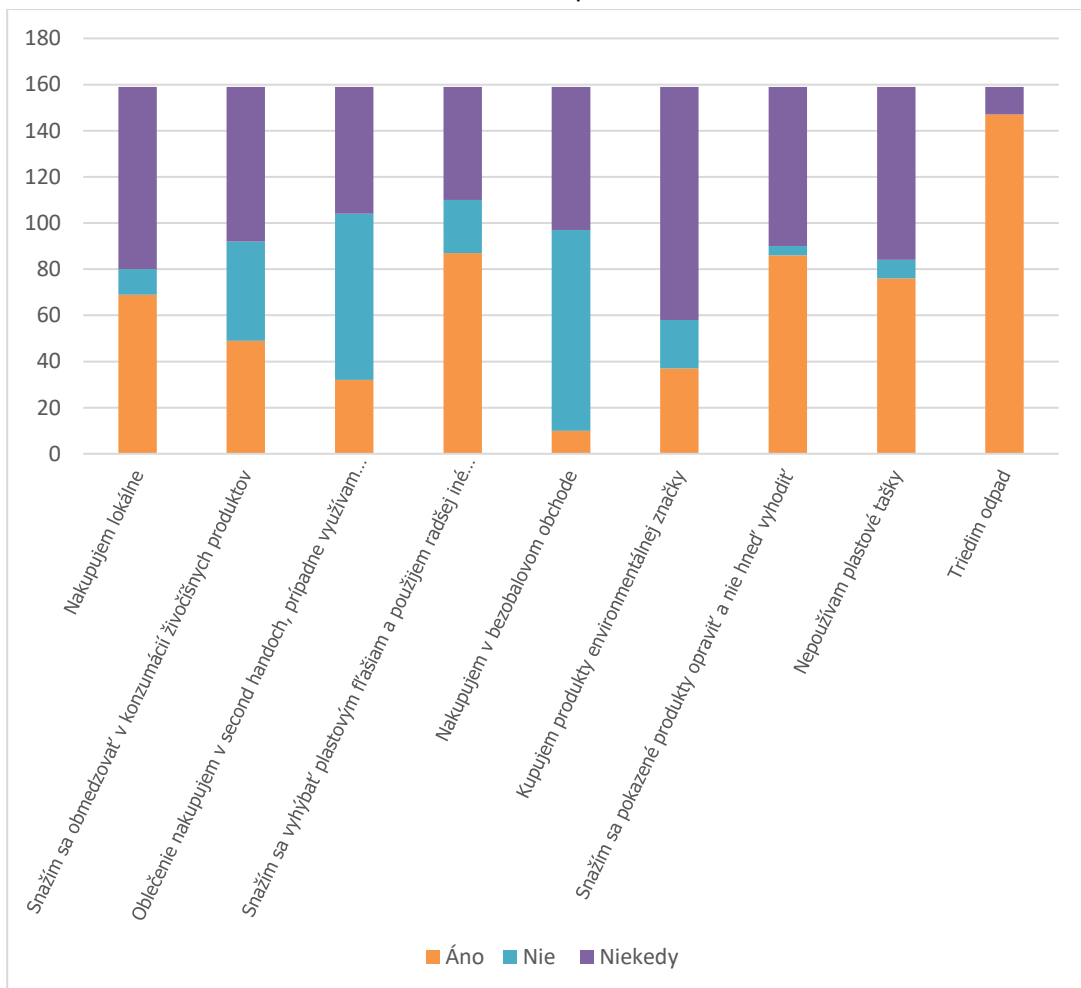
Graf 1 nám uvádza, že 96% respondentov, vníma problematiku ochrany životného prostredia za dôležitú.

**Graf 1** Je ochrana životného prostredia pre Vás dôležitá



Zdroj: Tánová, Korčoková, 2022

**Graf 2** Subjektívny názor respondentov k ich postojom a činnosti v rámci ochrany životného prostredia

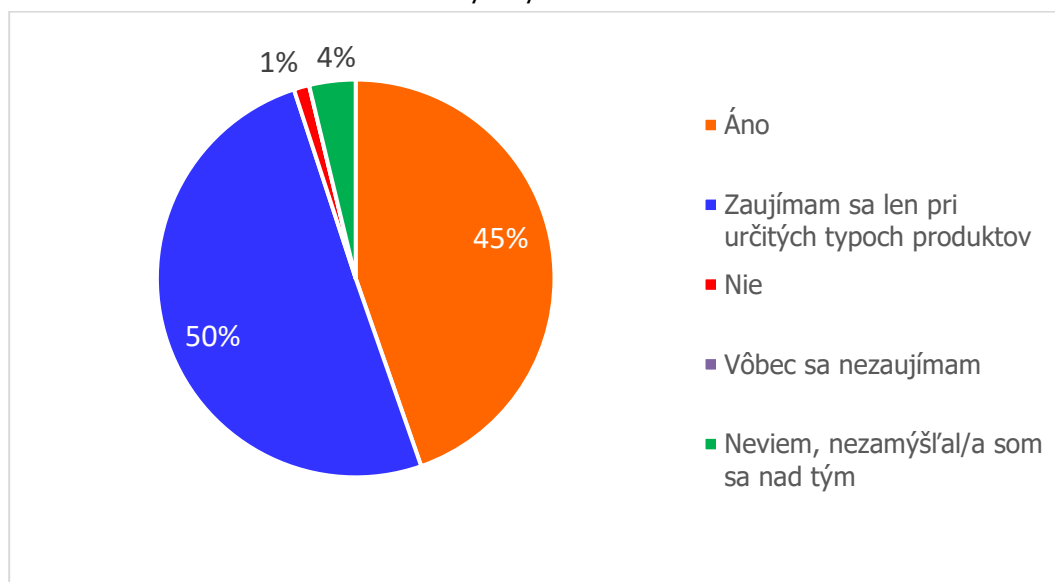


Zdroj: Tánová, Korčoková 2022

Problematikou udržateľnosti sme sa zaoberali otvorenou otázkou. Zisťovali sme povedomie u respondentov v oblasti udržateľnosti a zistenie asociácií, ktoré ich v rámci daného pojmu ako prvé napadnú. Z pohľadu štatistických dát sme zaznamenali 12% respondentov, ktorí daný pojem nepoznali, alebo sa s ním nestretli. Zvyšok respondentov daný pojem poznalo a vedelo pomenovať. Najčastejšie pomenovanými asociáciami boli asociácie: „ako trend 21. storočia, zmiernenie trendu rýchlej módy, environmentálne poňatie produktu, ale ako aj ekologické znovu využitie materiálov“.

Graf 2 v rámci dopytovania sa zamerail na subjektívny pohľad respondentov na ich správanie voči životnému prostrediu pomocou polytomického otázky, s možnosťou výberu len jednej varianty. Tento subjektívny názor bol vyjadrený na vybraných faktoroch, ktoré všeobecne zaradujeme medzi nevyhnutné prvky ochrany životného prostredia. Získané dáta na základe položenej polytomického otázky, s možnosťou výberu len jednej varianty vyjadril subjektívny názor jednotlivých respondentov na vybrané problémy spojených s ochranou životného prostredia. Dominantné postavenie zaznamenal faktor „triedenie odpadu“, na ktoré 92,5% respondentov vyjadrilo veľmi pozitívny názor. V danom faktore sme nezaznamenali žiadnu negatívnu odpoveď. Silnú pozitívnu reakciu sme zaznamenali u faktorov „snažím sa vyhýbať plastovým fľašiam a použijem radšej iné alternatívy“ a „snažím sa pokazené produkty opraviť a nie hneď vyhodit“.

**Graf 3** Subjektívny názor respondentov na pôvod produktov z pohľadu využitých materiálov

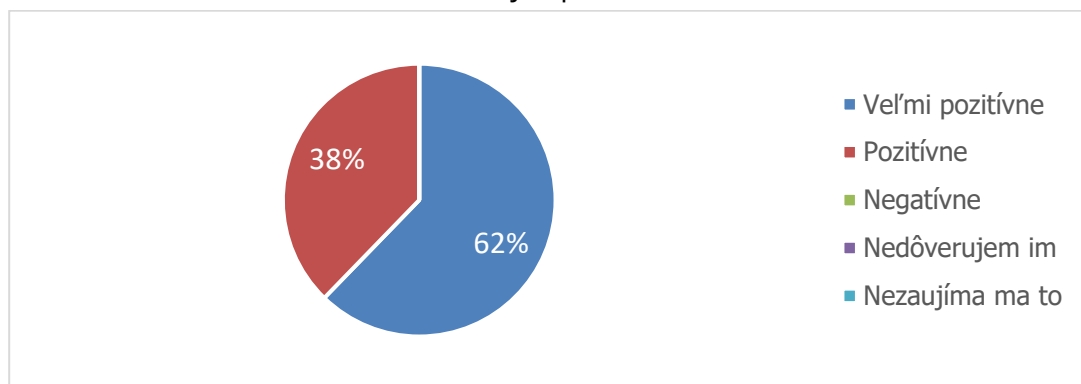


Zdroj: Támová, Korčoková 2022

Graf 3 sa zamerail na názory respondentov, ohľadne bližšieho skúmania produktov a materiálov, z ktorých sú vyrobené. V rámci zisťovania postojov respondentov môžeme graficky vidieť spracované dáta ohľadne záujmu respondentov v oblasti pôvodu materiálov u produktov. Zaznamenali sme stav, kedy 95% respondentov sa zaujíma o pôvod materiálov pri produktoch.



**Graf 4** Vnímanie spoločnosti využívajúci recyklovateľné materiály pri tvorení svojich produktov



Zdroj: Támová, Korčoková 2022

Graf 4 nám uvádza dopytovanie, ktoré bolo zamerané na subjektívne postoje respondentov v oblasti vnímania spoločností, ktoré vytvárajú produkty z recyklovateľných materiálov. Získané dáta potvrdili postoje respondentov, že k recyklovateľným materiálom majú pozitívny vzťah. 62% vníma tento fakt veľmi pozitívne a 38% pozitívne.

Ďalší prieskum (Franczová, Junas 2022), z ktorého uvádzame určité výsledky je zameraný na spotrebiteľské správanie v oblasti módných produktov s bližším zameraním na udržateľnú módu. Prieskumu sa zúčastnilo celkovo 249 respondentov prevažne z Trenčianskeho kraja.

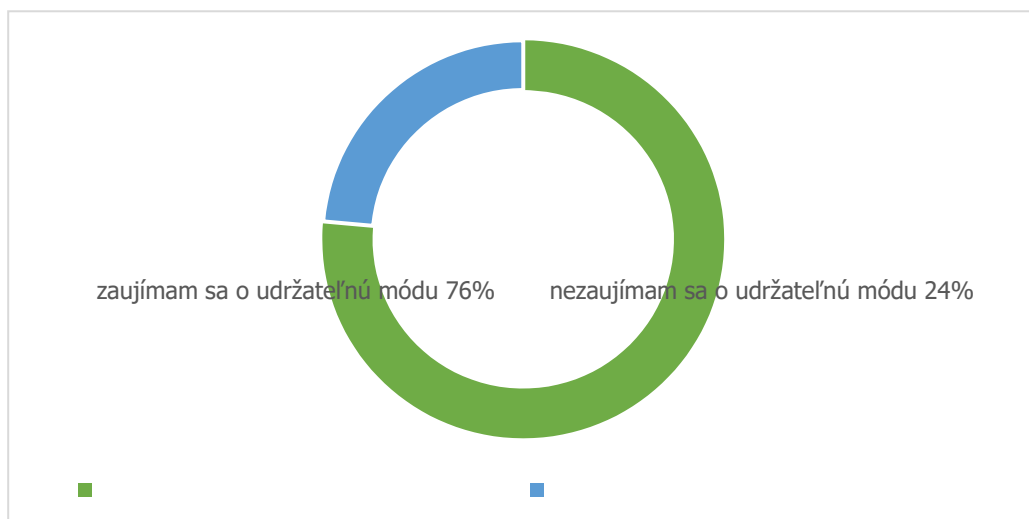
Prvú otázku, ktorú z daného prieskumu uvádzame je zameraná na znalosť pojmu udržateľná móda a slow fashion. Išlo o otvorenú otázku a vyberáme z nej len niekoľko podstatných odpovedí.

#### **Popíšte prosím v stručnosti, čo si predstavujete pod pojmom udržateľná móda alebo slow fashion.**

Najčastejšími odpoveďami respondentov bolo, že „*udržateľná móda znamená ekologicky vyrábané kvalitné oblečenie, ktoré sa nemusí meniť každú sezónu a pri jeho výrobe nie sú vykorisťovaní pracovníci a nevyužíva sa detská práca alebo, že sa jedná o uvedomelejší spôsob nakupovania*“. Niektoré z odpovedí boli napr.: „*Udržateľná móda, opak fast fashion*“. Ďalšie verzie odpovedí boli nasledovné:

Keďže *fast fashion* má obrovský dopad na našu prírodu a celkovo ekológiu, kde sú kusy oblečenia vyrábané na tony vo fabrikách a továrňach s otrasnými podmienkami pre zamestnancov, ktorí sú platení veľmi podpriemerne a kusy oblečenia sa predávajú za lacný peniaz, *slow fashion* sa tomuto vyvaruje vyrábaním udržateľných materiálov, kusov oblečenia, topánok. Takzvaná *eco-fashion*, ktorá sa snaží pri výrobe v konečnom dôsledku nezanechať obrovskú stopu na životnom prostredí. Je často recyklovateľná a z kvalitného prírodného materiálu.“ Ďalšou z odpovedí bolo: „*Materiál, z ktorého bol vyrobený produkt, je kvalitný*“.

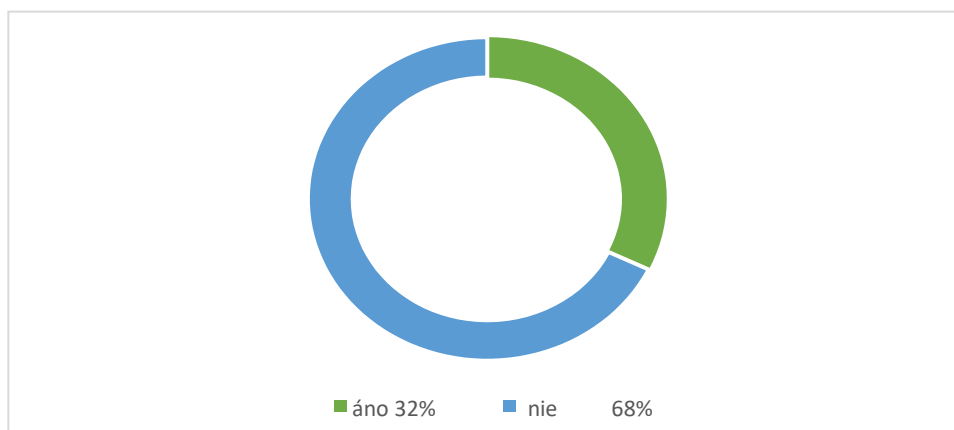
**Graf 5** Aký máte vzťah k udržateľnej móde?



Zdroj: Junas, Francová 2022

Graf 5 nám ponúka otázku aký vzťah máte k udržateľnej móde. Až (76%) z opýtaných uviedlo, že sa o udržateľnú módu zaujíma a (24%) sa o udržateľnú módu nezaujíma.

**Graf 6** Ste spokojný s aktuálnou ponukou udržateľnej módy na Slovensku?



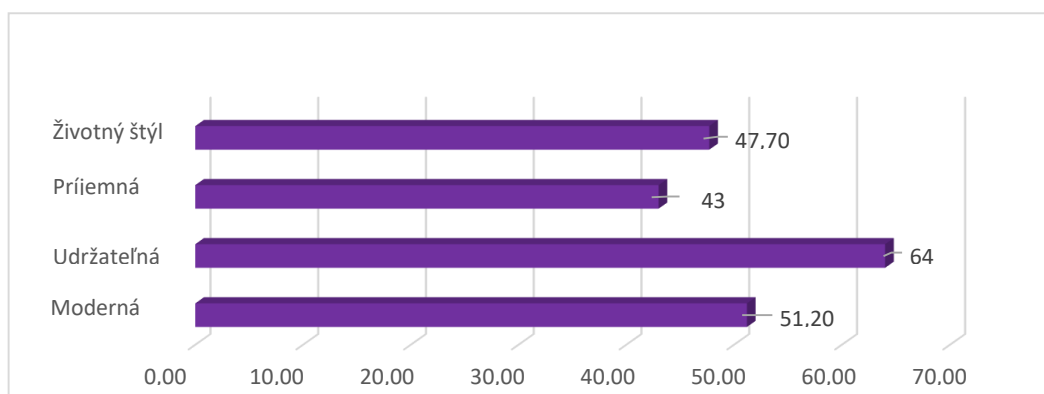
Zdroj: Junas, Francová 2022

Graf 6 znázorňuje odpoveď na otázku, či sú respondenti spokojní s aktuálnou ponukou udržateľnej módy na Slovensku. (68%) respondentov uviedlo, že s aktuálnou ponukou nie sú spokojní. Zvyšných (32%) uviedlo, že s touto ponukou spokojní sú.

Ďalšia otázka bola zameraná či ovplyvňuje váš výber oblečenia aj jeho zloženie materiálov, ktoré boli použité pri výrobe? Pre (40%) respondentov je zloženie veľmi významným faktorom, pre (49%) je zloženie významné len do určitej miery a (11%) respondentov zloženie vôbec neovplyvňuje.

Ďalšie čiastkové výsledky prieskumu uvádzame tie, ktoré boli konkrétne zamerané na určitú udržateľnú značku. Prieskum (Klepochová, Lenická 2022) bol zameraný na konkrétnu slovenskú značku Abraka, ktorá sa prezentuje ako udržateľná značka. Prieskumu sa zúčastnilo 117 respondentov. Väčšiu časť respondentov tvorili ženy v počte (82,1%) a muži v počte (17,9%). Vekové rozpätie opýtaných sme zisťovali v 4 vekových skupinách. Najpočetnejšiu skupinu respondentov tvorila mladá generácia vo veku 15 - 25 rokov, ďalej vo veku 26-35 rokov 36 - 45 rokov a najmenej respondentov patrilo do skupiny 46 a viac.

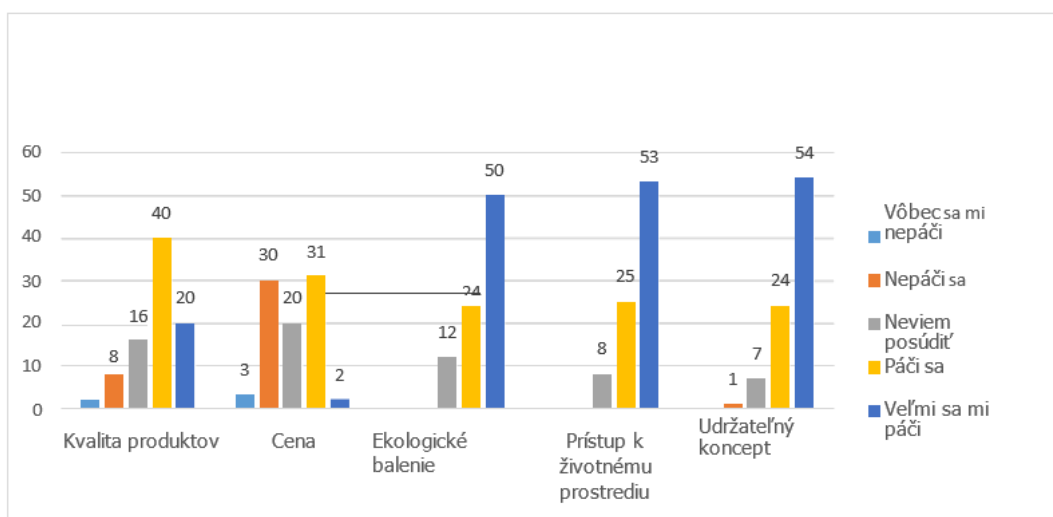
**Graf 7** Čo pre Vás značka Abraka znamená



Zdroj: Lenická, Klepochová 2022

Graf 7 nám zobrazuje, čo pre respondentov udržateľná značka Abraka znamená. Na výber mali zo 4 možností a mohli zaškrtnúť viacero odpovedí. Pre väčšinu, až (64%) zákazníkov Abraka znamená udržateľnú značku. Prívlastok moderná uviedlo (51,2%) respondentov. (47,7%) opýtaných berie značku Abraka ako životný štýl. Označenie príjemná zaškrtilo (43%) respondentov.

**Graf 8** Čo sa Vám páči na značke Abraka?



Zdroj: Lenická, Klepochová

Graf 8 zobrazuje odpoveď na otázku čo sa Vám páči na značke Abraka. Respondenti mali možnosť si vybrať za nasledujúcich kritérií: kvalita produktov, cena, ekologické balenie, prístup k životnému prostrediu a udržateľný koncept. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že 40 respondentom sa páči kvalita produktov. Pri cene produktov odpovede boli rozmanitejšie, 31 respondentov uviedlo, že sa im cena nepáči, vzhľadom na fakt, že produkty značky Abraka sú skutočne cenovo náročnejšie. . S ekologickým balením výrobkov sa 50 opýtaných zhodlo, že sa im veľmi páči. Pýtali sme sa aj ako hodnotia prístup k životnému prostrediu, kde 53 respondentov uviedlo, že sa im veľmi páči. Udržateľný koncept firmy sa veľmi páči 54 respondentom.

## Záver

Cieľom príspevku je poukázať, že respondenti majú veľmi vysoký záujem o tému udržateľnosti a túto oblasť je potrebné podporovať a ľudí v tomto smere neustále vzdelávať. Napriek zvyšujúcemu sa záujmu spotrebiteľov o udržateľnú módu je stále na Slovensku častejšou preferenciou rýchla móda. Môžeme konštatovať, že tento fakt je zapríčinený najmä nízkou informovanosťou spotrebiteľov a najmä slabou marketingovou komunikáciou v tomto smere. Výrobcovia a predajcovia udržateľnej módy by sa mali zamerať na marketingovú komunikáciu, ktorej cieľom bude poukazovať na priaznivé vplyvy udržateľnej módy a spoločenskú zodpovednosť. Ďalšie riešenia, ktoré si dovoľíme navrhnúť zhrnieme v nasledujúcich bodoch:

- ✓ Väčšia podpora a propagácia trvalo udržateľných značiek na slovenskom trhu, podporovať slovenské značky, ako aj značky v rámci krajín EÚ.
- ✓ Snaha slovenské firmy zapojiť do rebríčka hodnotenia „Sustainable brand index“ a dostať ho do vyššieho povedomia verejnosti, ako aj samotných značiek a firiem.
- ✓ Zlepšiť marketingovú komunikáciu udržateľných značiek s cieľom dostať sa do povedomia spotrebiteľov a zvyšovať ich záujem a informovanosť o daných značkách.
- ✓ Podporovať startupy, ktoré sa zaoberajú danou problematikou – výroba produktov z trvalo udržateľných materiálov, nové technológie a inovácie.
- ✓ Podporovať projekty zamerané na problematiku udržateľnosti – udržateľného marketingu, udržateľných značiek na stredných, vysokých školách a univerzitách.
- ✓ Zvýšiť povedomie spotrebiteľov o trvalo udržateľných značkách aj na iné produkty a služby ako je móda a módnny priemysel.

## Zoznam bibliografických odkazov

Dillon, W., Madden, T., Kirmani, A. & Mukherjee, S. (2001). Understanding What's in a Brand Rating: A Model for Assessing Brand and Attribute Effects and Their Relationship to Brand Equity. In: Journal of Marketing Research [online], Roč. 38, 4, s. 415-429, [online] [cit. 2022-01-20]. ISSN 0022-2437. [https://www.mapsnet.com/articles/JMR\\_Nov2001.pdf](https://www.mapsnet.com/articles/JMR_Nov2001.pdf).

- European environment agency. (2016). *Circular economy in Europe: Developing the knowledge base*. [online] [cit. 2020-11-20]. s. 15. ISSN 1977-8449. <https://www.eea.europa.eu/publications/circular-economy-in-europe>
- Franko, L. (2022). *Udržateľná značka*. [online]. [cit. 12-04-2022]. <https://digitalnynomad.xyz/udrzatelna-znacka/>
- Chomová, K. (2022). *Udržateľný marketing*. ISBN 9788057038665
- Infiniti research. (2018). *Top Sustainability Trends Changing the Face of Businesses* in [online]. Infiniti Research [cit. 2021.06.06] <<https://www.businesswire.com/news/home/20180710005573/en/Top-Sustainability-Trends-and-Insights-on-How-Business-Frameworks-Are-Changing-in-2018-Infiniti-Research>>
- Junas. D., Diplomová práca, (2021): *Marketing módnych značiek*. Evidenčné číslo 102002/D/2021/36124048429710852, Ekonomická univerzita Bratislava
- Karaosman, H., Brun, A. (2020). *Sustainability in Fashion*. Dublin: University College Dublin. [online]. [cit. 12-04-2022]. [https://www.researchgate.net/publication/338894121\\_Sustainability\\_in\\_the\\_Luxury\\_Fashion\\_Supply\\_Chain\\_Millennials'\\_Perception](https://www.researchgate.net/publication/338894121_Sustainability_in_the_Luxury_Fashion_Supply_Chain_Millennials'_Perception)
- Korčoková, M. (2016). *Suverénny spotrebiteľ*. In : *Gramotný Spotrebiteľ*. [elektronický zdroj]. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, ISBN 978-80-225-4297-5. [cit. 2020-03-21]. [https://of.euba.sk/www\\_write/files/veda-vyskum/publikacie/dzurova-a-kol-2016-gramotny-spotrebiteľ-zbornik-vedeckych-stati.pdf](https://of.euba.sk/www_write/files/veda-vyskum/publikacie/dzurova-a-kol-2016-gramotny-spotrebiteľ-zbornik-vedeckych-stati.pdf)
- Kotler, P., Keller, K. L., (2007). *Marketing management*. 12. vydanie. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1359-5
- Kumar V., Rahman. Z., Goyal, P., Kazmi A.A. (2012) In. *Evolution of Sustainability as Marketing Strategy Beginning of New Era* [online]. [cit. 12-01-2023]. [https://www.researchgate.net/publication/257257338\\_](https://www.researchgate.net/publication/257257338_) <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812007926?via%3Dihub>
- Lenická, B., Bakalárska práca, (2022): *Udržateľná značka a jej vnímanie zákazníkmi*. Evidenčné číslo: 102002/B/2022/36124048426560516, Ekonomická univerzita Bratislava
- Mansvelt, J. (2011). In. *Green consumerism: an A-to-Z guide*. Los Angeles: Sage Reference. ISBN 978-141-2996-853.
- Mccarthy, A., Dellink, R. & Bibas, R. (2018). *The Macroeconomics of the Circular Economy Transition: A Critical Review of Modelling Approaches*. OECD Environment Working Papers [online]. Paris: OECD Publishing, No. 130, [cit. 2020-11-15]. [https://www.oecd-ilibrary.org/environment/the-macroeconomics-of-the-circular-economy-transition\\_af983f9a-en](https://www.oecd-ilibrary.org/environment/the-macroeconomics-of-the-circular-economy-transition_af983f9a-en)
- Pajtníková Bartáková, G. & Gubínová. K (2021). In. *Udržateľný marketingový manažment*, Inštitút aplikovaného manažmentu, s. 38. Trenčín ISBN 978- 80 - 89600 - 08-3
- Polonsky, M. J. & Mintu-Wimsatt, A. T. (1995). *Environmental marketing: strategies, practice, theory, and research*. New York: Haworth Press, 1995. 415 s. ISBN 15- 602-4927-7
- Peattie, K. & Belz, Frank-Martin. (2010). *Sustainability marketing — An innovative conception of marketing*. In Marketing Review St. Gallen [online]. St. Gallen: Universität St. Gallen, 01.10.2010, roč. 27, č. 5. ISSN 1865-6544. [online]. [cit. 05-09-2022]. [https://www.researchgate.net/publication/225723866\\_Sustainability\\_marketing\\_-\\_An\\_innovative\\_conception\\_of\\_marketing](https://www.researchgate.net/publication/225723866_Sustainability_marketing_-_An_innovative_conception_of_marketing)

- Punitha, S. & Rasdi, R.(2013). *Corporate Social Responsibility: Adoption of Green Marketing by Hotel Industry*. In: researchgate.net. [online]. Selangor: Canadian Center of Science and Education. [cit. 2021-03-19]. E-ISSN 1911-2025. <[https://www.researchgate.net/publication/271339172\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_Adoption\\_of\\_Green\\_Marketing\\_by\\_Hotel\\_Industry](https://www.researchgate.net/publication/271339172_Corporate_Social_Responsibility_Adoption_of_Green_Marketing_by_Hotel_Industry)>.
- Támová Z., Diplomová práca, (2022): *Nástroje marketingového mixu v konkrétnej firme*. Evidenčné číslo:102002/I/2021/36100139013072644, Ekonomická univerzita Bratislava
- Wikiwand. (2022). *Sustainability brand* [online]. [cit.05-04-2022]. [https://www.wikiwand.com/en/Sustainability\\_brand#/Sustainability\\_brands\\_vs.\\_Sustainable\\_Brands](https://www.wikiwand.com/en/Sustainability_brand#/Sustainability_brands_vs._Sustainable_Brands)

# Slovenská ekonomika v problémoch

Ľubomíra Strážovská<sup>1</sup>

---

## Abstract

*The contribution brings reflection on the influence of selected economic categories, which are currently not developing according to our wishes. It points to a constant rise in prices that our incomes do not match. Our wealth is decreasing, almost 700,000 people live on the poverty line. Purchasing power is falling compared to European countries, even compared to former socialist countries. We live in a challenging time for discipline, perseverance, hard work and modesty. But we Slovaks have all these qualities, we just lack more taste and morals.*

## Key words

*Prices, economy, wealth, income*

## JEL Classification:

Received: 3.11.2022 Accepted: 7.12.2022

---

## Úvod

Vážnosť a dôsledky negatívnych zmien v slovenskej ekonomike si uvedomuje každý z nás. A je nám zrejmé, že to má pramene predovšetkým v súčasnej politickej situácii, ktorej rozhodnutia vyvierajú z vojny na Ukrajine.

Nie som povolaná hodnotiť túto situáciu, ovšem jej mnohostranný dosah neobíde nikoho z nás.

V tejto situácii so všetkou úctou vnímame ostatnú publikáciu pápeža Františka pod názvom: „Prosím Ťa v mene Boha – Desť modlitieb za budúcnosť nádeje na ukončenie krutého šialenstva vojny“.

Pri pohľade na všetku skazu napáchanú v predmetnej krajine je „kruté šialenstvo“ priľhavým, avšak bolestným pomenovaním.

Vojna je zlyhaním politiky, ľudskosti a dobrej vôle. Vyžaduje rad iniciatív od lokálnych, štátnych i celosvetových inštitúcií na zastavenie vojny.

Neexistujú spravodlivé dôvody na vedenie akejkol'vek vojny, vždy sa musí nájsť spôsob ako problémy riešiť pokojnou cestou.

So všetkou vážnosťou jemu vlastnou vyzval pápež štáty, vlády i politikov, aby zastavili výrobu zbraní a medzinárodný obchod so zbraňami. K tejto požiadavke patrí aj výzva k demontáži jadrových zbraní slovami: „existencia jadrových zbraní ohrozuje prežitie ľudí na zemi“, jestvuje predsa rad nástrojov ako sú dialóg, rokovanie, počúvanie, diplomatická zručnosť, kreativita a pod., ako riešiť vzniknuté problémy.

---

<sup>1</sup> Doc. Ing. Ľubomíra Strážovská, PhD., FM UK Bratislava, e-mail: lubomira.strazovska@uniba.sk

Pápež tiež zdôrazňuje voliť predvídavú politiku takú, ktorá dokáže vytvoriť systém ko-existencie. Takú, ktorá nebude založená na moci zbraní, alebo zastrašovaní, ale na vzájomnej úcte, tolerancii a spolupráci.

Na takýchto základoch sa aj ekonomika vyvíja v rozkvet, pokoji s postupnou realizáciou budúcich cieľov.

## 1 Ceny energií

S politickými procesmi úzko súvisia ekonomické procesy. Medzi tie, ktoré nás najviac pália patria ceny energií. Rast cien za plyn a elektrinu zaťažuje podniky, ale aj inštitúcie a domácnosti.

Rast cien energií zaťažuje všetky európske krajiny, ich ekonomiku a domácnosti. Nemusí pritom ísť o rovnakú úroveň zaťaženia. Pri všetkých negatívnych ekonomických zmenách sú ohrozené malé podniky a domácnosti s nízkymi príjmami. Hospodárske noviny pripomínajú v tejto súvislosti aj vysokú mieru zadlženosti slovenských obcí.

Cena elektrickej energie má nasledovnú štruktúru: (Galvánková, 2022)

- DPH,
- daň,
- distribučný poplatok,
- systémové služby,
- cena komodity.

Cena za ostatný rok výrazne narástla z dôvodov nestability a neistoty.

Spôsob tvorby maloobchodnej ceny v jednotlivých krajinách nie je rovnaký. Závisí od domácej energetickej siete a jej naviazanosti na európsky trh, úroveň regulácie, zásahy lokálnych vlád do cenotvorby. Nezabúdame na daň, ktorá sa líši v jednotlivých krajinách, plus náklady na distribúciu.

Paralelne s analýzou ceny energií sa vynára otázka ako ušetriť pri elektrine. Ak odmyslíme malé humorné scény slovenského drobného človeka, stojí za to zvážiť „dobré rady“ odborníkov, alebo dobré zvyky starých mám. Niektoré pripomíname:

- a) zabudnime na luxus, a ak je v byte šero – čítať možno pri okne, variť možno po pamäti, šiť podľa spomienok,
- b) jestvujú úsporné svetelné zdroje. Žiarovky. Je známe, že jednu desatinu elektriny spotrebuje osvetlenie.
- c) Zhasínať - je dobrým zvykom. Ide len o to, ako často sa do miestnosti vraciate.
- d) Už dlho nepoužívate malé zdroje ? Nájdite ich, čítať možno aj za svetla malej lampy.
- e) Senzory – LED lampy.
- f) Nesvietiť ! Nepozerať, nežehliť, nepratť.

Tieto niektoré múdre rady autora J. Pivarčího preberáme s úsmevom, no v duši so smútkom. (Pivarči, 2022) Alebo najlepšie je nesvietiť. Naše staré mamy líhali po zatmení a vstávali s rozbriezdením. A všetko stíhali.



Neľahko si predstaviť, že by sa moderný človek vedel zbaviť svojho luxusu. Môže však voliť spotrebiče, ktoré mu ušetria napr. úsporná chladnička, práčka, umývačka riadu. Treba sledovať energetický štítok zariadenia.

Podrobnejšie poznať tieto procesy ba vyžadovalo ešte zaoberať sa environmentálnymi poplatkami.

Nebolo to našim cieľom, treba však pripomenúť, že rast cien energií výrazne zaťažuje aj rozpočty samospráv. Dôvodom bude preskúpanie zdrojov obce na úsporné opatrenia. Najťažšie sa to javí v malých obciach odkázaných na podielovú daň. V texte V. Galvánkovej sa uvádza, že cena elektriny od polovice roka 2021 dosiahla historické úrovne. (Galvánková, 2022). V prvom polroku 2022 vzrástli v obciach výdavky na energie približne o 44 %. Očakávajú sa úsporné opatrenia.

Sú potrebné mimoriadne opatrenia, aby domácnosti prežili zimu. M. Kovalčík pripomína, že je kľúčové, aby sa našlo mimoriadne riešenie na úrovni EU a Slovenska na zastropovanie cien plynu (Kovalčík, 2022).

## 2 Ceny potravín

Slovákov netrápia len ceny energií. Rastú ceny potravín. V tejto súvislosti má význam „novela o potravinách“. Podľa nových pravidiel sa môžu predávať aj tie, ktoré sú po záruke. Novela má cieľ – znížiť potravinový odpad. Výsostne aktuálna úloha dnešných dní.

Od 1. júla t.r. možno nakúpiť aj tovary, ktorým skončila minimálna trvanlivosť. Obchodné reťazce musia najprv informovať ľudí v núdzi či majú o potraviny záujem.

Obávame sa, že pomaly všetci budeme v núdzi. Kto nám pomôže ...

Ale označenie „spotreby do ... má byť skonzumovaná“. Po tomto dátume musí byť zlikvidovaná. Predaj potravín po dátume minimálnej trvanlivosti je významná zmena, znižuje plytvanie potravinami.

Možno položiť otázku ohrozenia pomoci pre sociálne slabších. Pre tento prípad platí pravidlo, že ak charitatívna organizácia do 48 hodín neprejaví záujem, obchod môže tovar predať. Predávajú sa v osobitných priestoroch v priebehu maximálne 45 dní od uplynutia dátumu minimálnej trvanlivosti. Potraviny už nevhodné na spotrebu, môžu byť darované ako krmná zmes.

Chvályhodné sú v podobnej situácii postupy COOP – pomocou zákaznickej karty, na ktorej sa evidujú vernostné body – podklad zľavových benefitov. Počas roka možno prostredníctvom karty zužitkovať rôzne benefity, napr. zliav do kúpeľov, produkty očných optík, dokonca nákup bytových doplnkov.

Tesco má na tento účel Club card, atp. pri dosiahnutí 150 a viac bodov získava zákazník poukazy na nákup.

„Obchod“ takto mnohorakým spôsobom vychádza v ústrety spotrebiteľom v náročnej situácii rastu energií – presnejšie v prospech všestranného rastu cien.

Nie je to vítaná zmena, ak sa zamyslíme nad skutočnosťou, ako rastú dlhy Slovákov. Priemerný dlh Slováka je vo výške 9 170 eur (Plus1deň, 2022). Je to najvyššia úroveň za ostatné štyri roky. Dlhy na osobu prevyšujú úspory. Ide o ojedinelý stav medzi krajinami.

V r. 2021 sa úspory Slovákov zvýšili na 7,5 miliardy eur (v tom 1,3 mld. v cenných papieroch, 1,8 mld. v poisťných a dôchodkových produktoch).

I v tejto situácii trvá záujem klientov o financovanie kúpy vlastného bytu.

Rok 2023 prinesie do ekonomiky významnú zmenu v oblasti finančných vzťahov. Ide o nové pravidlá Národnej banky Slovenska. Prirodzene v tejto situácii – ide o sprísnenie, resp. obmedzenie zadlžovania ľudí v dôchodkovom veku. Presnejšie banky pri nových žiadostiach o hypotéky s presahom do dôchodku budú znižovať limit. DTI.<sup>26</sup>

Úver by nemal zasahovať za produktívny vek. V súčasnosti sa posúvajú hranice splatnosti hypotéky do 70 rokov, resp. 75 rokov.

Sprísnenie sa dotkne aj mladších klientov, ktorým pri hypotékach pomáhajú rodičia. Ak nemajú dostatok finančných prostriedkov a nemajú ani dostatočne vysoké príjmy, môže do úveru vstúpiť spoludlžník, ich rodič.

V ohrození je ako sme už uviedli predaj potravín v malých obciach. Malé predajne vynakladali v obciach s 500 obyvateľmi za elektrinu 3 000 eur za rok. Hrozí zvýšenie na 15 000 eur a viac. Hrozí zatváranie vidieckych predajní.

Podstata problému nie je len energetická kríza vyvolaná vojnou na Ukrajine, ale aj vyššie nákupné ceny od dodávateľov. Súvislosť je v tom, že spotrebujú oveľa viac plynu aj elektriny ako obchod. Tak sa ceny napr. olejov zvýšili o 80 %. Klesá reálna kúpna sila obyvateľstva a očakáva sa ešte väčší jej pokles. Prejavujú sa častejšie nákupy obyvateľstva v menšom objeme a prepočítavaný sortiment. Na programe sú vo väčšej miere slovenské produkty – niekedy až o 15 % lacnejšie. Obchod usiluje o to, aby sa náklady súvisiace s cenami vstupov nepreniesli na zákazníkov.

Našli sme blízky obrázok k tejto téme: „Milí občania ! Zrušili sme potraviny, ale nezúfajte. Na internete je mnoho článkov, ako žiť len zo vzduchu a energie slnka ....(Gašparec, 2022).

No čo ... aspoň úsmev.

### 3 Bohatstvo občanov

Dá sa v tejto ekonomickej situácii hovoriť o bohatstve občanov ? Áno o niektorých. Ale všimnime si problém vo všeobecnosti, alebo zaspomínajme. Retrospektívny pohľad po príchode automobilových závodov na Slovensko. Ukazuje vysoké tempo rastu ekonomiky cca 10 %. Dnes hovoríme stagnácia až pokles. Ak sa na Slovensko pozeráme ako na celú krajinu, hodnotíme predovšetkým hrubý národný dôchodok (HND) v r. 2021 = 97,3 mld. eur = 5,4 % nárast oproti r. 2020, poklesol o 1,5 %.

---

<sup>2</sup> DTI vyjadruje pomer celkovej zadlženosti k čistému ročnému príjmu žiadateľa. Od neho sa bude odvíjať maximálny strop hypotéky, ktorú banka môže poskytnúť klientovi. Strop nesmie presiahnuť osemnásobok čistého ročného príjmu žiadateľa.

### Vývoj HND Slovenska – mld. eur.

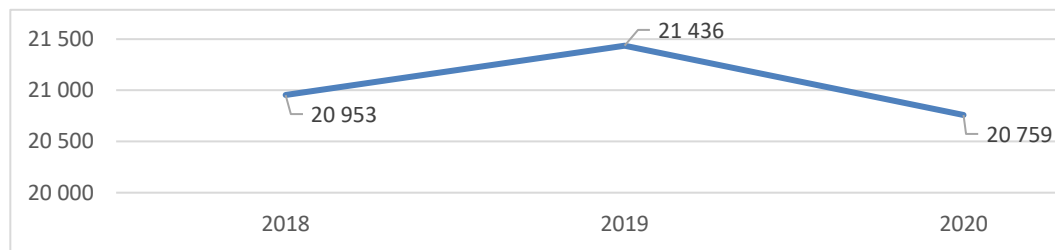
2011 → 69,31

2021 → 97,30

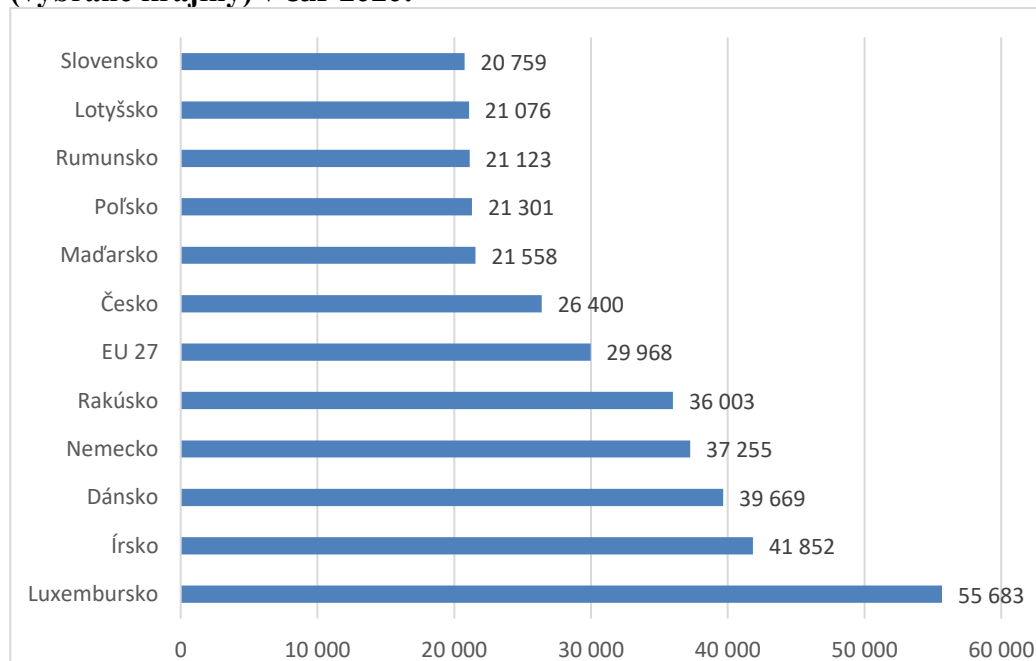
↑ 5,4 %

medziročný vzrast HND SR  
v r. 2021

### Kúpna sila Slovenska (eur)



### Pre porovnanie uvádzame kúpnu silu na obyvateľa v EU (vybrané krajiny) v eur 2020:



### 3.1 Ešte pohľad na plusy a mínusy nášho bohatstva.

- Dôchodky z majetku prijaté zo zahraničia v mld. eur – Slovensko  
2016 —→ 1,13  
2021 —→ 1,18  
Napokon o 3,2 % sa znížil nominálny rast hrubého dôchodku v r. 2021.
- Odmeny zamestnancov prijaté zo zahraničia mld. eur  
2016 —→ 1,69  
2021 —→ 1,81
- Štatistický úrad uvádza aj dôchodky z majetku platené do zahraničia v mld. eur  
2014 —→ 4,22  
2021 —→ 4,55

Táto časť textu dopĺňa pohľad na ekonomickú úroveň charakterizovanú na predchádzajúcich stranách úrovňou a zmenami cien, zmenami miezd a kúpnu silou. Žiaľ nevyvíjajú sa rastom v prospech spotrebiteľa.

Situácia núti ľudí zamyslieť sa nad zmenou pracovného miesta v prospech vyššej mzdy. A nielen to, hľadajú sa aj pracovné miesta s inkluzívnejším firemným prostredím a tvorbou podmienok na kariérny rast. Nezanedbateľné je finančné ohodnotenie, perspektívnosť sektora, ale aj flexibilný pracovný čas a prirodzene kariérny rast.

A ešte rozdiely platia aj podľa krajov.

## 4 Vybrané charakteristiky ekonomických procesov podľa regiónov

Výsledky ekonomických procesov môžeme na Slovensku sledovať podľa krajov. Regionálne rozdiely môžeme sledovať aj podľa vybraných charakteristík, či už ide o HDP alebo základné štatistické ukazovatele.

Pre zhodnotenie uvedených vzťahov uvádzame tabuľku údajov pomocou ktorej možno porovnať:

1. počet obyvateľov v tis.,
2. rozlohu v km<sup>2</sup>,
3. mieru nezamestnanosti,
4. strednú dĺžku života mužov a žien,
- 5. podiel na HDP v %.**

| Kraj         | 1.<br>Počet<br>obyv.<br>v tis. | 2.<br>Rozloha<br>km <sup>2</sup> | 3.<br>Miera ne-<br>zamest. | 4.<br>Stredná dĺžka<br>života - 2021 |       | 5.<br>Podiel<br>na HDP<br>v %<br><br>2020 |
|--------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|-------|-------------------------------------------|
|              |                                |                                  |                            | muži                                 | ženy  |                                           |
| Bratislavský | 720                            | 2 053                            | 3,65                       | 75,05                                | 81,36 | <b>28,4</b>                               |
| Košický      | 782                            | 6 754                            | 8,96                       | 72,23                                | 78,93 | <b>12,1</b>                               |

|                 |     |       |       |       |       |             |
|-----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------------|
| Trnavský        | 566 | 4 146 | 3,97  | 73,59 | 80,13 | <b>11,4</b> |
| Žilinský        | 692 | 6 809 | 4,89  | 72,49 | 80,16 | <b>11,0</b> |
| Nitriansky      | 678 | 6 344 | 4,06  | 72,14 | 79,45 | <b>10,6</b> |
| Prešovský       | 809 | 8 973 | 10,16 | 72,84 | 79,68 | <b>9,2</b>  |
| Trenčiansky     | 626 | 9 454 | 8,39  | 72,12 | 79,45 | <b>8,8</b>  |
| Banskobystrický | 577 | 4 502 | 3,91  | 73,63 | 80,42 | <b>8,5</b>  |

Ekonomický pohľad na kraje bol zvolený podľa veľkosti podielu na HDP v % zostupným spôsobom. Dlhodobo k ekonomicky najvýznamnejším patria Bratislavský, Košický, Trnavský a Žilinský kraj.

To tiež možno povedať o veľkosti miery nezamestnanosti s menšími výnimkami.

Treba sa však zamyslieť nad nepomerom medzi jednotlivými regiónmi, najmä pokiaľ ide o podiel na HDP. Vypukle sa javí podiel 8,8 % trenčianskeho kraja.

Snáď to vyriešia voľby 2022.

V súvislosti s krajskými (župnými) a komunálnymi voľbami tlač ponúkla prehľad platov<sup>3</sup> primátora hlavného mesta = 6 077 eur a predsedu BSK = 5 711 eur.

Z platov starostov jednotlivých mestských častí vyberáme len námatkovo:

- Staré Mesto 5 300 – 5 500 eur
- Nové Mesto 3 888
- Petržalka 4 650
- Dúbravka 4 666
- Karlova Ves 3 895
- Najnižší plat – Devín 2 665

Nezávidíme im to, len sa zamýšľame nad vlastným rozsahom práce a jej „ohodnotením“....

A čo tak zamyslieť sa nad vlastnými hriechmi ...

K spoločným problémom vlastným všetkým krajinám sa na Slovensku pripája spotreba alkoholu a s tým spojené príčiny dopravných nehôd. V r. 2021 takmer 10 % všetkých nehôd zapríčinil alkohol.

Dopravné nehody sa vyskytli na všetkých druhoch ciest, no najčastejšie na cestách druhej triedy.

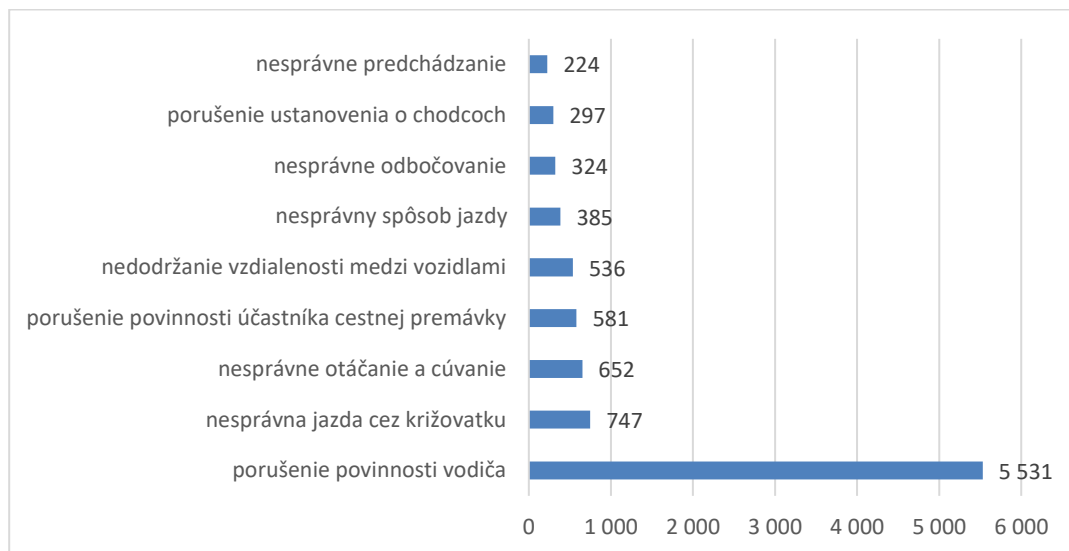
V r. 2021 zahynulo celkom 226 ľudí na cestách, z toho 80 na cestách druhej triedy. Piatky sú osudové, nedele najpokojsšie.

Štatistika nám poskytne nasledovné obrazy.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Plus jeden deň, 18.10.2022

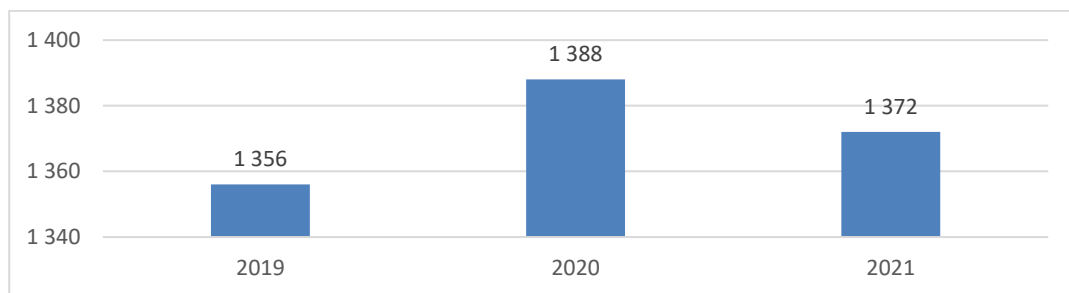
<sup>4</sup> HN, 17. október 2022

## Najčastejšie príčiny dopravných nehôd za rok 2021:

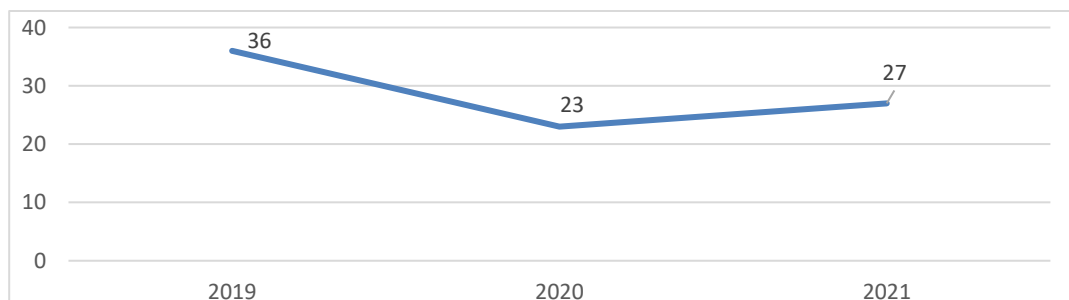


## Dopravné nehody s alkoholom

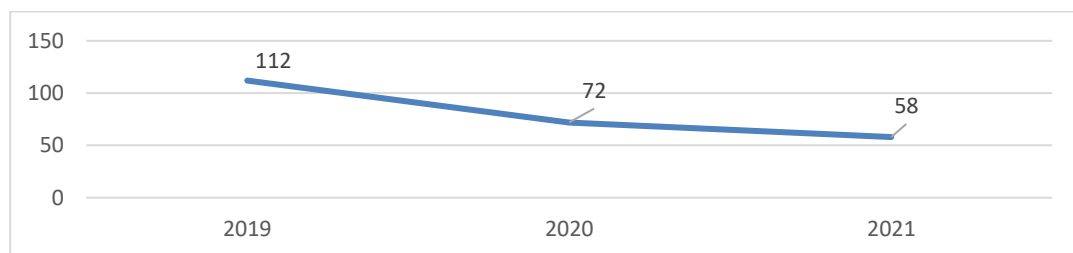
u vodiča motorového vozidla:



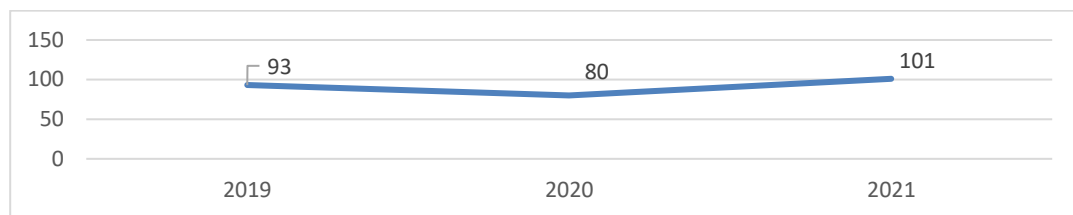
u vodiča motocyklového vozidla:



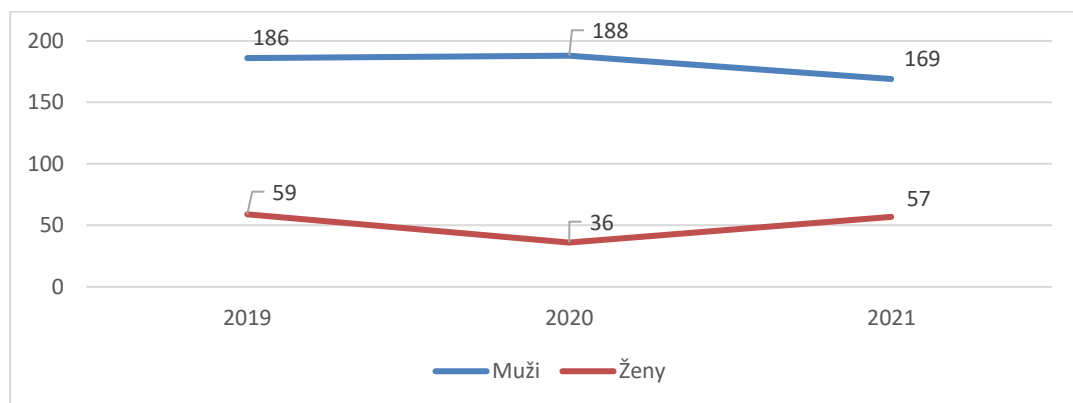
u chodca:



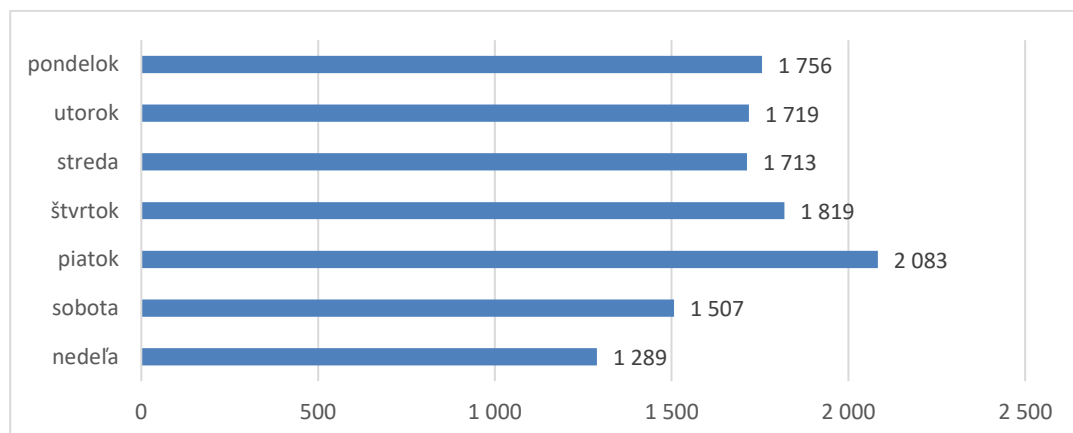
u cyklistu:



### Počet obetí dopravných nehôd podľa pohlavia (alkohol):



### Dopravné nehody podľa jednotlivých dní v týždni za rok 2021:



Na záver celého textu sa možno zamyslieť nad diskutovanými otázkami ako v tejto situácii pomôcť, čo zmeniť. Najpálčivejšie sú ceny potravín, dane, ceny energií, mzdy a nezamestnanosť.

O nich sa píše stále.

A prirodzene všetky vyvierajú z vojny na Ukrajine dopĺňané našimi vlastnými neduhmi v ekonomike. K uvedeným i k pokusom zefektívniť slovenskú ekonomiku patrí aj úvaha o spájaní našich obcí do väčších zoskupení. Nie je to nová záležitosť.

V prospech tejto myšlienky hovorí aj skutočnosť, že obce sú niekedy tesne v susedstve. Samostatnosť mnohé získali samostatnosťou slovenskej republiky v r. 1993. Panuje o nich názor, že samostatné vyvíjajú väčšiu iniciatívu v prospech svojho rozvoja. Sú však subjekty, ktoré sa núkajú byť spoločné. Ide o školy, stacionár, ale aj voda a kanalizácia, obchodné domy, medicínske zariadenia a pod.

Našli by sa prvky, ktoré by proces spojenia podporili, zatiaľ si to obyvatelia neželajú. Možno chýba viac dobrej vôle.

## Záver

V texte sme sa zamysleli nad pôsobením vybraných ekonomických kategórií, ktoré sa v súčasnosti nevyvíjajú podľa našich prání. Trápi nás trvalý rast cien, ktorému nezodpovedajú naše príjmy. Zmenšuje sa naše bohatstvo, na hranici chudoby žije takmer 700-tisíc ľudí.

Kúpna sila klesá v porovnaní s európskymi krajinami, ba aj v porovnaní s bývalými socialistickými krajinami.

Žijeme v náročnej dobe na disciplínu, vytrvalosť, pracovitosť a skromnosť. Ale všetky tieto vlastnosti my Slováci máme, len chýba viac chuti a morálky.

## Literatúra

Pivarčí, J. (2022). *Drahá elektrina ?*. Retrieved October 12, 2022, from <https://hnonline.sk>

Galvánková, V. (2022). *Ceny energií ohrozia malé dediny*. Retrieved October 12, 2022, from <https://hnonline.sk/focus/ekonomika/96045769-ceny-energii-mozu-ohrozit-male-dediny-mnohe-su-uz-teraz-zadlzene>

Plus1deň. (2022). *„Dlhy Slovákov“*. Retrieved October 17, 2022, from <https://www1.pluska.sk>

Kovalčík, M. (2022). *Zastropovanie cien plynu*. Retrieved October 19, 2022, from <https://hnonline.sk>

Gášparec, M. (2022). *Karikatúra 21.10.2022*. Retrieved October 21, 2022, from <https://nazory.pravda.sk/kresba/clanok/644396-gasparec-21-10-2022/>



# Ukraine`s economy during the military conflict: assessing damage and needs for recovery<sup>1</sup>

Yuliia Yehorova<sup>2</sup>

---

## Abstract

*This paper examines the impact of armed conflict in Ukraine on the national economy. The analysis of the main socioeconomic consequences of Russian aggression allows us to establish the scale of the challenges Ukraine faces. A record fall in GDP, a significant increase in unemployment and inflation, a tangible decline in real incomes of the population, a growing budget deficit, and a colossal public debt - this is not a complete list of the destructive impacts of the war. The damage to the Ukrainian economy since the outbreak of hostilities reached \$97 billion by June 2022, and the cost of restoration is estimated at approximately \$348.5 billion increases the financial need for recovery. Planning for recovery should proceed from the fact that this is a multidimensional and long-term process of socio-economic transformation and not a simple revival of previous structures and dynamics or a return to pre-war levels and trends.*

## Key words

*Damage, economy, military conflict, needs, recovery, Ukraine*

**JEL Classification:** E60, F51

Received: 30.11.2022 Accepted: 7.12.2022

---

## Introduction

The conduct of hostilities in the territory of any state has devastating consequences for its economy. Ukraine is no exception to this. Russian aggression, which began on February 24, 2022, and continues to the present, in addition to the heavy loss of life, mass displacement of the population, and large-scale destruction, brings great harm to the Ukrainian economy. Although it is too early to provide a full assessment of the material and non-material damage caused, it is clear that this conflict will have long-term consequences for the entire country. Assessing the socioeconomic impacts and recovery needs of the ongoing military conflict is a difficult but absolutely necessary task to support Ukraine. Its implementation involves the use of such categories as "damage", "losses" and "needs".

An analysis of the socio-economic consequences of the military conflict in Ukraine and an assessment of the current damage and needs for restoration allows us to determine the scale of the challenges faced by the country. In addition, the data obtained can be used to prioritize the needs, sources, and volumes of necessary investments. The analytical base

---

<sup>1</sup> This article was published as an output of the project VEGA 1/0392/23: Changes in the approach to the creation of concepts of distribution management of companies influenced by the effects of social and economic crises caused by the global pandemic and increased security risks.

<sup>2</sup> Yuliia Yehorova, doc., PhD, University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce, Research Institute of Trade and Sustainable Business, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava, Slovak Republik, e-mail: yuliia.yehorova@euba.sk

provided by international and Ukrainian government organizations will provide an opportunity to form a new concept for the rapid post-war reconstruction of Ukraine.

## **1 Methodology**

The purpose of this article is to analyze the main socio-economic consequences of the armed conflict in Ukraine and assess the current damage and needs for restoration. In the research process, a combination of general scientific and special methods of cognition was used. Specific scientific results were obtained using the following research methods: analysis and synthesis, induction, and deduction to assess the current damage; comparison to assess changes in selected macroeconomic indicators and amounts of financial assistance from donor countries, generalization to systematize the data obtained, scientific abstraction to determine the main socio-economic consequences of a military conflict, and others.

The information base of the paper was made up of scientific publications and reports of international organizations, in particular the International Monetary Fund, the World Bank, the European Commission, expert assessments, data from the State Statistics Committee of Ukraine, the National Bank of Ukraine, the Government and the Verkhovna Rada of Ukraine.

## **2 Results and Discussion**

The impact of war on the economies of different countries has been widely considered in the scientific literature. The issues of the relationship between war and the economy have been actualized in Ukraine since 2014 after the annexation of Crimea and the beginning of the confrontation in Donbass. Even then, it was about "unprecedented humanitarian and social losses, serious destructive processes, including the destruction of infrastructure on the territory of hostilities, the disruption of existing industrial ties and critical resource supplies, the partial loss of foreign markets and export potential" (Ukrainets et al., 2015).

The partial loss of the industrial potential of budget revenues (about 20% of industrial enterprises ended up in the occupied territory), destruction of the industrial infrastructure and housing stock of the Donetsk and Lugansk regions, a decrease in agricultural potential, rising unemployment, and a decline in business activity were economic consequences of political instability in 2014 (Kucher, 2018).

At present, there are active discussions on the issues of post-war economic recovery in the world community and Ukraine. Experts are working on the so-called "Marshall Plan" for Ukraine, adapting the experience of post-war reconstruction of European countries to modern realities. (De Long & Eichengreen, 1993).

### **2.1 Analysis of the main socio-economic consequences of the military conflict in Ukraine**

As a rule, the consequences of armed conflicts, in addition to human losses, are a change in the structure of the economy, destruction of infrastructure, outflow of capital,

weakening of institutions, growth of unemployment and inflation, and decline in living standards. Considering the scale of the impact of hostilities on the economy, we take into account the main factors.

**Tab. 1** Selected Economic and Social Indicators of Ukraine, 2019-2022

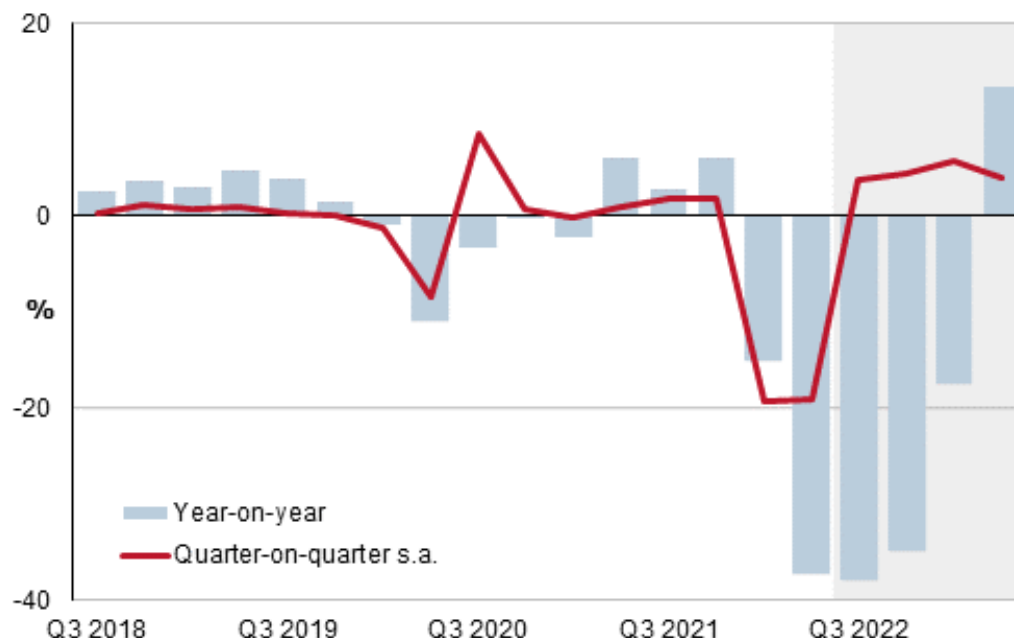
| <b>Indicators</b>                                                | <b>2019<br/>Act.</b> | <b>2020<br/>Act.</b> | <b>2021<br/>Act.</b> | <b>2022<br/>Proj.</b> |
|------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| <i>Real economy (percent change, unless otherwise indicated)</i> |                      |                      |                      |                       |
| Economic Growth (GDP, annual variation in %)                     | 3,2                  | -3,8                 | 3,4                  | -35,0                 |
| Unemployment rate (in %)                                         | 8,5                  | 9,2                  | 9,8                  | 24,5                  |
| Inflation rate (CPI, annual variation in %)                      | 7,9                  | 2,7                  | 9,4                  | 20,6                  |
| Nominal wages (average)                                          | 18,5                 | 10,4                 | 20,8                 | -12,0                 |
| Real wages (average)                                             | 9,5                  | 7,5                  | 10,5                 | -27,0                 |
| <i>General Government (% of GDP)</i>                             |                      |                      |                      |                       |
| Fiscal Balance                                                   | -2,1                 | -5,9                 | -3,9                 | -19,8                 |
| Fiscal Balance excl. grants                                      | -2,1                 | -6,0                 | -4,0                 | -28,2                 |
| External financing (net)                                         | -0,2                 | 2,0                  | 2,4                  | 13,5                  |
| Domestic financing (net)                                         | 2,3                  | 4,0                  | 1,6                  | 3,5                   |
| Public and publicly-guaranteed debt                              | 50,5                 | 61,0                 | 47,6                 | 87,8                  |
| <i>Balance of payments (percent of GDP)</i>                      |                      |                      |                      |                       |
| Current account balance                                          | -2,7                 | 3,3                  | -1,6                 | 2,7                   |
| Foreign direct investment                                        | 3,4                  | -0,1                 | 3,4                  | 0,1                   |
| Goods exports (annual volume change in %)                        | 6,4                  | 11,2                 | 34,3                 | -29,5                 |
| Goods imports (annual volume change in %)                        | 7,2                  | -3,3                 | 17,2                 | -24,5                 |
| Goods terms of trade (percent change)                            | 4,8                  | 12,0                 | -5,2                 | -16,8                 |

Source: Ukraine: Request for purchase under the rapid financing instrument, IMF, 2022, p.16

First, the impact of Russian aggression on Ukraine's economy was expressed as a sharp reduction in the real GDP. Express estimates show that the decrease in GDP in the first quarter of 2022 was 15.2% (year-on-year) and 37.2% in the second quarter (Graph 1).

The record drop in GDP in the second quarter of 2022 was due to a 19.1% decline in production, mainly in agriculture and industry. According to the IMF forecasts, continued hostilities in Ukraine will lead to a 35% decline in real GDP by the end of this year.

**Graph 1** Ukraine GDP Annual Growth Rate



**Note:** year-on-year variation of GDP in %

Source: Focus Economics, 2022

In addition, hostilities and the resulting loss of life and mass internal and external migration destroy the Ukrainian labor market. According to the UN, from February 24 to September 30, 2022, 13.4 million people went abroad, 6.3 million returned to Ukraine, and the number of internally displaced persons amounted to approximately 7 million people. (United Nations, 2022). A total of 5 million people participated in the study. lost their jobs (Ministry of Economy of Ukraine, 2022). In addition, the intensity of hostilities in different regions of Ukraine causes regional and sectoral disproportions in the labor market. Approximately 50% of the total number of unemployed lost their jobs as a result of the shutdown of large industrial enterprises located in the northeastern region (Maksimov, 2022). Meanwhile, 30% of all current vacancies in Ukraine in September accounted for the city of Kyiv (National Bank of Ukraine, October 2022). Simultaneously, vacancies in the service sector, blue-collar jobs, and trade have prevailed. In general, a significant downturn in economic activity, reduced production and business incomes, and the expectation of prolonged hostilities continue to reduce the demand for labor and increase pressure on the social safety net. According to various estimates, the unemployment rate at the end of 2022 will be about 25-30% (IMF, Ministry of Economy of Ukraine, 2022). Unemployment will remain high for a long time because of the effects of war and large imbalances in the labor market.

The basic macroeconomic forecast for Ukraine assumes inflation growth in the range of 20-30% by the end of this year (IMF, National Bank of Ukraine, 2022). The shutdown of many enterprises, reduction in the supply of goods and services, disruption of supply chains, and increase in business costs as a result of the continuation of hostilities in the country are key factors in increasing prices. In addition, pro-inflationary factors were the "pegging" of prices to the US dollar and the growth of inflation in the world.

A significant reduction in nominal wages by 12% and real wages by 27% this year could lead to a tenfold increase in the poverty rate to 21% (World Bank Open Data). To some extent, the decline in living standards is compensated by social payments from the Government of Ukraine and international organizations, but the welfare of households continues to decline.

The budget deficit for January-September amounted to 19.8%, and without external grants amounting to 8.4% of GDP, it would have reached 28.2% (IMF, 2022). At this stage, the priorities of fiscal policy are defence spending, social benefits, humanitarian needs, and the restoration of critical infrastructure in the de-occupied regions of Ukraine. Considering the reduction in revenues and the growth of expenditures, the draft budget for 2023 envisages a deficit of 20% of GDP, which is planned to be covered by international financial assistance (Verkhovna Rada of Ukraine, 2022).

War is typically associated with a substantial increase in the stock of debt (Bell, 2005) and possible debt overhang (International Crisis Group, 2006) with well-known pernicious consequences for macroeconomic prospects. The decrease in GDP, increase in budget spending, and adjustment of the hryvnia exchange rate led to a record increase in Ukraine's public debt to 87.8% of GDP.

The projected current account surplus offsets the growing trade deficit to some extent. However, the logistical problems caused by the hostilities, namely the restriction of ports, damage to transport, and energy infrastructure, continue to put strain on the economy. The total losses from the transport blockade, particularly sea trading ports, which provided up to 65% of Ukraine's international trade, amount to 3-5 billion dollars. monthly (which does not consider damage to infrastructure as a result of systemic bombardments) (Datsenko, 2022).

Problems with logistics, mainly the transportation of products for export, have an extremely negative impact on agriculture, metallurgy, and the mining industry; thus, they work much below the pre-conflict level. Before the war, Ukraine exported over 15% of the world's corn and approximately 10% of grain. Agricultural exports picked up somewhat in August, thanks to the formation of a "grain corridor". However, domestic production of grains and oilseeds will be reduced due to the fact that today more than 10% of arable land has turned out to be unsuitable for a sowing campaign due to mines or hostilities (State Statistic Committee of Ukraine, 2021)

The Rapid Damage and Needs Assessment, compiled by representatives of the World Bank, European Commission, and Ukrainian government, provides a clear picture of Ukraine's losses as a result of the Russian invasion.

The damage caused to the Ukrainian economy since the outbreak of hostilities by June 2022 has already reached \$97 billion, and the cost of recovery is estimated at about \$348.5 billion (Table 2)

Direct losses were caused primarily by residential complexes (40% of the total damage), transport (31%), trade, and industry (10%).

The damage caused to the infrastructure is colossal and increases as the fighting continues. Thus, mass missile attacks by Russia in November led to temporary blackouts of all nuclear, thermal, and hydroelectric power plants. According to the Prime Minister of Ukraine, almost half of Ukraine's energy system is disabled (Shmyhal, 2022). The lack of electricity, in turn, affects the availability of heat and water supply, as well as communications and the Internet, which ultimately brings humanitarian catastrophe closer.

**Tab. 2** Estimated Damage, Losses, and Needs by Sector as of June 2022 (US\$ billion)

| Sector                                                       | Da-<br>ma-<br>ge | Share<br>of Total<br>Da-<br>ma-<br>ge<br>% | Los-<br>ses  | Share<br>of To-<br>tal<br>Los-<br>ses<br>% | Pro-<br>jected<br>Needs<br>(over 10<br>years) | Share of<br>Pro-<br>jected<br>Needs<br>% |
|--------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------------------------|--------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------|
| <i>Social Sectors</i>                                        |                  |                                            |              |                                            |                                               |                                          |
| Housing                                                      | 39,2             | 40                                         | 13,3         | 5                                          | 69,0                                          | 20                                       |
| Education                                                    | 3,4              | 3                                          | 0,5          | 0                                          | 9,2                                           | 3                                        |
| Health                                                       | 1,4              | 1                                          | 6,4          | 3                                          | 15,1                                          | 4                                        |
| Social Protection and<br>Livelihoods                         | 0,2              | 0                                          | 4,5          | 2                                          | 20,6                                          | 6                                        |
| Cultural Heritage and<br>Tourism                             | 1.1              | 1                                          | 19,3         | 8                                          | 5,2                                           | 2                                        |
| <i>Productive Sectors</i>                                    |                  |                                            |              |                                            |                                               |                                          |
| Agriculture                                                  | 2,2              | 2                                          | 28,3         | 11                                         | 18,7                                          | 5                                        |
| Irrigation and Water<br>Resources                            | 0,2              | 0                                          | 0,1          | 0                                          | 7,5                                           | 2                                        |
| Commerce and Industry                                        | 9,7              | 10                                         | 47,5         | 19                                         | 20,8                                          | 6                                        |
| Finance and Banking                                          | 0,03             | 0                                          | 8,1          | 3                                          | 8,0                                           | 2                                        |
| <i>Infrastructure Sectors</i>                                |                  |                                            |              |                                            |                                               |                                          |
| Energy                                                       | 3,0              | 3                                          | 11,7         | 5                                          | 10,4                                          | 3                                        |
| Extractives                                                  | 0,1              | 0                                          | 0,3          | 0                                          | 0,3                                           | 0                                        |
| Transport                                                    | 29,9             | 31                                         | 26,1         | 10                                         | 73,8                                          | 21                                       |
| Telecom and Digital                                          | 0,7              | 1                                          | 0,6          | 0                                          | 3,3                                           | 1                                        |
| Water Supply and<br>Sanitation                               | 1,3              | 1                                          | 6,8          | 3                                          | 5,4                                           | 2                                        |
| Municipal Services (roads,<br>transit, utilities)            | 2,3              | 2                                          | 4,3          | 2                                          | 5,7                                           | 2                                        |
| <i>Cross-Cutting Sectors</i>                                 |                  |                                            |              |                                            |                                               |                                          |
| Environment, Natural<br>Resource Management,<br>and Forestry | 2,5              | 3                                          | 0,7          | 0                                          | 1,2                                           | 0                                        |
| Emergency Response and<br>Civil Protection                   | 0,1              | 0                                          | 0,2          | 0                                          | 0,7                                           | 0                                        |
| Justice and Public<br>Administration                         | 0.1              | 0                                          | 0,03         | 0                                          | 0,2                                           | 0                                        |
| Land Decontamination                                         | -                | 0                                          | 73,2         | 29                                         | 73,2                                          | 21                                       |
| <b>Total</b>                                                 | <b>97,4</b>      | <b>100</b>                                 | <b>252,0</b> | <b>100</b>                                 | <b>348,5</b>                                  | <b>100</b>                               |

Source: Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment (August 2022), p.8

In addition, damage to energy infrastructure and telecommunications has a direct impact on enterprises' economic activity and production capacity. Some metallurgical enterprises and other industrial consumers announced the temporary cessation of activities after a large-scale missile attack.

Emergency and scheduled power outages have become a reality for Ukrainians today, and their deficit as of November 29 was 30% (Ukrenergo, 2022). The threat of an impending full "Black Out" is forcing the government of Ukraine to raise the issue of providing extraordinary financial assistance for the purchase of equipment, such as generators, and additional volumes of gas.

As the fighting continues in the territory of Ukraine, its social and economic consequences will grow and intensify. The Rapid Damage and Needs Assessment provides only preliminary data that should be considered to be minimal. However, the recovery process must begin in territories where it is practically possible.

## **2.2 Post-conflict economic recovery of Ukraine**

In July 2022, Ukraine presented its 10-year Recovery Plan (Ukraine Recovery Plan).

What does economic recovery mean in the aftermath of conflict?

A much broader perspective sees economic recovery as achieving socio-economic well-being, involving "food security, public health, shelter, educational systems, and a social safety net for all citizens... [and]... an economic strategy for assistance that [is] designed to ensure the reconstruction of physical infrastructure, to generate employment, to open markets, to create legal and regulatory reforms, to lay down the foundation for international trade and investment, and to establish transparent banking and financial institutions" (Mendelson-Forman, 2002).

From an economic perspective, recovery can be interpreted as a return to preconflict growth and employment levels. According to Brinkerhoff (2005), recovery can be seen as a return to the highest level of gross domestic product (GDP) per capita in the five years prior to a conflict. However, if the growth rate in the pre-conflict period is low, a return to the achieved level does not seem appropriate.

The international community operates through several recovery concepts. The World Bank defines post-conflict recovery as "the rebuilding of the socio-economic framework of society" and "the reconstruction of the enabling conditions for a functioning peacetime society, explicitly including governance and rule of law as essential components" (Center for Global Development, 2006).

The United Nations Development Programme (UNDP) sees recovery as the process of return from instability and conflict to a 'normal' development trajectory, where a country has "reacquired the capability to make and implement economic policy as part of a largely self-sustaining process of economic governance" (UNDP, 2006).

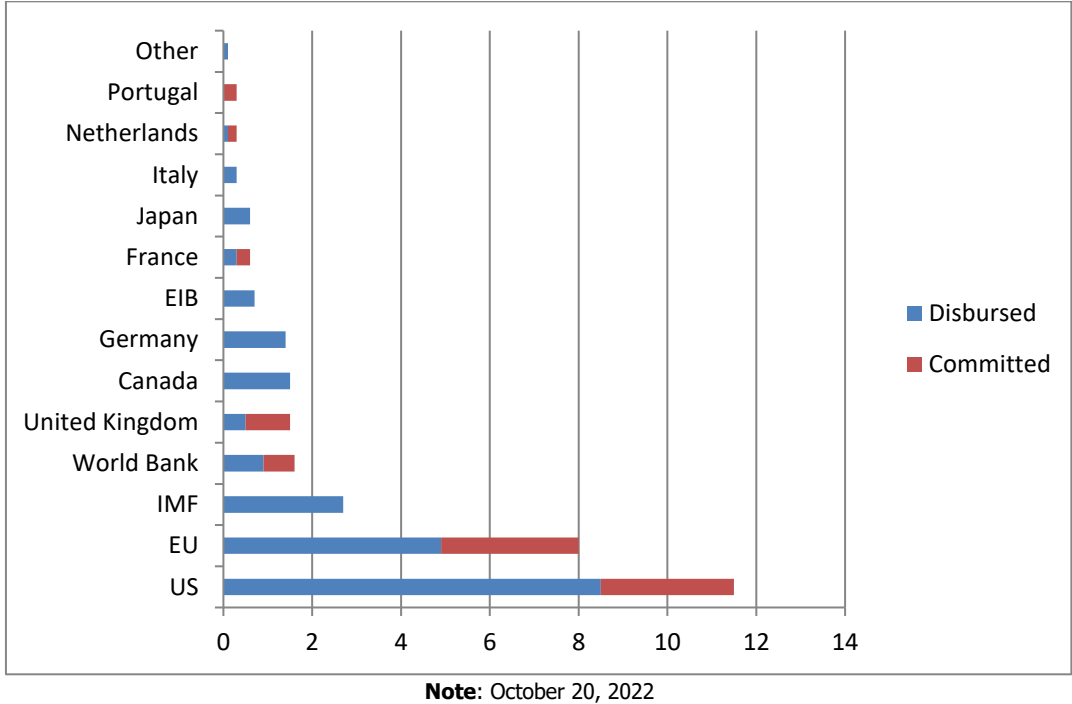
According to the author, recovery should be seen as a multidimensional and long-term process of socio-economic transformation, and not a simple revival of previous structures and dynamics or a return to pre-war levels and trends.

The following factors directly affect the possibilities of recovery: the scale (size), intensity, and duration of the conflict; conditions for concluding a peace agreement; and the level of economic development reached before the conflict. Research on post-conflict economic recovery shows that the recovery scenario for each country is unique.

Each post-war situation differs in factors such as the causes of the conflict and the ways to resolve it, complete (or incomplete) cessation of hostilities throughout the country, initial economic conditions and the level of development of the country, the degree of international political support for the settlement, and donor interest in the country (Del Castillo 2008). Therefore, restoration work must be tailored to the specific needs of each recipient country.

The amount of investment required for recovery far exceeds Ukraine's financial capacity in almost all sectors. International continue to provide financial support (Fig.1)

**Fig. 1** International financial assistance in 2022 since the beginning of the full-scale war, USD bn



Source: National Bank of Ukraine. Inflation Report , October 2022. p. 33

The United States provided the largest amount of financial assistance, over UAH 180 billion. or almost 8.5 billion dollars. The main financial partners also include the EU, IMF, World Bank, Canada, and European Investment Bank. In general, since the beginning of the Russian invasion, official funding has exceeded \$22 billion, a significant part of international assistance of \$7.8 billion. were provided in the form of grants (National Bank of Ukraine, October 2022).

According to the Ukraine Recovery Plan (2022), the recovery needs from 2022 to 2032 will amount to 750 billion US dollars. At the same time, the largest funding will be directed to national programs: recovery and upgrade of housing and regional infrastructure 150–250



billion USD, logistics de-bottleneck and integration with EU 120-160 bn USD, energy independence and Green Deal 130 billion USD, strengthen defense and security 50 billion USD, and grow value adding of economy 50 billion USD.

## **Conclusion**

The findings from this paper highlight the magnitude of the challenges Ukraine faces as it tries to rebuild its economy amid the ongoing military conflict. A record drop in GDP, a significant increase in unemployment and inflation, a tangible decline in real incomes of the population, a growing budget deficit, and a colossal public debt - this is not a complete list of the destructive impacts of the war.

Uncertainty about the size of funding needs remains extremely high and is directly related to the duration of the war and its intensity. Economic risks continue to grow, including potential additional damage to critical infrastructure and new losses in the agricultural and energy sectors.

The priority is the restoration of logistics and communications, as they form the basis for the resumption of supplies and exports from Ukraine. The energy and food sectors will also be among the first to recover, as the survival of the state depends on them. Each affected sector needs to develop a strategy that reflects the sources of funding to cover direct costs. The development of financial strategies for the recovery of most affected sectors must be ensured in the near future.

Currently, international funding from partner countries remains the most significant source of budget deficit and maintains macroeconomic stability.

The revival of the economy after the armed conflict also involved the development of measures aimed at the return of the population and the solution of social problems. In this connection, when planning recovery, one should proceed from the fact that this is a multidimensional and long-term process of socio-economic transformation and not a simple revival of the previous structures and dynamics or a return to pre-war levels and trends.

The final assessment of the damage caused to the Ukrainian economy as a result of the Russian invasion depends on the duration of hostilities.

## **References**

- Bell, U. (2005). "Sierra Leone: Building on a Hard-Won Peace." UN Chronicle Online Edition, XLII(4).
- Brinkerhoff, D.W. 2005. "Rebuilding Governance in Post-Conflict Societies; Core Concepts and Cross-Cutting Themes." *Public Administration and Development* 25(1), pp. 3–14.
- CGD (Center for Global Development). 2006. "State Building and Global Development." CGD Issue Brief. Center for Global Development, Washington, DC. Retrieved November 12, 2022, from <http://www.cgdev.org/content/publications/detail/2848>
- Datsenko, V. (2022). Transport blockade of Russia. *Mirror of the week*. Retrieved November 10, 2022, from <https://zn.ua/ukr/macrolevel/transportna-blokada-rosiji-light.html>

- Del Castillo, G. (2008). *Rebuilding War-Torn States: The Challenge of Post-Conflict Economic Reconstruction*. Oxford: Oxford University Press. del Castillo, Graciana. 2010.
- De Long, J.B., Eichengreen, B. (1993). The Marshall Plan: History's most successful structural adjustment programme. In *Postwar Economic Reconstruction and Lessons for the East Today*. Cambridge, MA: M.I.T. Press, pp. 189-230.
- Focus Economics (2022). *Ukraine GDP Q2 2022*. Retrieved November 10, 2022, from <https://www.focus-economics.com/countries/ukraine/news/gdp/gdp-contracts-at-record-pace-in-q2-amid-russian-invasion>
- Kucher, L. (2018). Military conflict in the East of Ukraine: Economic aspect. In *Modern war: Humanitarian aspect: theses of reports*. Kharkiv: Kharkiv National University of the Air Force I. Kozheduba, pp. 149-153.
- Maksimov, V. (2022) *It became known how many Ukrainians lost their jobs because of the war*. Today.Ua. Retrieved November 11, 2022, from <https://ukraine.today.ua/ru/stalo-yzvestno-skolko-ukrayntsev-poteryaly-rabotu-yz-za-voyny>
- Mendelson-Forman, J. (2002). "Achieving Socio-Economic Well-Being in Post-Conflict Settings." *The Washington Quarterly* 25(2), 125–138.
- Ministry of Economy of Ukraine (2022). Retrieved November 11, 2022, from <https://www.me.gov.ua/>
- National Bank of Ukraine. *Inflation Report* . (October 2022). Retrieved November 12, 2022, from <https://bank.gov.ua/en/monetary/report>
- International Crisis Group. (2006). "*Escaping the Conflict Trap: Promoting Good Governance in the Congo*." ICG Africa Report No.114. International Crisis Group (ICG), Brussels.
- International Monetary Fund. *Ukraine: Request for purchase under the rapid financing instrument*. (October 2022). Retrieved November 20, 2022, from <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2022/10/19/Ukraine-Request-for-Purchase-Under-the-Rapid-Financing-Instrument-Press-Release-Staff-524913>
- State Statistic Committee of Ukraine (2021). Retrieved November 14, 2022, from <https://www.ukrstat.gov.ua/>
- Shmyhal, D. (2022). *RF strikes on critical infrastructure*. Retrieved November 21, 2022, from <https://nv.ua/ukraine/events/pochti-50-energosityemy-ukrainy-vyvedeno-iz-stroya-poslednie-novosti-50285105.html>
- Verkhovna Rada of Ukraine (2022). Retrieved November 12, 2022, from <https://www.rada.gov.ua/>
- World Bank Open Data (2022). Retrieved November 10, 2022, from <https://data.worldbank.org>
- Ukrainets, L., Yablonska, A., Kravets, Y. & Stasyna, Y. (2015). *Comprehensive assessment of the Ukrainian economic situation in 2014-2015*. Retrieved November 23, 2022, from <http://iac.org.ua/kompleksnaotsinka-ekonomichnoyi-situatsiyi-v-ukrayini-u-2014-2015-rr-chastina-1-zagalna-otsinka-makroekonomichnoyi-situatsiyi>
- Ukrenergo (2022). Retrieved November 29, 2022, from <https://www.ua.energy/>
- Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment. Report (August, 2022). The World Bank, Government of Ukraine, European Commission. Retrieved November 11, 2022, from <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/>
- Ukraine Recovery Plan. (June, 2022). Retrieved November 16, 2022, from <https://recovery.gov.ua>

- United Nations (2022). *Global perspective human stories* . Retrieved November 10, 2022, from <https://news.un.org/>
- UNDP (United Nations Development Programme) and Christian Michelsen Institute (2006). *Peace Processes and Statebuilding, Economic and Institutional Provisions of Peace Agreements*. United Nations Development Programme (UNDP), New York and Christian Michels.