

Obsah

Doktorandské štúdium, jeho poslanie a kvalita na Ekonomickej univerzite v Bratislave Doctoral study, its mission and quality at University of Economics in Bratislava	12
<i>prof. Ing. Vojtech Kollár, PhD. - rektor Ekonomickej univerzity v Bratislave</i>	
8. ročník medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov EDAMBA v Nových Zámkoch 8th International Science Conference EDAMBA in Nové Zámky	15
<i>prof. Ing. Elena Strážovská, PhD. - Ekonomická univerzita v Bratislave</i>	
<hr/>	
Vývoj pracovných síl v agrárnom sektore (SR)	20
<i>Ing. Bassam Al tazza - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre</i>	
Portal advisory services in the e-government	24
<i>Ing. Mgr. Jana Andrášková - Faculty of business and economics MUAF in Brno</i>	
The concept of humanitarian intervention in the 19th century and its historical background	28
<i>Ing. Zuzana Babušíková - Faculty of international relations UE in Bratislava</i>	
Teórie optimálnej menovej oblasti a ich využitie	32
<i>Ing. Soňa Balcárková - Prevádzkově-ekonomická fakulta, MZLU v Brně</i>	
Importance of education for the growth of competitiveness	37
<i>Ing. Michaela Barkóczyová - Faculty of national economy UE in Bratislava</i>	
The mobility of business knowledge	42
<i>Zoltán Bartha - Institute of economic theory UM in Miskolc</i>	
New opportunities of business activities on postal market	47
<i>Ing. Miroslav Bátka - Faculty of operation and economics of transport and communications UŽ in Žilina</i>	
Národná stratégia konkurencieschopnosti a jej dopad na malé a stredné podniky v Slovenskej republike	51
<i>Ing. Ladislav Bažó - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Monetary union in the US	57
<i>Ing. Zuzana Brinčíková - Faculty of national economy UE in Bratislava</i>	
India: The emerging market and financial services under the GATS	60
<i>Ing. Martina Buzáková - Wood sciences and technology TU in Zvolen</i>	
Organizácia riadenia slovenskej HD a otázka zefektívnenia jej výkonu	64

<i>Ing. Marek Csabay, Mgr. Andrej Eštvánik - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave</i>	
The labour market position of the women	67
<i>Csilla Czeglédi - SIU in Győr</i>	
The updated Lisbon strategy and key challenges for Europe in the global world	72
<i>Ing. Alica Domanická - Faculty of international relations UE in Bratislava</i>	
Pension reform in the Slovak Republic and new pension companies	75
<i>Ing. Martina Dubová - Faculty of national economy UE in Bratislava</i>	
Dôvody využívania outsourcingu	78
<i>Ing. Jan Dvořáček - Drevárska fakulta TU vo Zvolene</i>	
The strategy for sustainable development of the European Union	83
<i>Zoltán Eperjesi - SIU in Győr</i>	
Pohľady na Slovenskú bezpečnosť v súvislosti so vstupom do Európskej únie	89
<i>Mgr. Andrej Eštvánik, Ing. Marek Csabay - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave</i>	
Knowledge-based economy: A challenge for Slovakia	91
<i>Ing. Iveta Fabianová - Faculty of international relations UE in Bratislava</i>	
A heretic proposal for the public transportation system in Bratislava	96
<i>Ing. Peter Fašung – Faculty of national economy UE in Bratislava</i>	
Organizational culture: An examination of its effect on the internalization process and member performance	98
<i>Ing. Martina Fazekašová - Faculty of Economics and Management SUA in Nitra</i>	
Fiškálna decentralizácia na Slovensku – vybrané aspekty	103
<i>Ing. Lukrécia Gerulová, Ing. Monika Kováčová - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
Muslimské bratstvo v kontexte politického islamu	108
<i>Ing. Mgr. Magdaléna Hašková - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave</i>	
Kalkulačný systém v obchode	119
<i>Ing. Alena Holubcová - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Podniková aplikácia koncepcie systému otvorených inovácií v podmienkach jednotného európskeho trhu	124
<i>Ing. Radomila Horňáková, Ing. Tomáš Kajan - Drevárska fakulta TU vo Zvolene</i>	
Komplexná analýza dopytu po masle	129
<i>Ing. Elena Hošková - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre</i>	

Europeizácia v kontexte SZBP EÚ a jej vplyv na zahraničnú politiku členských štátov	133
<i>Ing. Jana Hošková - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave</i>	
Vývoj reálnej konvergenie krajín strednej Európy ku ekonomike Európskej únie	136
<i>Ing. Jana Hudáková - Ekonomická fakulta TU Košice</i>	
Využitie metód benchmarkingu v manažmente firmy	142
<i>Ing. Viktor Hulík, Silvia Kecerová - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre</i>	
Štatistické meranie efektívnosti jednotlivých regiónov Slovenska pomocou indikátora HPHpc	146
<i>Ing. Lubica Hurbánková - Fakulta hospodárskej informatiky EU v Bratislave</i>	
Funkcia obalov ako súčasť marketingového komunikačného mixu	152
<i>Ing. Juraj Janech - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Systém controllingu a jeho vzťah k základným činnostiam podniku	155
<i>Ing. Jaroslav Janík - Fakulta podnikového manažmentu EU v Bratislave</i>	
The importance of the inland waterway transport in Europe	159
<i>Ágnes János - Faculty of regional policy and management studies UP in Pecs</i>	
Vplyv systému manažérstva kvality na proces nakupovania organizácie	164
<i>Ing. Lujza Jurkovičová - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Characteristic of business environment in SR – development and growth of small and medium sized enterprises	167
<i>Ing. Ladislav Klement - Faculty of economics UMB Banská Bystrica</i>	
Balanced Scorecard – nástroj strategického riadenia firmy	172
<i>Ing. Robert Kňazek, MBA - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Redukované bayesovské odhady v lineárnej regresii	176
<i>RNDr. Eva Kotlebová - Fakulta hospodárskej informatiky EU v Bratislave</i>	
Řízení výuky pomocí aktivizujících metod	179
<i>Ing. Tomáš Kotrba - Prevádzkově-ekonomická fakulta MZLU v Brně</i>	
Future perspectives for local government finance in Hungary by issuing municipal bonds	184
<i>Gábor Kovács</i>	
Value at risk	188
<i>Ing. Urban Kováč, Ing. Jaroslav Mackových - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	

Marketing and management	194
<i>Ing. Stanislav Kovalík - Faculty of commerce UE in Bratislava</i>	
Moderní formy marketingové komunikace v českých firmách	198
<i>Ing. Petr Král - Fakulta mezinárodních vztahů VŠE v Praze</i>	
Analýza stavu dôchodkovej reformy na Slovensku	204
<i>Ing. Ludmila Kráľová - Ekonomická fakulta TU Košice</i>	
Structural funds of the EU and the Project for creating national information infrastructure and its nationwide usage by the industrial sector	210
<i>Ing. Katarína Krištofová - Faculty of international relations UE in Bratislava</i>	
Dopad priamych zahraničných investícií na devízové rezervy	214
<i>Ing. Peter Lakata - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
Možnosti znižovania a eliminácie menového rizika v podmienkach slovenskej podnikateľskej praxe	219
<i>Ing. Marcel Laznia, Ing. Valér Demjan - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
Opodstatnenosť poistenia privátneho majetku	229
<i>Ing. Zuzana Littvová - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
Inovácie a životný cyklus výrobku	233
<i>Ing. Erika Loučanová - Drevárska fakulta TU vo Zvolene</i>	
Branding – trend súčasnosti i budúcnosti	238
<i>Ing. Zuzana Lukačovičová - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Problém zahraničnej zadlženosti brdí ekonomický vývoj Angoly	243
<i>Ing. Virginia Mafuta - Diyezwa - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
LCMS and their position in the eLearning systems	247
<i>Ing. Roman Malo - Faculty of business and economics MUAF in Brno</i>	
Aktuálny vývoj poisťného trhu SR	251
<i>Ing. Miroslav Maťavka - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
Aplikácia Ganesanovho modelu, ako metódy vzťahového marketingu vo firme	255
<i>Ing. Renáta Miklenčíčová - Drevárska fakulta TU vo Zvolene</i>	
Nové techniky a tendencie internetového marketingu (vybrané aspekty)	260
<i>Ing. Andrej Miklošik - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Ekonomické aplikácie teórie hier	265
<i>Ing. Nora Mikušová - EU v Bratislave</i>	

Rozdielny vývoj európskych regiónov a koncepty znižovania medziregionálnych disparít v EÚ	271
<i>Ing. Miloš Mrva - Fakulta managementu UK Bratislava</i>	
Využití portálového řešení při personalizaci webových informačních systémů	276
<i>Ing. Hana Netrefová - Převádzkově ekonomická fakulta MZLU v Brně</i>	
Metody zvyšování uživatelské přívětivosti informačních systémů	281
<i>Ing. Hana Netrefová, RNDr. Milan Šorm - Převádzkově ekonomická fakulta MZLU v Brně</i>	
Výber optimálnej monetárnej stratégie pre centrálnu banku	287
<i>Ing. Marianna Neupauerová - Ekonomická fakulta TU Košice</i>	
Zahranční obchod České republiky a perspektivy vztahů s ČLR	292
<i>Ing. Lenka Nigrinová - Fakulta mezinárodních vztahů VŠE v Praze</i>	
Výskum preferencií spotrebiteľov na trhu s nábytkom s ohľadom na vybrané nástroje marketingového mixu	298
<i>Ing. Miriam Olšiaková – Drevárska fakulta TU vo Zvolene</i>	
Social inequalities in the Slovak Republic	302
<i>Ing. Silvia Ošková - Faculty of national economy UE in Bratislava</i>	
Poistenie právnej ochrany	307
<i>Ing. Dana Palacková - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
Európske aspekty rozvoja konkurencieschopnosti v sektore malých a stredných podnikov	311
<i>Ing. Adrián Pavlík - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Introduction in rhetorical economics	315
<i>Eszter Pethő - Institute of economic theories UM in Miskolc</i>	
Organisational Elements of the Cross-Border Cooperation with the view of West-Pannonia Euregion	320
<i>dr. Edit Pintér - SIU in Győr</i>	
Nástroje riadenia rizika	325
<i>Ing. Vladimír Polavka - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave</i>	
Computer typesetting	330
<i>Ing. Jan Přichystal - Faculty of business and economics MUAFA in Brno</i>	
Nová ekonomika v inovatívnom prostredí	333
<i>Ing. Nikoleta Puchá - Ekonomická fakulta TU Košice</i>	

Outsourcing v informačných systémoch	338
<i>Ing. Anton Repovský - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre</i>	
European markets for outdoor furniture	341
<i>Tuomas Salila, Tuukka Liukko, Timo Kärki - UT in Lappeenranta</i>	
Union européenne: l'aide au développement des pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique)	345
<i>Ing. Mamadou Saliou kaba - Faculty of national economy UE in Bratislava</i>	
Úloha public relations v integrovanej firemnej komunikácii	350
<i>Ing. Dana Schrenkelová - Obchodná fakulta EU v Bratislave</i>	
Vliv kulturních specifíků na vedení obchodního jednání a styl řízení v Korejské republice	353
<i>Ing. Martina Sipková - Fakulta mezinárodních vztahů VŠE v Praze</i>	
Rozvoj hotelových reťazcov na Slovensku	359
<i>Ing. Anna Sirotková</i>	
Pôvod hospodárskych problémov Nigérie	363
<i>Ing. Juraj Skovajsa – Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave</i>	
Satisfaction, attachment and participation in the local society	368
<i>Melinda Smahó - Centre for regional studies HAS in Budapest</i>	
Competitiveness based on innovations	373
<i>Ing. Martina Styková - Faculty of economics UE in Prague</i>	
Vplyv priamych zahraničných investícií na ekonomiku SR	376
<i>Ing. Katarína Štaffenová - EU v Bratislave</i>	
Administration of GIS server for university need	379
<i>Ing. Daniel Šťasta - Faculty of business and economics MUAF in Brno</i>	
Quality planning by the QFD method application	383
<i>Ing. Andrea Štetinová</i>	
What really matters for thigh school students in their consumer decisions	388
<i>Eszter Tárkányi - SIU Győr</i>	
Basic assumptions of successful inflation targeting and V4 countries	393
<i>Ing. Miroslav Tučník - Faculty of national economy UE in Bratislava</i>	
Spoločná organizácia trhu s cukrom	397
<i>Ing. Andrea Valachová – Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre</i>	

Problems and trends in specific industry branch of Czech Republic	403
<i>Ing. Michal Vaněk - Faculty of Electrical Engineering CTU in Prague</i>	
Hodnotenie efektívnosti bankových inštitúcií	407
<i>Ing. Kristína Vincová - Ekonomická fakulta TU Košice</i>	
Rozdeľovanie marketingových zdrojov, kombinácie a obmedzenia	414
<i>Ing. Marián Vollmann - Drevárska fakulta TU vo Zvolene</i>	
Open source GIS for public sector	418
<i>Ing. Roman Vrba - Faculty of business and economics MUAF in Brno</i>	
Spatial quantification of agriculture environmental impact on EU countries	421
<i>Ing. Hana Zach - Faculty of Economics and Management SUA in Nitra</i>	

Doktorandské štúdium, jeho poslanie a kvalita na Ekonomickej univerzite v Bratislave

prof. Ing. Vojtech Kollár, PhD. - rektor Ekonomickej univerzity v Bratislave

Nový zákon č. 313/2002 Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, ktorý vstúpil do platnosti 1. 4. 2002, vymedzuje doktorandské štúdium ako tretí stupeň vysokoškolského vzdelávania. Z hľadiska vertikálnej štruktúry jednotlivých stupňov štúdia na vysokých školách je jeho postavenie rovnaké ako v predchádzajúcom zákone o vysokých školách č. 172/1990 Zb.

Legislatívno-právna úprava nového zákona definuje realizáciu doktorandského štúdia v akreditovaných študijných programoch, ktoré sú zamerané na získavanie poznatkov založených na súčasnom stave vedeckého a umeleckého poznania a najmä na vlastnom príspevku študenta k nim. Dôraz je kladený na výsledok vedeckého bádania a samostatnej tvorivej činnosti.

Doktorandské štúdium je prioritným prejavom vedeckého charakteru univerzity a jej poslania. Jeho cieľom nie je len výchova budúcich vedcov a pedagógov na vysokých školách, ale aj rozvoj vedeckovýskumných aktivít a technicko-technologický rozvoj v spoločnosti. Musí viesť doktoranda k schopnosti analyzovať, riešiť, predvídať a strategicky myslieť, čo je dôležité pre ekonomiku a fungovanie spoločnosti.

Výchova nových vedeckých pracovníkov vytvára priestor na vyhľadávanie talentovaných a výnimočných študentov. Je prostriedkom na prezentáciu výsledkov vedeckovýskumnej činnosti doktorandov na vedeckých seminároch, konferenciách a sympóziách v medzinárodnom kontexte.

KVANTITATÍVNE A KVALITATÍVNE ASPEKTY DOKTORANDSKÉHO ŠTÚDIA

Doktorandské štúdium je realizované na všetkých fakultách ekonomickej univerzity v Bratislave v akreditovaných študijných odboroch.

Akreditačná komisia vlády SR pri akreditácii fakúlt EU v Bratislave priznala v roku 2001 všetkým fakultám právo realizovať doktorandské štúdium a udeľovať vedecko-pedagogickú hodnosť PhD.:

1. Národohospodárska fakulta EU:

- Ekonomická teória
špecializácie: dejiny ekonomických teórií, hospodárske systémy, hospodárska politika
- Dejiny národného hospodárstva
- Poistovníctvo
- Financie
- Teória vyučovania predmetov všeobecno-vzdelávacej a odbornej povahy
špecializácia: teória vyučovania ekonomických odborných predmetov, prognostika

2. Obchodná fakulta EU:

- Odvetvové a prierezové ekonomiky
špecializácia: ekonomika obchodu a priemyslu
- Svetová ekonomika
medzinárodné ekonomické vzťahy

3. Fakulta hospodárskej informatiky EU:

- Aplikovaná informatika
- Ekonometria a operačný výskum
- Štatistika
- Účtovníctvo

4. Fakulta podnikového manažmentu EU:
 - Riadenie a ekonomika podnikov
 - Podnikový manažment
5. Fakulta medzinárodných vzťahov EU:
 - Medzinárodné vzťahy
6. Podnikovohospodárska fakulta EU so sídlom v Košiciach:
 - Odvetvové a prierezové ekonomiky
špecializácia: ekonomika obchodu a priemyslu

Vedecká rada ekonomickej univerzity v Bratislave sa zaoberala analýzou efektívnosti a účinnosti doktorandského štúdia na EU v Bratislave.

Priemerný počet doktorandov v porovnaní s celkovým počtom študentov na vysokých školách v Slovenskej republike je nízky a dosahuje asi 3%. Špičkové univerzity v Európe a vo svete dosahujú až 40%-ný podiel. Univerzitný charakter vysokej školy v zahraničí je determinovaný tretím stupňom vysokoškolského vzdelávania s aspoň 10%-ným podielom doktorandov k celkovému počtu denných študentov. Ak hodnotíme tento ukazovateľ na EU v Bratislave, počet doktorandov dosahuje 4,6% k celkovému počtu študentov, resp. 7,9% vo vzťahu k celkovému počtu študentov denného štúdia.

Poddimenzovanosť doktorandského štúdia je limitovaná pri internom štúdiu predovšetkým finančnými prostriedkami, ako aj internou kapacitou školiaceho pracoviska vysokej školy. Táto je kvantifikovaná prepočítaným počtom profesorov a docentov vo vzťahu k vyhláske č. 131/1997 Z. z. o doktorandskom štúdiu na vysokých školách.

Nízky podiel doktorandského vzdelávania je súčasne sprevádzaný aj nízkou výkonnosťou vo vede na vysokých školách a ich úspešnosťou pri podávaní a získavaní grantov a vedeckovýskumných projektov na národnej i medzinárodnej úrovni. Negatívnym javom doktorandského štúdia na vysokých školách v SR, EU v Bratislave nevnímajú, je jeho nízka efektívnosť z hľadiska jeho úspešnosti.

Priemerný ukazovateľ efektívnosti vyjadrený celkovým počtom absolventov doktorandského štúdia, je v rozpätí 20-30%, pričom index úspešnosti absolventov interného doktorandského vzdelávania je nižší. V rokoch 1998-2001 sa na vysokých školách v SR pohyboval v rozpätí 1 až 32%, v priemere dosiahol hodnotu 5,3% a na našej univerzite hodnotu 2,03%.

Napriek týmto negatívam, niektoré vysoké školy a ich fakulty, kam môžeme zaradiť aj našu univerzitu, dokážu vychovať doktorandov, ktorí sú akceptovaní na ktoromkoľvek pracovisku v Európe a vo svete.

Pozitívom doktorandského štúdia je jeho akceptovateľnosť v krajinách Európy, čo je možné dokumentovať záujmom zahraničných študentov v doktorandskom štúdiu na fakultách EU v Bratislave. Každoročne študuje na EU v Bratislave v priemere 25 zahraničných doktorandov v študijných odboroch, ktoré sú kompatibilné so zahraničím.

Doktorandské štúdium nie je dostatočne atraktívne ani podmienkami, ani spoločným uplatnením jeho absolventov v praxi, doktorandi nachádzajú lepšie uplatnenie v zahraničí.

Doktorandské štúdium je jedným z ukazovateľov kvality vzdelávania a vedeckovýskumnej práce. Spolupráca a rozvoj doktorandského štúdia vyžaduje aj výmenu skúseností, poznatkov a vedomostí na národnej a medzinárodnej úrovni.

Tu má svoje nezastupiteľné miesto účasť našej univerzity v sieti univerzít a vysokých škôl v rámci programu EDAMBA.

Pozitívnu stránkou doktorandského štúdia je zvýšený podiel doktorandov pri riešení interných a externých grantov a rozvojových projektov v rámci Ministerstva školstva SR, Ministerstva hospodárstva SR a Ministerstva financií SR.

Rastúci podiel podávaných a získaných medzinárodných projektov doktorandami na EU v Bratislave je príležitosťou rozvoja ekonomickej vedy.

ORIENTÁCIA VEDECKOVÝSKUMNEJ ČINNOSTI NA EKONOMICKEJ UNIVERZITE V BRATISLAVE

Budúcnosť smerovania vedy a výskumu na Ekonomickej univerzite v Bratislave je potrebné orientovať na redukciu pomerne veľkej diferencovanosti výskumných úloh a grantov odstránením preferovania parciálnych prístupov podmieneným profesionálnou orientáciou navrhovateľov úloh a grantov.

Kvalitatívne nový priestor otvárajú rozvoju ekonomickej vedy globalizačné a integračné procesy so svojimi kladnými i zápornými stránkami.

Zhruba do konca 90. rokov 20. storočia sa v ekonomickej teórii uznávalo, že v podmienkach trvalého ekonomického rastu klesá miera nezamestnanosti, dochádza k rastu miezd a následne k rastu dopytu. V druhej polovici 90. rokov sa začali vo svete používať informačné a komunikačné technológie v národnom hospodárstve a v spoločnosti. Vyššia miera hospodárskeho rastu, sprevádzaná klesajúcou, resp. nízkou mierou nezamestnanosti a rastom miezd na základe vysokej produktivity práce zabezpečuje konštantné, resp. nižšie jednotkové mzdové náklady a nižšiu mieru inflácie.

Záujem o podujatie EDAMBA presahuje rámec našej Alma mater a je potešiteľné, že táto myšlienka dostáva európsky rozmer.

Každá myšlienka má svojho nositeľa, ale jej naplnenie vyžaduje okrem invencie aj konkrétnu prácu organizátora a realizátora.

Je pre mňa ct'ou poďakovať sa čestnému prezidentovi EDAMBA prof. E. Bonetovi a členom výboru EDAMBA, novému prezidentovi EDAMBA prof. P. Batteauovi z Grenoble a gestorke programu EDAMBA pri Ekonomickej univerzite v Bratislave prof. Ing. Elene Strážovskej, PhD. za prácu pri realizácii stretnutia doktorandov v rámci 8. vedeckej konferencie doktorandov EU v Bratislave. Moje poďakovanie patrí aj primátorovi mesta Nové Zámky pánovi Ing. Gejzovi Pischingerovi a jeho spolupracovníkom, ktorí podporujú vzdelávacie a vedeckovýskumné aktivity našej univerzity na pôde mesta Nové Zámky. V neposlednom rade vyslovujem poďakovanie študentom bakalárskeho štúdia Obchodnej fakulty EU v Bratislave pri zabezpečovaní tohto významného podujatia, ako aj všetkým doktorandom, ktorí svojimi prácami, diskusiou a výmenou skúseností a poznatkov prispeli k vysokej odbornej úrovni konferencie a príjemnej pracovnej a spoločenskej atmosfére.

Neoceniteľným prínosom participácie našej univerzity na programe EDAMBA je získavanie nových kontaktov a partnerov a predvádzanie nových metód podporujúcich kreatívne myslenie.

Univerzity potrebujú styk medzi odborníkmi rôznych odborov, aby sa zvyšovala kultúrnosť a vzdelanosť ľudí. Pre slovenskú republiku je to zvlášť naliehavé v čase, keď sa naša krajina ocitá na veľmi závažnom úseku dejín, sprevádzanom začlenením sa do európskeho priestoru vyspelých krajín.

Prajem výročnému stretnutiu EDAMBA v Grenoble 2005 tvorivosť a úspech.

prof. Ing. Vojtech Kollár, PhD.
rektor Ekonomickej univerzity v Bratislave

8. ročník medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov EDAMBA v Nových Zámkoch

prof. Ing. Elena Strážovská, PhD. - Ekonomická univerzita v Bratislave

8TH INTERNATIONAL SCIENCE CONFERENCE EDAMBA IN NOVÉ ZÁMKY

EDAMBA has very good reputation and has major influence on doctoral study development in Slovakia. Since 1997, when University of Economics in Bratislava had joined EDAMBA, we are mainly focused on science seminars of doctorands, at which doctorands present their thesis. These meetings are very good reason to talk about and change knowledge and skills among doctorands. They share mutually advices and find scientific conclusions.

The number of doctorands participating at annual international science conferences EDAMBA is growing year to year (100 to 200 doctorands). We take it as positive effort of doctorands to higher their expert level of knowledge. This is much appreciated platform to meet doctorands from European universities. EDAMBA is invaluable contribution in the field of post gradual studying.

Tables below show:

Table 1: Participants at 8th International Science Conference EDAMBA from Slovak and foreign universities;

Table 2: Pedagogues, who took part in 8th International Science Conference EDAMBA;

Table 3: Doctorands registered at 8th International Science Conference EDAMBA.

EDAMBA má už dlhodobo veľký vplyv na rozvoj doktorandského štúdia na Slovensku. V prvých rokoch po prijatí Ekonomickej univerzity v Bratislave za člena EDAMBA (1997) sme sa zameriavali hlavne na vedecké semináre doktorandov, na ktorých predniesli tézy svojej dizertačnej práce. I tieto stretnutia mali svoj hlboký zmysel, nakoľko doktorandi zo slovenských univerzít si vymieňali poznatky a vedecké názory na obsah jednotlivých tém nimi zvolených a riešených problémov. V ostatných rokoch sa počet doktorandov, ktorí sa na našich medzinárodných vedeckých konferenciách zúčastňovali zvýšil na sto a v niektorých rokoch až na dvesto. Považujeme to za úprimnú snahu doktorandov zvýšiť svoju vedeckú a odbornú úroveň a získať poznatky o vedeckej a výskumnej práci svojich kolegov doktorandov zo zahraničných univerzít. EDAMBA je neoceniteľným prínosom v oblasti vedeckej prípravy mladých ľudí.

Z výsledkov 8. ročníka vedeckého stretnutia doktorandov na Ekonomickej univerzite uvádzame:

1. Prehľad o počte účastníkov doktorandov na 8. ročníku medzinárodnej vedeckej konferencii v Nových Zámkoch v apríli roku 2005;
2. Prehľad o účasti pedagógov na 8. ročníku EDAMBA;
3. Prehľad o prihlásených doktorandoch na 8. ročník medzinárodnej vedeckej konferencie EDAMBA na Ekonomickej univerzite.

Tabuľka č. 1: Účastníci EDAMBA 2005

Zo slovenských vysokých škôl	
Banská Bystrica, Univerzita Mateja Bela (UMB)	4
Bratislava, Ekonomická univerzita (EU), Fakulta medzinárodných vzťahov	17
Bratislava, Ekonomická univerzita, Národohospodárska fakulta	13
Bratislava, Ekonomická univerzita, Obchodná fakulta	5
Bratislava, Ekonomická univerzita, Fakulta hospodárskej informatiky	3
Bratislava, Ekonomická univerzita, Fakulta podnikového manažmentu	1
Bratislava, Ekonomická univerzita, Obchodná fakulta – BŠ NZ	1
Bratislava, Komenského univerzita (UK)	1
Bratislava, Vysoká škola ekonómie a manažmentu (VŠEM)	1
Košice, Technická univerzita (TU)	5
Nitra, Slovenská poľnohospodárska univerzita (SPU)	4
Zvolen, Technická univerzita	4
Žilina, Žilinská univerzita (ŽU)	2
Slovenskí účastníci	60
Zo zahraničných vysokých škôl	
Angola	1
Rakúsko	1
Česká republika	13
Fínsko	1
Guinea	1
Maďarsko	14
Sýria	1
Zahranční účastníci	32

Tabuľka č. 2: Zúčastnení pedagógovia EDAMBA 2005

doc. Škvrnda František	SR	EU v Bratislave, FMV
doc. Csámpai Otto	SR	FSEV v Trenčíne
Ing. Bánoci Daniel	SR	FSEV v Trenčíne
doc. Michalová Valéria	SR	EU v Bratislave, OF
prof. Ing. Šupin Mikuláš, CSc.	SR	TU vo Zvolene
doc. Ing. Kurnda Vladimír	SR	EU v Bratislave
Ing. Grosch Peter	SR	Úrad práce
Ing. Veselovská Stanislava	SR	EU v Bratislave, NHF
doc. Ing. Pachingerová Mária	SR	EU v Bratislave, OF
doc. Ing. Rostašová Mária	SR	ŽU v Žiline
doc. Vaculík Juraj	SR	ŽU v Žiline
doc. Gajdošík Ivan	SR	FSEV v Trenčíne
doc. Rybníček	SR	
Ing. Kapsdorferová Zuzana	SR	SPU v Nitre
Ing. Pavlik Adrián	SR	EU v Bratislave, OF
Ing. Mgr. Strážovská Ľubomíra	SR	VŠEM v Bratislave
prof. Ing. Strážovská Helena	SR	EU v Bratislave, OF
doc. Goga Marián	SR	EU v Bratislave
Ing. Horváth Karol	SR	poslanec Nových Zámkov
Toporcerová Jana	SR	EU v Bratislave Študentský parlament OF
Anton Marek	SR	EU v Bratislave Študentský parlament OF
Ing. Szarazová Beáta	SR	EU v Bratislave, OF
Ing. Pischinger Gejza	SR	primátor Nových Zámkov

Tabuľka č. 3: Prihlásení doktorandi na 8. medzinárodnú vedeckú konferenciu EDAMBA 2005 na Ekonomickej univerzite v Bratislave

P.č.	Mesto	Priezvisko	Meno	Univerzita	Fakulta	Názov práce
1.	BB	Balciar	Andrej	UMB	EF	Model of New Value Added Creation from the Supplier View
2.	BB	Elexa	Luboš	UMB	EF	Opportunities and Threats of Small and Medium Enterprises in Conditions of Globalisation
3.	BB	Klement	Ladislav	UMB	EF	Char. of Business Environ. in the SR - Possibilities of Dev. and Compet. of Small and Medium Enterprises
4.	BB	Zuravová	Vladimíra	UMB	EF	Labour Costs and Labour Productivity as Factors Determining Competitiveness of Enterprises
5.	BA	Babušíková	Zuzana	EU	FMV	The Concept of the Humanitarian Intervention in the 19. Century
6.	BA	Barkóciová	Michaela	EU	NHF	Education and Economic Growth
7.	BA	Brinčíková	Zuzana	EU	NHF	Menová únia v USA (Monetary union in the US)
8.	BA	Demjan	Valér	EU	NHF	Alternative Investment Forms in Foreign Exchange Markets - Forex
9.	BA	Domanická	Alica	EU	FMV	
10.	BA	Fabianová	Iveta	EU	FMV	Knowledge - based economy: A Challenge for Slovakia
11.	BA	Fašung	Peter	EU	KHP	Social taxes in context of average wage
12.	BA	Gerulová	Lukrécia	EU	NHF	
13.	BA	Hašková	Magdaléna	EU	FMV	Moslimské bratstvo v kontexte politického islamu
14.	BA	Havlová	Katarína	EU	FMV	Pričiny neefektívnosti ekonomík v regióne Blízkeho a Stredného východu
15.	BA	Holubcová	Alena	EU	OF	Kalkulačný systém v obchode
16.	BA	Hurbánková	Lubica	EU	FHI	Štatistické meranie efektívnosti jednotlivých regiónov Slovenska pomocou indikátora HPHpc
17.	BA	Janech	Juraj	EU	OF	
18.	BA	Jichová	Eva	EU	FMV	Euro and Reform of the Stability and Growth Pact
19.	BA	Jurkovičová	Lujza	EU		
20.	BA	Kňažek	Róbert	EU	OF	
21.	BA	Kotlebová	Eva	EU	FHI	Bayesian Statistical Inference in Linear Regression
22.	BA	Kováč	Urban	EU	NHF	
23.	BA	Kovalík	Stanislav	EU	OF	
24.	BA	Krištofová	Katarína	EU	FMV	Štrukturálne fondy EU a Projekt na vytvorenie nár. infor. infraštruktúry a jej celoslo. použív. pod. sférou
25.	BA	Kurilla	Norbert	EU	FMV	Geopolitické a geoeconomické postavenie Južnej Kórei vo svete a možnosti spolupráce s krajinami EU
26.	BA	Lakata	Peter	EU	NHF	The Impact of Foreign Direct Investment of the International Reserves
27.	BA	Laznia	Marcel	EU	NHF	The Comparison of Methods for risk measurement on the Foreign Exchange Market
28.	BA	Littvová	Zuzana	EU		Opodstatnenosť poistenia privátneho majetku
29.	BA	Lukačovičová	Zuzana	EU	OF	Branding - trend súčasnosti i budúcnosti (Branding - trend for today and tomorrow)
30.	BA	Maruta	Virginia	EU		Fiškálna a monetárna politika - vplyv na makroekonomickú rovnováhu
31.	BA	Miklošik	Andrej	EU	OF	Nové techniky a tendencie internetového marketingu - vybrané aspekty
32.	BA	Mikušová	Eva	EU		Ekonomické aplikácie teórie hier
33.	BA	Mrva	Miloš	UK	FM	Different Development of European Regions of Interregional Disparities
34.	BA	Ošková	Silvia	EU	NHF	Social Inequalities in Slovak republic
35.	BA	Palkovičová	Andrea	EU	FMV	The Use of Structural Funds in Slovakia
36.	BA	Polavka	Vladimír	EU	NHF	Nástroje riadenia rizika
37.	BA	Sayfidinov	Alisher	EU	FMV	Islam versus terorizmus

38.	BA	Skovajsa	Juraj	EU	FMV	Hospodárske problémy Nigérie
39.	BA	Staffenová	Katarina	EU	FMV	The Effects of Foreign Direct Investments on the Economy of the Slovak republic
40.	BA	Viličák	Peter	EU	FMV	UNIDO - Revitalisation and the Way Ahead
41.	KE	Hudáková	Jana	TU	EF	Vývoj konvergence krajín strednej Európy ku ekonomike EU
42.	KE	Kráľova	Ľudmila	TU	EF	Analýza stavu dôchodkovej reformy v SR
43.	KE	Neupauerová	Marianna	TU	EF	Výber optimálnej monetárnej stratégie pre centrálnu banku
44.	KE	Puchá	Nikoleta	TU	EF	Nová ekonomika v inovatívnom prostredí
45.	KE	Vincová	Kristína	TU	EF	Hodnotenie efektívnosti bankových inštitúcií (Measurement of bank efficiency)
46.	NR	Al Tazza	Bassam	SPU	FEM	Develop of Dynamic of Force Workers in Agruculture in Slovák republic
47.	NR	Fazekasová	Martina	SPU	FEM	
48.	NR	Hošková	Elena	SPU	FEM	
49.	NR	Hudecová	Marta	SPU	FEM	
50.	NR	Hulík	Viktor	SPU	FEM	
51.	NR	Kačmárová	Oľga	SPU	FEM	
52.	NR	Korenková	Marcela	SPU	FEM	
53.	NR	Mura	Ladislav	SPU	FEM	
54.	NR	Repovský	Anton	SPU	FEM	
55.	NR	Sziđor	Milan	SPU	FEM	Level of Financial Support for Main Agricultural Commodities Measured by OECD Indicators
56.	NR	Tonkovicová	Zuzana	SPU	FEM	Cenový prieskum obchodných značiek
57.	NR	Valachová	Andrea	SPU	FEM	
58.	NR	Zach	Hana	SPU	FEM	Priestorová kvantifikácia environmentálneho vplyvu pôdohospodárstva v krajinách EU
59.	PR	Sindleryová	Ivana			
60.	PR	Vojteková	Marta			
61.	SK	Hošková	Jana	EU		Europeanization in the Context of the CFSP of the EU and its Infl. on Foreign Policy of Member States
62.	ZV	Dvoráček		TU	DF	
63.	ZV	Loučanová		TU	DF	
64.	ZV	Olišiaková		TU	DF	
65.	ZV	Vollman		TU	DF	
66.	ZA	Bátka	Miroslav	ZU		New opportunities of Business Activities on Postal Market
67.		Tučník	Miroslav			
68.		Sirotková	Anna			Rozvoj hotelových re azcov v SR

P.č.	Krajina	Priezvisko	Meno	Mesto	Univerzita	Názov práce
1.	Angola	Mafula – Biyezwa	Virginia			
2.	Rakúsko	Janos	Agnes	Viedeň	University of Pecs, HU	The importance of the inland waterway transport in Europe
3.	ČR	Andrýsková	Jana	Brno	MUAF	Portal advisory services in the e-government
4.	ČR	Balcárková	Soňa	Brno	MUAF	The Optimum Currency Area Theories and their implication
5.	ČR	Malo	Roman	Brno	MUAF	LMS and their position in e-learning systems
6.	ČR	Přichystal	Jan	Brno	MUAF	New view of tex line and page breaking
7.	ČR	Štásta	Daniel	Brno	MUAF	Administration of gis server for university need
8.	ČR	Vrba	Roman	Brno	MUAF	Open source gis for public sector
9.	ČR	Hlačinová	Petra	Praha	EU	Cost reduction in the automotive industry
10.	ČR	Králičková	Jana	Praha	VŠE, KMO	The common foreign and security policy in the EU
11.	ČR	Král	Petr	Praha	VŠE, KMO	Moderní formy marketingové komunikace
12.	ČR	Melníková	Lea	Praha	VŠE, KMO	Parlamentní volby v Kyrgyzstánu a aktuální politická situace v Zemi
13.	ČR	Sipková	Martina	Praha	VŠE, KMO	Vliv kulturních specifík na vedení obch. jednání a styl řízení v Korejské rep.
14.	ČR	Styková	Martina	Praha	EU	Competitiveness based on innovations
15.	ČR	Vaněk	Michal	Praha	ČVUT FEL K316	Problems and trends in specific industry branch of Czech republic
16.	ČR	Nigrinová	Lenka	Praha	VŠE, KMO	Zahraníční obchod ČR a perspektivy vztahu ČR a ČLR
17.	Finsko	Tuomas	Salila		Laperanta Univ. of Tech	Marketing and management
18.	Maďarsko	Eperjesi	Zoltán	Budapešť	Széchenyi István Univ.	The strategy of the EU concerning sustainable growth
19.	Maďarsko	Pintér	Edit	Budapešť	Széchenyi István Univ.	Organisational elements of the cross-border cooperation
20.	Maďarsko	Czeglédi	Csilla	Gyor	Széchenyi István Univ.	In recent days women are disadvantaged at the labour market
21.	Maďarsko	Komáromy	Krisztián	Gyor	University of Pecs	The Hungarian top 10 – Suffering electronics
22.	Maďarsko	Márk György	Ponác	Gyor	Széchenyi István Univ.	Competitiveness through networking in the SME sector
23.	Maďarsko	Pathy	Adam	Gyor	SZE, MTDI	Intemacional trends of interpersonal relations in a fifteen year perspective
24.	Maďarsko	Smahó	Melinda	Gyor	MTA RKK NZUTI	Satisfaction, attachment and participation in the local society
25.	Maďarsko	Takács	Dávid	Gyor	Széchenyi István Univ.	Can money buy happiness?
26.	Maďarsko	Tárkányi	Eszter	Gyor	Széchenyi István Univ.	What Really Matters for High School Students in their Consumer Decisions
27.	Maďarsko	Bartha	Zoltán	Miskolc	University of Miskolc	The Mobility of Business Knowledge
28.	Maďarsko	Petho	Eszter	Miskolc	University of Miskolc	Introduction in Rhetorical Economics
29.	Maďarsko	Csuka	Ildiko	Székesfehérvár	Kodolanyi János Univ.	European region higher education
30.	Maďarsko	Lorinczné Bencze	Edit	Székesfehérvár	Kodolanyi János Univ.	Multi-stakeholder initiatives for sustainable development
31.	Maďarsko	Kovács	Gábor			
32.	Rumunsko	Bodea	Gabiela	Romania	Babes Bolyai Unvers	Permanence and lac of temporality. Historical time and economic time
33.	Rumunsko	Rovinaru	Flavius	Romania	Babes Bolyai Unvers	Foreign capital in the Romanian oil industry. study on the period 1850 - 1940
34.	Rumunsko	Salanta	Mihaela	Romania	Babes Bolyai Unvers	The Beginning of central and eastern Europe integr. in new world econ.
35.	Rusko	Anastazia				
36.	Sýria	Al tazza	Bassam			
37.		Laznia	Marcel			
38.		Mamadou	Saliou kaba			
39.		Sayfiddinov	Alisher			

Vývoj pracovných síl v agrárnom sektore (SR)

Ing. Bassam Al tazza - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre

OPONENT: Prof. h. c. prof. Ing. Vladimír GOZORA, PhD.

KLÚČOVÉ SLOVÁ: Ľudské zdroje, manažment, kvantitatívne a kvalitatívne zmeny, privatizácia, transformácia

ÚVOD

Transformačný a reštrukturalizačný proces v poľnohospodársko-potravinársko komplexe postaví podnikateľské subjekty do historicky novej situácie. Charakteristické sú prudké zmeny podmienok formovanie podnikateľských subjektov v zmysle reálneho pôsobenia trhových zákonov a skutočného formovania trhového mechanizmu. V podmienkach PPOK dochádza k prudkému znižovaniu počtu pracovníkov, schopní manažéri odchádzajú do iných lukratívnejších novo vznikajúcich podnikateľských subjektov. Tieto zmeny sa uskutočňujú živelne, bez akýchkoľvek kvalitatívnych personálnych prístupov.

Cieľom príspevku je analýza dynamického vývoja pracovných síl zachytáva počet pracovníkov, rozdelenie podľa pohlavia, vekovej štruktúry, vzdelania a právnych foriem podnikania

MATERIÁL A METODIKA PRÁCE

Realizácia predznačeného cieľa si vyžiadala uskutočniť prieskum v súbore 1337 podnikateľských subjektov agrárneho sektoru. Podkladové údaje sme získali z Informačných listov MP SR, Štatistického úradu SR a dotazovacou metódou, pri ktorej sa použila technika riadeného rozhovoru a dotazníka v rámci riešenia čiastkovej výskumnej úlohy. Získané údaje sú spracované a vyhodnotené metódou analýzy, syntézy a komparácie za roky 1994-2003. V niektorých rokoch neboli údaje dostupné. V záverečnej časti príspevku sme uviedli opatrenia na zlepšenie existujúceho stavu v reprodukcii zamestnancov agrárneho sektora.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

1. Vývoj počtu pracovníkov v poľnohospodárstve

Poľnohospodársky sektor zohráva väčšie postavenie v národnom hospodárstve, keď podiel pracovníkov v poľnohospodárstve na zamestnanosti v SR v hodnotenom období sa od roku 1994 znížil z 10,08% na 4,75%. a jeho podiel na tvorbe HDP sa zvýšil z 6,65% na 4,75%. Od roku 1989 poklesla zamestnanosť v poľnohospodárskej prvovýrobe o viac ako 70%. Tento sprievodný jav transformácie je regionálne diferencovaný. Relatívna zamestnanosť na 100 ha poľnohospodárskej pôdy sa znížila z 6,3 pracovníkov na približne 4,1 pracovníkov.

V roku 1989 pracovalo v poľnohospodárskej prvovýrobe 350.956 pracovníkov respektíve 360 699 prepočítaných osôb, čo predstavovalo 12,5 % z ekonomicky činného obyvateľstva. Na jedného pracovníka v poľnohospodárstve pripadalo 90 obyvateľov a to bolo 34 obyvateľov. V procese vytvárania trhu práce po roku 1990 počet pracovníkov prudko klesal. Za obdobie rokov 1994-2003 poklesla zamestnanosť v poľnohospodárskej prvovýrobe o 93 605 osôb čo predstavuje 61,6 % priemer medziročná zmena bola 10%. Niektoré poľnohospodárske organizácie uzatvárajú so svojimi zamestnancami pracovné zmluvy na dobu určitú a na zimné obdobie ich prepúšťajú títo pracovníci dostávajú počas tejto doby podporu v nezamestnanosti a v jarných mesiacoch ich zamestnávateľ opäť zamestná. Podiel THP sa mierne zvýšilo 18% tento stav je spôsobený zvýšeným nárastom obchodných spoločností, kde podiel manažmentu a administratívy je vysoký naopak dochádza k výraznej racionalizácii u manuálnych pracovníkov. Výrazne sa redukovali počty pracovníkov v agrárnom

sektore a počtu technicko-hospodárskych pracovníkov v agropodnikateľských subjektoch. V tejto súvislosti sa vyše 2-násobne zvýšila produktivita práce v poľnohospodárstve a vzrástla výkonnosť podnikových manažérov, napriek tomu bola priemerná mesačná mzda nižšie ako mzdová parita v národnom hospodárstve.

Relatívna zamestnanosť na 100 ha p.p. v roku 1989 znížila z 6 na 4 pracovníka, po roku 1990 v dôsledku celkového znižovania počtu pracovníkov nastal mierny pokles aj počtu pracovníkov na 100 ha p.p, keď výmera p.p na 1 pracovníka sa zvýšila z 17,01 na 37,38 ha. Príloha. 1

Vývoj počtu pracovníkov podľa právnych foriem podnikov

Z hľadiska jednotlivých právnych foriem bol vývoj v počte zamestnancov veľmi diferencovaný, najmä v dôsledku privatizácie štátnych majetkov. Prejavilo sa to na zmene podielu pracovníkov zamestnaných v príslušných právnych formách. To, že dochádza k diferencovaným zmenám zamestnanosti podľa jednotlivých právnych foriem a pokles pracovných síl u poľnohospodárskych družstiev a predovšetkým u štátnych podnikov a vysoký nárast u ostatných právnych foriem, najmä u obchodných spoločnostiach

Tabuľka 1: Štruktúra zamestnanosti podľa právnych foriem podnikania (organizáciách nad 20 pracovníkov)

Právna forma podnikania	1995		2001		2003		Rozdiel podielu v %	
	Počet	Podiel v %	Počet	Podiel v %	Počet	Podiel v %	03-95	03/01
Poľnohosp. družstvá	105 333	72,4	51167	69,6	41203	68,9	-3,5	-0,7
Štátne podniky	24 652	16,9	123	0,1	163	0,3	-16,6	-0,2
Akciové spoločnosti + v.o.s	8 952	6,2	8832	12,0	7683	12,8	+6,6	+0,8
Príspevkové organizácie	1 964	1,4	1278	1,9	786	1,3	-0,3	+0,6
Spoločnosti s r.o.	4 570	3,1	11983	16,3	9983	16,7	13,6	+0,4
Poľnoho spolu	145 471	100,0	73483	100,0	59818	100,0	-	-

Prameň: Š Ú SR CD MP SR a vlastný prepočet

Poznámka: do roku 1996 s 25 a viac zamestnancami od roku 1997 s 20 viac zamestnancami

Z tabuľky 1 vidíme v sledovanom období že, najväčší podiel pracovníkov bol v poľnohosp. družstvách ich podiel stále znižuje z celkového počtu pracovníkov na 31%. Na druhom mieste je počet pracovníkov v štátnych podnikoch ich podie poklesol z 16,9% na 0,3%, na tretom mieste zastúpili obchodné spoločnosti, ich podiel zvýšil z 9,3 na 29,5%. Z uvedeného vidíme že, z hľadiska právnych foriem pokračovala tendencia znižovania zamestnanosti v poľnohosp. družstvách, v štátnych majetkoch, v príspevkových organizáciách v prospech zamestnancov obchodných spoločnostiam.

2. Vývoj kvalitatívne stránky pracovných síl v agrárnom sektore

Podľa pohlavia V sledovanom období 1997-2003 pokles zamestnancov bol sprevádzaný výmerou podielu robotníkov na celkovom počte zamestnancov, ktorý sa znížil z 80,8% na 78,6%. Najväčší podiel robotníkov podľa právnych foriem sú v poľnohospodárskych družstvách ich podiel znížil z 81,9% na 79,9%. Na druhom mieste bol štátne podniky ich podiel znížil z 80,4 na 55,2% ďalej v s.r.o ich podiel znížil tiež z 79,1 na 77,1% a podielu žien poklesol z 42,2% na 38,4%.

V procese transformácie výrazne poklesol podiel žien, od roku 1997 zostupný trend podielu žien naďalej prudko znížil z 34,1% na 32,2 %, avšak celkový počet žien pracujúcich v poľnohospodárstve naďalej prudko klesal viac ako polovicu 44,8 %.

Podiel žien robotníčok z celkového počtu žien má diferencovaný pokles v rôznych právnych foriem podniku a sledovaných rokoch najväčší podiel bol v roku 1997 72,2 % tento podiel znížil na 67% teda 5,2 body ak poznáme, že úbytok počet žien robotníčok dosiahol v absolútnom vyjadrenie

19141. najväčšie podiel žien robotníčok v sledovanom období pracujú v poľnohospodárskych družstvách.

2.1 Vývoj vekovej štruktúry pracovníkov

Priemerný vek pracovníkov v poľnohospodárstve sa všeobecne znížil a nebolo to však zásluhou výraznejšieho nástupu mladej generácie, ale bolo to spôsobené skôr odchodom najvyšších vekových kategórií a koncom roka 1994 dosiahol úroveň z obdobia sedemdesiatych rokov. Priemerný vek pracovníkov v poľnohospodárskej prvovýrobe bol v tomto období na úrovni 44,2 roka, z toho žien 45,0 rokov. Permanentný pokles priemerného veku ku ktorému dochádza v sedemdesiatych a osemdesiatych rokoch sa v deväťdesiatych rokoch zastavil a poľnohospodárska populácia začína starnúť.

Tabuľka 2: Vývoj vekovej kategórií zamestnancov v poľnohospodárstve za roky 2001-2003

Veková kategória	Podiel na celkovej zamestnanosti v %			Zmena v tis osôb v %	
	2001	2002	2003	03-01	03-02
15 - 19	0,8	0,8	0,2	-0,6	-0,7
20 - 24	3,7	5,0	4,6	+0,9	-0,9
25 - 29	7,9	7,0	7,0	-0,9	-0,6
30 - 34	11,8	12,9	10,2	-1,6	-4,0
35 - 39	13,2	13,5	14,9	+1,7	+0,1
40 - 44	13,9	14,6	17,4	+3,5	+1,4
45 - 49	19,7	18,9	19,2	-0,5	-1,5
50 - 54	19,4	18,4	15,8	-3,6	-4,4
55 - 59	7,8	7,9	9,5	+1,7	+0,9
60 - 64	0,8	0,7	0,6	-0,2	-0,2
65 a viac	0,7	0,3	0,6	-0,1	+0,3

Prameň: Výberové zisťovanie pracovných síl, 2001až 2003, ŠÚ SR a vlastný prepočet

V roku 2003 oproti roku 2001 bol zvýšen počet pracovníkov v nižších vekových kategóriách, najmä v kategórii 40-44 rokov a 35-39 a mierny poklesol v kategóriách nad 50 rokov a to zvýšilo od 19,4 % na 15,8 %. V roku 2003 najpočetnejšou kategóriou boli skupiny 40-49 ročných (19,2 %) najpočetnejšou kategóriou boli skupiny z celkového počtu pracovníkov

2.2 Vzdelanostná štruktúra pracovníkov v poľnohospodárstve

V procese transformácie v oblasti reprodukcie nastali aj veľké kvalitatívne zmeny. V rámci rezortu pôdohospodárstva tieto zmeny sa najviac prejavili v podnikateľských subjektoch poľnohospodárskej výroby.

V súčasnosti máme i také podnikateľské subjekty, na ktorých nepracuje už ani jeden inžinier. V rámci kvalitatívnej reprodukcie pracovných síl v poľnohospodárstve najpočetnejšiu skupinu tvoria pracovníci vyučení v určitom poľnohospodárskom odbore. Na druhom mieste v početnosti sú pracovníci so základným vzdelaním. Potom nasledujú pracovníci so stredoškolským a vysokoškolským vzdelaním.

Tabuľka 3: Vzdelanostná štruktúra zamestnancov v poľnohospodárstve v rokoch 1994-2003 v %

Stupeň vzdelania	Rok						Zmena počet osôb v %		
	1994			2003			2003-1994		
	S	M	Ž	S	M	Ž	S	M	Ž
Základné a bez vzdelania	24,2	29,2	38,6	14,8	11,4	22,6	-9,4	-17,8	-16
Vyučení	55,9	47,3	31,2	54,5*	62,8	34,8	-1,4	+15,5	+3,6
Úplné stredné s maturitou	14,2	18,4	26,3	23,7	18,2	36,8	+9,5	-0,2	+10,5
Vyššie odborné	5,0	4,4	3,2	0,5	0,1	0,7	-4,4	-4,3	-4,3
Vysokoškolské	0,5	0,6	0,7	6,7	7,4	5,1	+1,7	+4,1	1,9
Spolu	100,0						-		

Prameň: ŠÚ SR a vlastný výpočet

Vysvetlivky: s - spolu, m - muži, ž - ženy, * - vyučení a stredné bez maturity

Najväčší úbytok kvalifikovaných pracovníkov, najmä s vysokoškolským a čiastočne aj so stredoškolským vzdelaním nastal bezprostredne po roku 1996, keď z poľnohospodárskych družstiev a štátnych majetkov odišli pracovníci, ktorí odpracovali v prvovýrobe 20 a viac rokov.

Zmeny v štruktúre vzdelania pracujúcich v sledovanom období sa podľa výberového zisťovania pracovných síl prejavili najmä poklesom podiel vyučených pracujúcich z 55,9 % na 54,5. Podiel pracovníkov so základným vzdelaním a bez vzdelania výraznejší poklesol z 24,7 % na 14,8 %.

V budúcej konkurenčnej súťaži najmä s vyspelými členskými krajinami EÚ v oblasti ľudských zdrojov budú z hľadiska potrieb rozvoja podnikov dôležité dve kategórie pracovníkov a to: Kvalifikačne zdatný a podnikateľsky orientovaný manažment a kvalifikovaní robotníci s odpovedajúcou praxou.

ZÁVERY A ODPORÚČANIA

Zlepšenie súčasného stavu v oblasti ľudských zdrojov si vyžaduje komplexný prístup. Na základe získaných poznatkov navrhujem tieto opatrenia pre zlepšenie existujúceho stavu:

- Prijímať zákony ktoré budú pôsobiť motivačne pri vytváraní nových pracovných miest,
- Opatrenia vlády na podporu aktívnej politiky zamestnanosti preniesť z polohy teoretickej do polohy reálnej,
- Zákon o sociálnej podpore a podpore v nezamestnanosti pozmeniť v tom, aby podpora bola viazaná na presne stanovený počet odpracovaných hodín v rámci verejnoprospešných prác alebo vo vybraných výrobných podnikoch,
- Zjednodušiť postup pri získavaní podporných zdrojov z NÚP a z MH pri podpore podnikania a vytvoriť pracovné miesto,
- Zvýšiť účinnosť agrárneho manažmentu, pozornosť sústrediť na revitalizáciu a kvalitatívnu reprodukciu podnikových manažmentov.
- a uplatniť efektívne formy osobnej zainteresovanosti manažérov a pracovníkov na hospodárskych výsledkoch na báze zmlúv, podielov a ekonomický nájom majetku.

SÚHRN

Príspevok analyzuje vývoj zamestnanosť v poľnohospodárstve ako neoddeliteľnou časťou privatizačných a transformačných procesov z kvalitatívnej a kvantitatívnej stránkach, pretože transformácia a privatizácia agropodnikateľských subjektov preniesla so sebou celý rad kvantitatívnych zmien v personálnom zabezpečení poľnohospodárskej výroby, čo sa následne prejavilo v znížení počet pracovníkov.

LITERATÚRA

1. Búchta, R. 2004. Marginalizované skupiny poľnohospodárskej v kontexte so čiastočnými zmenami v poľnohospodárstve. VEÚPP. Bratislava s 4-8
2. Gozora, V. 2003. Riešenie ekonomickej rovnováhy v špecifickom prostredí PPOP. IN: Zborník vedeckých prác z medzinárodnej vedeckej konferencie "K aktuálnym otázkam v PPOK v období príprav pre vstup SR do EÚ" Račková dolina 2003, s 11-61. ISBN 80-8069-184-3
3. Gozora, V. 2003, Pripravenosť agrárneho manažmentu na vstup do európskych agrárnych štruktúr. In: Zborník č 31. Slovenská akadémia a pôdohospodárskych vied s, 5-10.
4. Zelená správa o poľnohospodárstve a potravinárstve v SR rok 2004 vydavateľstvo CROCUS nové zámky ISBN 80-88992-67-1.
5. Žaja, J. 2003 kvalitatívna reprodukcia agrárneho manažmentu. In: Zborník vedeckých príspevkov z riešenia vecných problémov hlavných úloh inštitucionálneho výskumu v rokoch 200-2003 FEM SPU s 131-137

KONTAKT

E-mail: albassam3@hotmail.com

Portal advisory services in the e-government

Ing. Mgr. Jana Andrýsková - Faculty of business and economics MUAf in Brno

ABSTRACT

One of the most important advisory projects of the Czech e-Government is the creation and implementation of the Public Administration Portal of the Czech Republic. Special advisory web services have major function in the Czech e-Government strategy, which is implemented under the e-Europe initiative in the Czech Republic. The creation and construction of an advisory web service portal belongs to the process of implementation of the Czech e-Government strategy with using of contemporary web information technologies. There is presented the advisory web service portal that provides a non-stop advisory service in the paper.

KEYWORDS: e-Government strategy, e-Europe initiative, e-Administration, advisory service, information system, portal solution, advisory service portal

1. INTRODUCTION

The e-Government strategy is realized under the Ministry of Informatics (MI) competency in the Czech Republic. Many projects were started to follow e-Europe initiative, which has brought a new view on information systems in public administration. The first important project of the e-Government initiative of the Czech Republic was creation of the *Public Administration Portal* as the implementation of e-Europe principles in the Czech information and communication environment. Information and communication technology development, modernization of public services and usage of novel technologies are the main tasks of public administration subjects in the Czech Republic.

I will describe the e-Government strategy building in the Czech Republic, mention the creation of the Public Administration Portal of the Czech Republic and introduce advisory web service portal project that is solved for the European Union.

2. THE E-GOVERNMENT OF THE CZECH REPUBLIC

Development of computer literacy is considered to be of key importance to the development of economy and the society as a whole. The objective of the Czech government is to provide the basic computer literacy skills to at least half of our population in the course of four years.

Apart from a systematic support of information literacy the basic tool in this respect is also the National Program of Computer Literacy (NPCL). The computer literacy is the base for the e-Government implementation in the Czech Republic.

2.1 The e-Government strategy

The e-Government strategy of the Czech Republic is realized intra-initiative e-Europe that was announced through the Action Plan of European Union, which was received on E-15 appointment in March 2000 (Andrýsková, 2004).

According to the Europa Portal, the e-Europe Action Plan set the following targets:

- **Internet public services** – member states should have ensured that basic public services are interactive, where relevant, and accessible for all. The European Commission and Member States must agree on a list of public services for which interactivity and interoperability are desirable. Relevant issues include exploiting the potential of broadband networks and multi-platform access, and addressing access for people with special needs;
- **Public procurement** – The European Parliament and Council should adopt as quickly as possible the legislative package on procurement;

- **Broadband connections** – member states should aim to have broadband connections for all public administrations by 2005. Authorities should not discriminate between technologies when purchasing connections;
- **Interoperability** – the Commission presented the importance of interoperability for e-Government services and intends to propose a European interoperability framework for pan-European e-Government services before the end of 2003;
- **Public Internet Access Points (PIAP's)** – all citizens should have easy access to PIAP's, preferably with broadband connections, in their communes or municipalities, member states should use structural funds and work in collaboration with the private and voluntary sector, where necessary;
- **Secure communications between public services** – by end 2003, the Commission and member states will examine the possibilities to establish a secure communications environment for the exchange of classified government information.

The MI is a national coordinator of the development of public administration information systems and the development of e-Government. It supports development of electronic public administration, allowing mutual coordination of public administration bodies, facilitating the contact of citizens and businesses with the state authorities while making public administration more transparent and efficient through the use of current ICT (Andrýsková, 2003). A necessary precondition for the development of modern services of e-Government is the interconnection of information systems of the public administration entities through a single communications infrastructure based on the principle of efficient, reliable and secure manner of communication. The MI presses for making most of the public administration agenda accessible on-line and intends to motivate citizens to use them to the greatest extent.

The main information source of the whole system of services within e-Government is the Public Administration Portal (the Portal) see (Public Administration Portal). Its pilot version was launched in October 2003. The full version of the Portal is running from this year. The Portal was developed as the electronic gateway for the public to administration and government services in the Czech Republic. Its aim is to help citizens in finding information and communicating with public administrative authorities. The MI administers the Portal in accordance with the Czech law No. 365/2000, on information systems in public administration. The Portal is being created gradually, in several interlinked phases and takes advantage of a number of projects in public administration and local government (Andrýsková, 2003). The MI has created the Portal on proven methods from foreign systems. The kernel of the Portal is based on Australian, British, New Zealand and U.S.A. methodology, principles and used current ICT for portals.

Technological and content parts are developed in cooperation with experienced companies such as IBM, Microsoft, Siemens Business Services, Telecom and the Czech General Post Office and others.

Submissions are the most important section of the Portal. It is the part of electronic transaction that will put to use electronic signature from The First Certificate Authority. This work is also specialized on information and data resources. The electronic submission is one of the products provided by public administration authorities. The purpose is to assure effective on-line services. The electronic submission application is based on XML principles and through its services (Andrýsková 2003, 2004):

- Allow users to log in by the ID user combination and by the keyword to accede to arbitrary web server or electronic services of public administration authorities.
- Allow association of another identification data.
- People, organizations and commercial firms can utilize on-line services directly without personal present in office.
- Give aids for security electronic submission forms and transactions.
- Give mechanism for duplex security communication among users and public administration authorities.
- Allow security document files passing and data sharing.

- Support open standards for mutual cooperation based on XML language.

These applications should be independent based on IETF, W3C and WS-I standards. XML format is used as a standard date format for all electronic messages sending through the electronic submission.

3. THE WEB PORTAL SOLUTIONS

Generally, web portals play major function among modern information systems. General meaning of this term is not very distinct. We can see the point of the term as an Internet entrances to the electronic world of information. The technical conception of the term represents complex solution, which concatenates information and data presentations from different sources, user aspects, service specifications for each user, integration between applications and processes. Portals are usually tools for team cooperation with on-line communication and with other important functions (Andrýsková, 2004a).

The portal creation is a complex process that cannot be represented as a single business process. There are many analytical, organizational and realization tasks, which are individual, administrated and coordinated by the project team of the portal. Present data source exploitation and current ICT are general suppositions of successful realization. The main portal objective is the creation of extensive solution, complex service units and the creation of multi-level technological system that will integrate information, data, processes and applications. Uniform communication channel for all participants, integral and friendly user environment is also very relevant.

Web portal solutions can be also defined as a multi-level technological system, which integrates information, data, processes and applications, creates integral environment that offers uniform communication channel. The system interaction means the process of integral web portal creation with interconnection of hardware and software components, processes and portal environment (Andrýsková, 2004). Portal technologies give integrated view of distributed data, way of regulations, administration, process automation in system, external services using and event monitoring. Technological integration involves information, data, hardware, and software and user environment integration. Data integration signifies data base interface of different applications. User environment integration represents unique work principles of all applications, design, functionality and implementation. The application layer represents software modules, user communication through the standard web browser. Hardware and technological integration bear on interconnection hardware components from different producers to one computer network.

Most web portals are created in three-level architecture. It includes the *presentation layer*, which communicates with users, the *function (application) layer*, which ensures functionality and application concordance, administration of database servers, user identification, system security, network and external sources interconnection. The last layer is the *data layer*, which represents database of web portal and includes information sources. Portal technologies have largely a character of great systems, which have greater capacity and speed, higher level of data security, ability to work with many users and communication through inquiry language. Database machine is the kernel of these systems that communicates with data files on the one hand and outer world on the other hand. Web portals provide services on long-distance machines so web portals are usually called database servers. The user of database machine is working in the client role, which can be realized by all means.

4. THE ADVISORY SERVICE PORTAL

Public administration web portals are usually represented by the special type of portal with web advisory services. E-Government web services are customer-oriented processes for which there is constructed the Advisory Service Portal (ASP). This system is using of contemporary web ICT. It has got the main task to provide a non-stop advisory service in accordance with a service content orientation on public administration. These systems have got a lot of common and different specific properties. They are based on identical characteristics. Network infrastructure and web platform define objective content of ASP, data distribution, communication between system and user by means of

services and same applet of system, technical, data and software architecture. Specific consultancy is paid sometimes and special payment model is installed for them. Database involves system and user documents with descriptive metadata (Andrýsková&Mišovič, 2004).

Functional demands of the ASP are realized by means of system functions which are oriented especially on advisory activities, expert advices and instructions, creation of documents and analyses, customer care and education and provision of secure and continuous communication channel. Cooperation with other institution from public administration and private sector is also very important, because they can ensure major bases and analyses.

5. CONCLUSION

The e-Government implementation in the Czech Republic was presented together with the introduction of the Public Administration Portal of the Czech Republic. Problems of realization of the ASP were discussed. The main task of the Advisory Service Portal creation is exploitation rate of modern portal technologies, selection of available platform, implementation tools and customer-oriented advisory principles. Customer requirements have to be also analyzed properly. Existing resource utilization is realization condition of ASP as well as information and service access.

ACKNOWLEDGEMENT: The paper has arised from solution of the research proposal VZ MSM 6215648904/03/04/02.

REFERENCES

1. Andrýsková, J., 2003. Public Administration Portal. (in Czech), Diploma Thesis. Masaryk University in Brno, Czech Republic.
2. Andrýsková, J., 2004. Information and Communication Technologies Using of e-Government Support. (in Czech), Diploma Thesis. Mendel University of Agriculture and Forestry in Brno, Czech Republic.
3. Andrýsková, J., 2004a. Portal Solutions of Web Systems. (in Czech), PhD Thesis. Mendel University of Agriculture and Forestry in Brno, Czech Republic.
4. Andrýsková, J., Mišovič, M., 2004. Web-based Advisory Service Systems. Proceeding of 13th International Conference Agrární Perspektivy. Praha, Czech Republic: ČZU, p. 661-665. ISBN 80-213-1190-8
5. The Europa Portal. Retrieved 3 April 2005 from <http://europa.eu.int>
6. The Public Administration Portal. Retrieved 3 April 2005 from <http://www.portal.gov.cz>

CONTACT

Zemědělská 1, 613 00 Brno, Czech Republic

E-mail: xandrysk@node.mendelu.cz

The concept of humanitarian intervention in the 19th century and its historical background

Ing. Zuzana Babušíková - Faculty of international relations UE in Bratislava

The concept of humanitarian intervention is nothing new – it has long been part of the inventory of European power politics. Early legal philosophers like Hugo Grotius (*De jure belli ac pacis*, 1625), Erner de Vattel (*Le droit des gens*, 1758), and Samuel Pufendorf (*De jure naturae et gentium*, 1694) already upheld – more or less vaguely – the natural right of each people to resort to arms against the tyranny of a neighboring state. However, a specific doctrine of humanitarian intervention was developed only in connection with Europe's Oriental policies during the 19th century. During this time, an elaborate doctrine of humanitarian intervention evolved which was applied to provide a kind of moral justification for the repeated interventions of European power on the territory of the Ottoman Empire. This moral justification, in turn, was supposed to give those actions a semblance of legal validity – armed interventions such as the French expedition in Syria (1860) demanded justification not merely in general moral, but in specific legal terms as well. Hence, the concept of “legitimate intervention“ was created.

One of the basic criteria justifying intervention, according to the definition of this concept, was that a government – though acting within the limits of its “sovereign rights“ – violate the *droits d'humanité* (rights of humanity), whether by measures contrary to the interests of other states, or by “excesses of injustice and cruelty“ that deeply injure European-Christian morals and civilization.¹ This criterion was formulated in relation to the European powers' action during the events in Bosnia-Herzegovina and Bulgaria (1875-1877). Indeed, the “right of intervention“ was claimed by the European powers for a series of interventions on Turkish-controlled territory, whether in Greece (1826), Syria (1860), Crete (1866, 1894), Armenia (1896), or Macedonia (1905). A “law of solidarity“ was postulated that was based on the notion that states are not isolated entities, free to act in whatever manner within the confines of their sovereignty, but members of a higher „community of nations“, as explained at the time by Léon Bourgeois.² The persistent interference of the European powers in the internal affairs of the Ottoman Empire found a kind of ideological expression, or legitimization – that of those powers' self-declared concern -, in the Treaty of Berlin of 13 July 1878. In this agreement concluded between the major European powers and Turkey, the former authoritatively obliged the Sublime Porte to apply specific legislative and administrative measures in areas within its own jurisdiction.³ In fact, they established a regime of permanent control over the internal administration of the Ottoman Empire in order to guarantee, as they claimed, a minimum standard of rights, in particular “religious freedom“, to the citizens under Turkish rule.⁴ With this treaty, intervention *d'humanité* became a basic element of “public law“ regulating Europe's relations with Turkey.

The doctrine of humanitarian intervention remained an integral part of European powers' conduct of foreign policy from this time until the First World War. In a diplomatic note addressed to the Sultan of Morocco, the European powers, signatories of the General Act of Algeciras (1906), demanded of the Sultan in September 1909 to stop the alleged practice of “cruel punishment“ and “to respect the

¹ *Revue de droit international et de législation comparée*, vol. 8, 1876 in: Köchler H.: *Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics*, International Progress Organization, Vienna, 2001.

² Bourgeois L.: *Pour la société des nations*, E. Fasquelle, Paris, 1910 in: Köchler H.: *Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics*, International Progress Organization, Vienna, 2001.

³ Treaty between Great Britain, Austria-Hungary, France, Germany, Italy, Russia and Turkey. Berlin, July 13, 1878.

⁴ Rougier A.: *La théorie de l'intervention d'humanité* in: *Revue générale de Droit International Public*, vol. 17. 1910 in: Köchler H.: *Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics*, International Progress Organization, Vienna, 2001

humanitarian law.⁵ In this comprehensive analysis of the doctrine and practice of humanitarian intervention during the 19th century, Antoine Ruouquier has aptly described the theory as a doctrine “of having the right to have international control over another country and over its acts of sovereignty by another state that guarantees the respect of humanitarian law.”⁶ This theory implies, as stated by Rouquier, that whenever the “human rights“ of the population of a given state are violated by its very government, another state or group of states has the right to intervene in the name of the so-called “international community“, thus temporarily substituting their own sovereignty for that of the state against which the intervention is directed.

This early doctrine of “limited sovereignty“ claimed to be inspired by purely humanitarian motives, while in reality the European powers of the time had their own “imperial“ agenda vis-à-vis the Ottoman Empire. Far from qualifying as disinterested *actio popularis*, humanitarian intervention in its actual practice in the 19th was dictated by the geopolitical interests of the then European powers. Those powers, in the course of their own colonial rule, violated each and every humanitarian principle they proclaimed to uphold and resolved to enforce vis-à-vis the Sublime Porte. While respect for the rights of the Christian minorities was emphasized for the territories under Turkish rule, and the acts of sovereignty of the Turkish Sultan were effectively put under foreign control in the name of “humanity“, the European colonial powers accepted no such standards of humanity in their treatment of the populations they considered as “barbarian“ at the time. This early “policy of double standards“ was veiled in the metaphysical and moral teachings of Christianity. The Eurocentrism of the 19th century implied an assumption of superiority over all other religious basis, and cultures. The common principles of humanity were defined on a dogmatic religious basis, with the *droit commun de l’humanité*, the “common right of humanity,“ being described along the parameters of the Christian religion. Thus, the powers of Europe acted as a kind of self-appointed “*ministère public au nom de l’humanité*.“ The self-declared guardians of humanity failed, however, to define the normative principles on which their right to intervene was based. They also failed to demonstrate that their interventions – which they justified with the help of the concept of “*intervention d’humanité*“ – were purely, or at least primarily, motivated by their concern for the human rights of the population in the country targeted by an intervention, and not dictated by specific geopolitical interests.

The self-declared humanitarian mission of the European powers of the 19th century and their arrogance vis-à-vis non-Christian nations – often referred to as “barbarian”, resembling the attitude of the Crusades of the Middle Ages – may be better understood when placed in the specific historical context. The treaty concluded in 1815 that became known as the Holy Alliance is at the roots of the European ideology of supremacy in the religious, moral and cultural fields that characterized the European concert up to the First World War. In their treaty concluded in Paris, 14-26 September 1815, the Emperor of Austria, the King of Prussia and the Emperor of Russia solemnly declared their “fixed resolution, both in the administration of their respective States and in their political relations with every other Government, to take for their sole guide the precepts of that Holy Religion, namely the precepts of Justice, Christian Charity, and Peace, which, far from being applicable only to private concerns, must have an immediate influence on the councils of princes, and guide all their steps, as being the only means of consolidating human institutions and remedying their imperfection.”⁷ In Art. I of the treaty, the signatories proclaimed a spirit of fraternity based on the words of the Holy Scriptures, and professed, in Art. II, “to consider themselves all as members of one and the same Christian nation.” They declared, in Art. III, the universal mission they reserved for their alliance by acknowledging “how important it is for the happiness of nations, too long agitated, that these truths

⁵ Rouquier A.: *Maroc – La question de l’abolition des supplices et l’intervention européenne* in: *Revue générale de Droit Public*, vol. 17. 1970. in: Köchler H.: *Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics*, International Progress Organization, Vienna, 2001.

⁶ Robinson J. H., Beard, Ch.: *Reading in Modern European History* in: Köchler H.: *Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics*, International Progress Organization, Vienna, 2001.

⁷ Spahn, M.: *The Catholic Encyclopedia*, vol. VII., 1999, <http://www.newadvent.org/cathen/07398a.htm>

should henceforth exercise over the destinies of mankind all the influence which belongs to them...” The Alliance – which was later joined by the King of France and the Prince Regent of England – openly equated the “destinies for mankind” with those of the Christian nations.

The religious fervor and dogmatism behind this proclamation shaped the European powers’ self-righteous policies and in particular their imperialist strategies vis-à-vis the non-Christian world. It is no wonder that powers which solemnly proclaimed “to protect Religion, Peace, and Justice” resorted to the use of force against third parties when those supreme values were being threatened according to their own interpretation, and that they ignored the sovereignty of other states in the name of higher moral values – later to be referred to as principles of “humanity” -, as defined by them. The Holy Alliance, as the embodiment of Eurocentrism in its most extreme form, necessarily produced the spirit of self-righteousness and moral arrogance that characterized the European powers’ dealings with the rival Ottoman Empire. In ideological terms, it paved the ground for the later doctrine which replaced Christianity with humanity and which claimed to legitimize mere acts of power politics as actions to preserve the very principles of humanity.

The doctrine of humanitarian intervention was the natural outflow of the European powers’ tendency to camouflage imperialist interests by lofty religious “precepts” as documented in the Act of Holy Alliance. This strategy is obvious in Prince Metternich’s defensive statement, according to which the “Holy Alliance was not an institution for the suppression of the rights or nations.” In Metternich’s words, the Alliance “was solely an emanation of the pietistic feelings of the Emperor Alexander and the application of the principles for Christianity to politics.”⁸ However, it has been the iron law of power politics since the beginning of inter-state relations that the real motives of political action are concealed by an emphasis on values and principles which are generally acceptable. Economic or political interests are justified through the proclamation of values, irrespective of whether the state actors believe in these values or not. The lesson learned from 19th-century European imperialism should be sufficient to demonstrate the intricate link between ideological legitimation and the actual interests behind political action. A measure which, in “humanitarian” term, is qualified as intervention to protect the rights of Christian minorities etc., may in reality – i.e. in terms of power politics and of the real motives of the respective intervention – be intended to contain the power of a strategic competitor. This becomes all the more obvious when one takes into account that the respective intervening powers did nothing to enforce those very humanitarian principles within their borders or in the colonial territories under their rule.

It is no surprise that the doctrine of humanitarian intervention was criticized by the legal scholars of the time – not only because of its lack of precision in regard to the definition of specific “humanitarian” values, but also in view of its inconsistent practice according to the dictates of power politics. In his comprehensive legal evaluation of the concept of humanitarian intervention, Antoine Rougier rightly observed “qu’il est pratiquement impossible de séparer les mobiles humains d’intervention des mobiles politiques et d’assurer le désintéressement absolu des États intervenants.”⁹ For 19th –century legal theorists it was clear that the practice of humanitarian intervention was one of double standards and that the “respect of human rights” was only an accessory motive of intervention among others. Based on the application of the doctrine in the cases mentioned above, critical legal evaluation reached the conclusion that the respective intervening powers acted as judged in their own case. In the absence of any international division of powers, they themselves decided on the criteria of application of the doctrine – much like the veto powers in today’s Security Council. Those criteria were usually dictated by the prevailing constellation for interests, not by lofty humanitarian principles.

⁸ Rougier, A.: La théorie de l’intervention d’humanité, loc. cit., s. 525. in: Köchler H.: Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics, International Progress Organization, Vienna, 2001.

⁹ Köchler H.: Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics, International Progress Organization, Vienna, 2001.

Because of the no-existing division of powers between the authority executing an intervention and the authority formulating the criteria of applicability on a case-by-case basis, action was taken by a state only where its own interests were at stake.

The “humanitarian practice” vis-à-vis the Turkish Empire made it particularly clear to the international observer that intervention in the name of humanity implied the imposition of a specific – but not necessarily universal – concept of humanity, namely that of the intervening power, upon the country against which the action was directed and which may have been governed by a different value system and a different perception of that which is “human.” The unavoidably Eurocentric orientation and the direct link to the hegemonial interests of the European powers of the 19th century made the concept of humanitarian intervention suspicious in the eyes of legal theorists from the very beginning. The use of the concept was challenged by those who identified it as a tool of power politics. In the period of joint European action against non-European rulers before the First World War, the concert of European powers claimed vis-à-vis their supposed adversaries or competitors a right to intervene “in the name of humanity.” It is obvious that this Eurocentric strategy corresponded to a situation for fundamental inequality in terms of power and control of resources between Europe and the rest of the world, in particular the countries and nations under colonial rule. If one takes into consideration the unequal constellation of power under which humanitarian intervention was practiced, and if one further considers its inconsistent application in a 19th century “policy of double standards,” it is no exaggeration to state that the doctrine of humanitarian intervention is part of the ideological legacy of European imperialism. This evaluation corresponds to the contemporary critique of the concept in terms of legal philosophy, as firefly referred to above.

BIBLIOGRAPHY

1. Köchler, H.: Humanitarian Intervention in the Context of Modern Power Politics, International Progress Organization, Vienna, 2001.
2. Spahn, M.: The Catholic Encyclopedia, vol. VII., 1999.
<http://www.newadvent.org/cathen/07398a.htm>
3. Hehir, J.B.: Military Intervention and national Sovereignty: Recasting the Relationship. In: Moore, J.: Hard Choices. Dilemmas in Humanitarian Intervention, Rowman and Littlefield Publishers, Boston, 1998.

Teórie optimálnej menovej oblasti a ich využitie

Ing. Soňa Balcárková - Prevádzkově-ekonomická fakulta, MZLU v Brně

ABSTRACT

The Optimum Currency Area Theories and their implication

The article is focused on the brief description of the optimum currency area theories (OCA theories) (as the possible way to evaluate the appropriateness for the entrance into the European Monetary Union). The main aim is to characterize the R. A. Mundell's optimum currency area theory: its old Neokeynesian version (1961) and the new version (1973) and 17 pros and cons of the creation of the monetary union. The Neokeynesian version deals with fixed versus flexible exchange rate controversy and the new model is aimed at solving asymmetric shocks on the capital markets. The Mundell's theory has been developed by other economy theoreticians and it has led to the definition of the main properties of the optimum currency area. The OCA properties include: the mobility of labour and other factors of production, price and wage flexibility, economic openness, and diversification in production and consumption, similarity in inflation rates, fiscal integration. Sharing these properties reduces the usefulness of nominal exchange rate adjustments within the currency area. These properties should be judged in the context of the current economic situation of the concrete country. Also most OCA properties had no clear empirical content yet. The closing remarks sketch some shortcomings of using the OCA theories in the Slovak republic.

KEY WORDS: Optimum currency area, fixed versus flexible exchange rate controversy, EMU, factor mobility

JEL Classifications: E42, F15, F33, F41

ÚVOD

Teoretickými východiskami analýzy problematiky vstupu do Európskej menovej únie sú teórie optimálnej menovej oblasti (OCA – Optimal Currency Area), aj keď majú medzi ekonómami aj veľa kritikov.

Literatúru o teóriách OCA je možné rozdeliť do 2 základných prúdov:

Prvý prúd, ktorý vzniká najmä v 60. rokoch 20. storočia, sa snaží nájsť základné ekonomické charakteristiky, ktoré má krajina (prípadne oblasť) mať, aby bolo možné určiť hranice optimálnej menovej oblasti (priestoru, v ktorom je používanie jednotnej meny optimálne). Tento prúd je čisto makroekonomický a podrobne analyzuje absorpcie šokov. Patria sem počiatočné práce R.A. Mundella, práce Friedmana, Kenena, McKinnona.

Druhý prúd, ktorý sa rozvíja od 70. rokov 20. storočia, vychádza z predpokladu, že všetky charakteristiky optimálnej menovej oblasti nespĺňa ani jedna krajina. Zameriava sa na analýzu prínosov a nákladov, ktoré vznikajú pri vytvorení menovej únie a venuje pozornosť aj mikroekonomickým aspektom a neefektívnosti nominálnych menových kurzov v absorpcii šokov. Neskôr sa teória OCA snaží zahrnúť vo svojich predpokladoch aj výhrady predstaviteľov teórie racionálnych očakávaní, a tak berie do úvahy aj anticipáciu a reakciu na hospodársku politiku. Medzi autorov, ktorí sa venovali tejto problematike, patria: Ingram, Frankel, Rose, De Grauwe, Krugman, Bayoumi-Eichengreen, Schelke.

Táto práca sa sústreďuje na charakteristiku najvýznamnejšieho predstaviteľa teórií OCA R.A. Mundella.

R.A. MUNDELL

Práce R.A. Mundella sú citované odporcami aj zástancami menovej únie. Je to spôsobené existenciou 2 Mundellových modelov – neokeynesovského a moderného, ako aj existenciou Mundellových 17 „pre“ a 17 „proti“ vytvoreniu menovej únie.¹⁰

Neokeynesovský Mundellov model z roku 1961

Vychádza z keynesiánskych predpokladov, že monetárna a fiškálna politika sú účinným nástrojom pri riešení ekonomickej nerovnováhy v dôsledku asymetrických šokov. Očakávanie ekonomických subjektov považuje za statické, a preto ich neberie do úvahy.

V tomto modeli sa autor sústreďuje hlavne na fungovanie devízových trhov a trhov výrobných faktorov. Mundell definuje optimálnu menovú oblasť ako priestor s vnútornou mobilitou faktorov (vrátane medziregionálnej a medziodvetvovej mobility) a vonkajšou nemobilitou faktorov, medzi jej členmi je zavedený fixný menový kurz a voči tretím krajinám sa používajú plávajúce menové kurzy. V ďalšej časti vysvetlíme, prečo Mundell definoval optimálnu menovú oblasť týmto spôsobom. Najprv sa zameriame na analýzu režimov fixného a plávajúceho menového kurzu a analýzu procesu absorpcie asymetrických šokov.

V prípade režimu fixného menového kurzu platí:

Mundell v analýze rozlišuje menové oblasti zložené z rôznych regiónov. V menovej oblasti zloženej z rôznych krajín, pričom každá z nich má vlastnú národnú menu a existuje medzi nimi fixný kurz, je miera nezamestnanosti v krajine s vonkajším deficitom daná ochotou krajiny majúcej vonkajší prebytok pripustiť infláciu. V menovej oblasti zloženej z niekoľkých regiónov s jednotnou menou musí vláda buď rozšíriť ponuku peňazí a vyhnúť sa tak nezamestnanosti v postihnutých regiónoch za cenu zvýšenia miery inflácie v prosperujúcich regiónoch, alebo znížiť ponuku peňazí s cieľom udržania inflácie v prosperujúcich regiónoch za cenu zvýšenia nezamestnanosti v postihnutých oblastiach. Ani v jednom prípade však nie je možné súčasne zabrániť inflácii aj nezamestnanosti. Predpokladá sa teda klesajúca a stabilná Philipsova krivka v dlhom období, teda vzťah substitúcie (trade-off) medzi infláciou a nezamestnanosťou.

V prípade režimu plávajúceho menového kurzu platí:

Argumentom pre zavedenie plávajúcich menových kurzov je, že by sa prispôbenie pri vzniku asymetrického šoku malo uskutočniť prostredníctvom zmeny menového kurzu. Mundell tvrdí, že tento argument je nedostatočný, pretože dôjde k odstráneniu nerovnováhy medzi krajinami a nie medzi regiónmi. Plávajúci kurz môže priviesť ekonomiku späť k rovnováhe v prípade, ak menový priestor, v ktorom sú používané národné meny, sa geograficky rovná optimálnemu menovému priestoru.

Prispôbenie sa asymetrickému šoku je podľa Mundella tiež možné prostredníctvom mobility výrobných faktorov, najmä práce. Ricardiánska teória medzinárodného obchodu predpokladala, že sú výrobné faktory v rámci štátu mobilné a medzinárodne imobilné. Predstavitelia modernejších teórií zahraničného obchodu tvrdia, že aj medzinárodná mobilita faktorov môže ovplyvniť medzinárodný obchod (napr. Williams, Ohlin, Heckscher...). Mundell rovnako predpokladá medzinárodnú mobilitu výrobných faktorov, pričom sa mobilita výrobných faktorov môže meniť v rôznych politických a ekonomických podmienkach. V prípade nízkej mobility výrobných faktorov v rámci regiónov je pre vládu sledujúcu cieľ vnútornej stability najlepší čo najväčší počet samostatných menových oblastí s vzájomne plávajúcimi kurzami. Regióny s vlastnou menou by mali byť presne definované, aby bolo možné prostredníctvom prispôbovacích procesov odstrániť prejavy nezamestnanosti v dôsledku obmedzenej mobility pracovnej sily. V prípade vysokej mobility výrobných faktorov je možné jej využitie ako vyrovnávajúceho mechanizmu namiesto zmien menového kurzu. To znamená, že by dochádzalo k takému presunu pracovných síl, ktorý by zabezpečil medzi regiónmi vyrovnávanie zamestnanosti a cenových hladín.

¹⁰ HORVÁTH, R.; KOMÁREK, L.: Teorie optimálních měnových zón – rámec k diskuzím o monetární integraci, Finance a úvěr, 52, 2002, č.7-8, s. 388

Vhodnosť plávajúcich kurzov závisí teda od toho, do akej miery sa územia jednotlivých krajín a regiónov prekrývajú. Ideálom pre uplatnenie plávajúcich menových kurzov je, ak je štát charakterizovaný vnútornou faktorovou mobilitou a vonkajšou faktorovou imobilitou. Ak sú faktory mobilné medzi štátmi a regiónmi, potom je vhodný režim fixných kurzov. Záverom tohto modelu je konštatovanie, že asymetrickému šoku je možné prispôbiť sa okrem zmeny menového kurzu aj prostredníctvom vysokej mzdovej flexibility, vysokej mobility výrobných faktorov a fiškálnej politiky využitím transferov a daní.

Práve náhrada mechanizmu zmeny menového kurzu mobilitou pracovných síl pri obnove rovnováhy je často kritizovanou časťou tohto Mundellovho modelu. Spochybňuje sa aj existencia vysokej mobility pracovnej sily v reálnej ekonomike. Prirodzenými bariérami presunu pracovnej sily sú jazykové, kultúrne rozdiely, pracovné zvyklosti, osobnostné predpoklady ako napr. problematické vnímanie odlúčenia od rodiny, priateľov... Problémom je aj dlhší čas potrebný na presun pracovných síl ako na zmenu menového kurzu, čo v prípade krátkodobého trvania asymetrického šoku a jeho potenciálnej zmeny na šok v opačnom smere môže prehĺbiť nerovnováhu (pracovná sila sa nemôže tak rýchlo presunúť späť, a preto ostane v regióne s vysokou nezamestnanosťou). Ekonomické subjekty majú nedokonalé informácie o trvaní asymetrického šoku, čo znižuje efektivitu ich rozhodovania. Problémom sú aj nepružné mzdy smerom nadol v dôsledku aktivity odborov. Pri presune pracovnej sily dochádza aj ku stratám kapitálu (napríklad investície do infraštruktúry, investície do nového zaškolenia pracovníkov...). Okrem toho je potrebné brať do úvahy aj časové oneskorenie v dôsledku rekvalifikácie pracovnej sily. V dlho období je však presun pracovnej sily pravdepodobnejší. Ďalšou výhradou je, že Mundell predpokladal len medziregionálny presun pracovných síl a nie medziodvetvovú mobilitu. Jedným z predpokladov modelu bolo, že krajina vyrába len 1 produkt. Ak by však vyrábala 2 produkty a došlo by k presunu dopytu z jedného výrobku na druhý výrobok, mohlo by dôjsť len k presunu pracovných síl v rámci odvetví, a tým by sa negatívny prejav asymetrického šoku zmiernil. Existencia dvoch výrobkov v jednej krajine by však narušila základné predpoklady Mundellovho modelu, preto by sa mohli výrazne zmeniť aj závery takéhoto nového modelu. Problematické je aj využívanie fiškálnej politiky na opätovné zabezpečenie rovnováhy v prípade asymetrického šoku. Fiškálna politika môže podliehať vplyvom politického cyklu a existujú výrazné časové oneskorenia pri jej implementácii (dlhé trvanie rozhodovacích procesov, neskoršia reakcia ekonomických subjektov na prijaté opatrenia...).

Celkovo bol Mundell na základe tohto modelu považovaný za odporcu spoločnej meny, a doporučoval radšej používať plávajúce menové kurzy, pretože takmer žiadna ekonomika nespĺňa požiadavku vnútornej mobility pracovných síl, a preto prispôbovanie asymetrickému šoku musí nastať prostredníctvom zmeny menového kurzu. Pre štáty je tak lepšie zachovať si svoju vlastnú nezávislú monetárnu politiku a flexibilitu menového kurzu, pretože prostredníctvom nich môže najefektívnejšie reagovať na asymetrické šoky. Okrem toho doporučoval radšej menovú oblasť menšiu a viac homogénnu ako väčšiu a viac heterogénnu. Predpokladom tohto modelu je efektívne fungovanie devízových trhov a schopnosť pružných menových kurzov uviesť ekonomiku späť do rovnováhy v reakcii na asymetrický šok.

Nový Mundellov model z roku 1973

V tomto modeli sa Mundell zameriava na neistotu súvisiacu s budúcim vývojom menového kurzu. Predpokladá sa tu efektívne fungovanie finančných trhov, a že toky kapitálov sú schopné v prípade asymetrických šokov vyrovnávať v čase spotrebu a zmiernovať tak výkyvy ekonomiky. V tomto modeli už Mundell tvrdí, že vytvorenie spoločnej meny môže v dôsledku diverzifikácie portfólia a spoločným devízovým rezervám zmierniť dopad asymetrických šokov. Po zániku Bretton-woodskeho menového systému Mundell doporučoval obmedziť prílišnú flexibilitu menových kurzov a zvýšiť integráciu kapitálových trhov. Tento návrh je podľa neho podporený aj sociálnymi požiadavkami. Aj minimálne sociálne otrasy vedú k hrozbe stávky, tým k rastu miezd bez rastu produktivity práce, čím rastie znehodnotenie meny a s tým súvisiace celospoločenské náklady. Preto

by sa mali európske meny prepojiť fixnými kurzami a tým by tieto náklady mohli byť rozložené medzi ostatné ekonomiky a znížené kapitálovými tokmi. Navrhol dokonca vytvorenie novej menovej jednotky numéraire, ku ktorej by mohli ostatné európske ekonomiky zafixovať svoje meny.

Čím väčší je objem peňazí, ktorý je krytý medzinárodne akceptovanou menou, tým väčšie rezervy má hospodársko-politická autorita k dispozícii v prípade rôznych nepredvídateľných udalostí. Keď štáty okrem toho vytvoria spoločne menovú oblasť, viac postihnutá krajina vyčerpá vlastné menové rezervy a využije rezervy druhej krajiny na zmiernenie negatívnych následkov. Náklady absorpcie šoku sú pre viac postihnutú krajinu čiastočne rozložené do budúcnosti a neponesie ich sama.

MUNDELLOVÝCH 17 „PRE“ A 17 „PROTI“ VYTVORENIU MENOVEJ ÚNIE

Proti vstupu danej krajiny do menovej únie môžu hovoriť napríklad tieto dôvody¹¹:

- krajina chce používať nástroje menovej a kurzovej politiky na ovplyvňovanie zamestnanosti a na regulovanie stavu obchodnej a platobnej bilancie,
- krajina má záujem udržiavať mieru inflácie odlišnú od miery inflácie v menovej únii,
- krajina uprednostňuje používanie peňažnej expanzie na prefinancovanie vládnych výdavkov (čomu by zabráňovala požadovaná disciplína v podmienkach devízových kurzov),
- politické autority nie sú schopné dosiahnuť vyrovnanosť rozpočtu a/alebo vytvoriť dôveru v trvalú rozpočtovú rovnováhu ,
- krajina nie je ochotná akceptovať stupeň integrácie nastolený dohodou o optimálnej menovej oblasti (napr. spoločné štandardy, imigrácia, daňová legislatíva, pracovné právo)...

Dôvody pričlenenia sa k optimálnej menovej oblasti sú napríklad:

- prispôsobenie sa miere inflácie stanovenej v optimálnej menovej oblasti
- záujem o zníženie transakčných nákladov v medzinárodnom obchode
- formovanie hospodárskej politiky založenej na úzkej koordinácii hospodárskych politik členských štátov, okolo ktorej sa môžu formovať očakávania ekonomických subjektov
- vytvorenie mechanizmu na posilnenie menovej a fiškálnej disciplíny mimo vplyvu politického procesu
- výraznejšia participácia na finančných trhoch a kapitálovom trhu menovej únie
- vytvorenie konkurenčnej medzinárodnej meny ako určitej protiváhy dolára
- vytvorenie silného hospodárskeho bloku, ktorý má väčšiu možnosť vplyvať na medzinárodný hospodársky vývoj

Vhodnosť vstupu krajiny do EMÚ bude podľa Mundella závisieť od mnohých faktorov a musí byť pri každej krajine posudzovaná individuálne . Významnú úlohu tu bude hrať mobilita výrobných faktorov, mzdová flexibilita, ciele a konkrétna realizácia fiškálnej politiky v oblasti transferov a daní, ciele v oblasti inflácie, zapojenie do zahraničného obchodu, integrovanosť finančných trhov... Mundell pri formulácii svojich teórií postupne dopĺňal ďalšie kritériá optimálnej menovej oblasti. Na jeho myšlienky nadviazali a ďalej ich rozvinuli ďalší predstavitelia teórií OCA.

ZÁVER

Kritériá optimálnej menovej oblasti podľa OCA teórií teda neobsahujú konvergenčné kritériá maastrichtského typu, ale možno ich všeobecne posúdiť na základe vyhodnotenia nasledujúcich podmienok:

- stupeň mobility výrobných faktorov,
- otvorenosť a veľkosť ekonomiky,
- stupeň komoditnej diverzifikácie,
- pružnosť miezd a cien,
- stupeň integrácie výrobných trhov,

¹¹ IŠA, J.: Slovensko na ceste do Európskej menovej únie, Ekonomický časopis, 50, 2002, č. 6, s. 908

- fiškálna integrácia a ostatné politické faktory,
- potreba zmeny skutočného menového kurzu.

Teórie OCA sú teda určitým východiskom diskusií o monetárnej integrácii, ale majú aj svoje nedostatky. Sú teóriami dlhého obdobia, a preto nemajú potrebnú operačnú presnosť v analýze krátkeho obdobia. Pre bývalé tranzitívne ekonomiky, medzi ktoré patrí aj Slovensko, je potrebné zahrnúť pri skúmaní voľby kurzových režimov aj špecifické stabilizačné problémy, ktoré teórie OCA neberú do úvahy, a to môže vyvolať určité skreslenia ich záverov. Otázne je aj tvrdenie, že súčasná Európska menová únia je optimálnou menovou oblasťou. Väčšina ekonómov netvrdí, že EMÚ je optimálnou menovou oblasťou, len že EMÚ a EÚ 15 plnia kľúčové kritériá potrebné na to, aby sa stali optimálnou menovou oblasťou. Tieto kľúčové kritériá, na ktorých vymedzenie existuje tiež viacero názorov, rovnako ako aj konštrukcia OCA-indexov môžu mať pre Slovensko určitú hodnotiacu a vypovedaciu schopnosť.

Ako vidieť posudzovanie optimálnosti vstupu do EMÚ je aj z hľadiska teórií OCA problematické, treba brať do úvahy celý komplex možných kritérií a podmienok, ktoré sa značne líšia od maastrichtských kritérií (od nominálnej konvergenie) a sú skôr podmienkami zabezpečujúcimi reálnu konvergenciu. Tvorcovia konvergenčných kritérií pri ich vymedzení teda nevychádzali zo žiadnej ucelenej ekonomickej teórie, ktorá by vymedzovala a odôvodňovala výber týchto kritérií. Celkovo boli tieto kritériá výsledkom politického procesu a doteraz sú mnohými ekonomickými teoretikami spochybňované a nedodržiavajú ich aj niektoré členské krajiny v eurozóne.

LITERATÚRA

1. Brucháčová A.- Hajnovič F.- Komínková Z.- Nemeč M.: Ekonomické predpoklady integrácie Slovenska do Európskej menovej únie, Ekonomický časopis ,51, 2003, č.4, ISSN 0013-3035
2. Horváth, R.; Komárek, L.: Teorie optimálních měnových zón – rámeček k diskuzím o momentální integraci, Finance a úvěr, 52, 2002, č.7-8
3. IŠA, J. „ Slovensko na ceste do Európskej menovej únie, Ekon. čas., 50, 2002, č.6, ISSN 0013-3035
4. Kučerová Z.: R.A. Mundell: Zástance nebo odpůrce společné měny, (in Zborník referátů z mezinárodního vědeckého semináře: Hospodářská politika v tranzitivních ekonomikách IV.), Ostrava 2003, ISBN 80-248-0398-4
5. Lisý, J.- Muchová, E.: Formovanie a fungovanie Európskej menovej únie ako otvorený teoretický problém, Ekonomický časopis, 52, 2004, č.4, ISSN 0013-3035
6. Muchová, E.: Teória optimálnej menovej oblasti (Implikácie pre EMU), (in Sborník prací katedry ekonomie), Brno 2004, ISBN 80-210-2475-5
7. Mundell, R.A.: A Theory of Optimum Currency Areas, American Economic Review, vol. 51, no.4, September 1961, p.657-665
8. Mundell, R.A.(1968): International Economics, New York, MacMillan 1968
9. Mundell, R.A.(1973b): A Plan for a European Currency. In: Johnson, H.G.-Swoboda, A.K.(eds.): The Economics of Common Currencies, Allen and Unwin 1973, pp.143-172.
10. European Commission: Real Convergence in Candidate Countries- Past Performance and Scenarios in the Pre-Accession Economic Programmes, Brussel 2001, November 2001

Importance of education for the growth of competitiveness

Ing. Michaela Barkóczyová - Faculty of national economy UE in Bratislava

INTRODUCTION

Changing economic and social conditions bring on the increasing importance of education at achieving success of individuals and countries. Education is an element of social and human development. It is a factor that strongly influences social structure of society. Public provision of education in today's society does not change the fact that educational inequality co-determines the social inequality and creates a considerable stratification factor in the society.

Rising interest in human capital quality is a result of the fact that modern technologies are useless for a country without qualified labour force. Development of technologies, progress of information society, economic globalisation and changes on the labour market only emphasise the importance of education and lifelong learning. The dynamic technology changes, internationalisation and integration require social environment and human factor of the highest quality.

1 SIGNIFICANCE AND STATUS OF EDUCATION IN THE SOCIETY

The basic purpose of education is to help every individual to develop his/her unique potential. Acquisition of knowledge and skills should be accompanied by forming one's character, broadening his/her horizon and taking his/her share of social responsibility.¹² Besides family, the educational system is the key factor of personality formation.

Higher level of education positively effects the life of individual and the performance of society as well. People with higher level of education usually have higher social status, broader possibilities of professional and career growth and higher income. Fundamental education rules and standards are set out by the state and they significantly impact the quality and status of education in the society.

The growth of the quality of life – for individuals as well as for the society – can be achieved by means of education, but assessment of outputs and results of education is quite complicated. It takes several years or even a whole generation before we can see results of particular education program. For example the educational results of this year's high school graduates are effected by education they were provided when they started school, i.e. in nineties, while their teachers were educated in sixties.

2 SUBSTANTIAL RELATIONS BETWEEN EDUCATION AND ECONOMIC GROWTH

In addition to increased productivity and competitiveness the positive impacts of education comprise better situation on the labour market, higher mobility and lower unemployment rate, elimination of poverty, better social inclusion, better health and higher level of human development.

Recent analyses of human capital in fourteen OECD countries show that *education has undoubtedly positive relation to economic growth. Higher human capital quality raises the labour productivity* and it is the heart of technological progress. Increase of the labour productivity is considered to have produced at least one half of the GDP per capita growth in most OECD countries in 1990 to 2000. Human capital plays fundamental role in the formula of raising labour productivity not only as a factor transforming inputs into outputs, but also as a determinant of technological progress.

The OECD countries put effort into raising the quality of labour force, therefore they significantly invest in education. Total average expenditure on education in real prices rose by 5 % in 1995 to 2001 in OECD countries. Such trend consecutively reflects in positive impact of human capital development on GDP growth per worker and labour productivity growth.

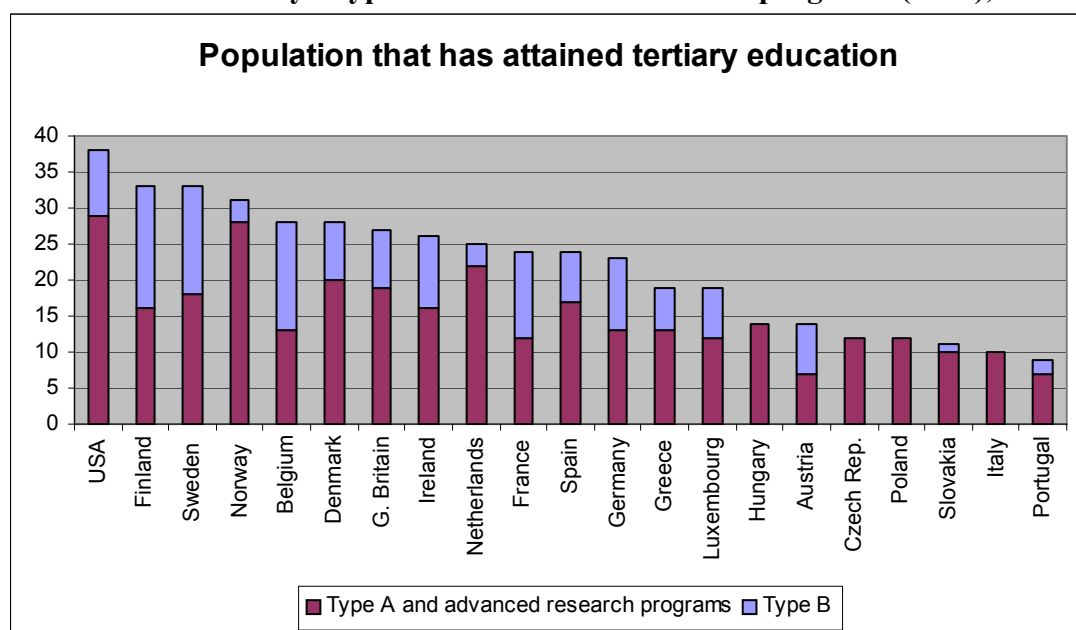
¹² Dudová, I.: Ekonomika vzdelávania. Ekonóm, Bratislava, 2003.

3 COMPARISON OF SELECTED EDUCATION INDICATORS

Selected education indicators – educational attainment, average number of years in formal schooling and expenditure on education in particular country – are a result of several factors, which include historical development and traditions, national support of education and general view of society on education. For example, out of social state activities have the United States particularly preferred the development of educational opportunities since 1880. It has resulted from generally liberal view of social policy in USA. On the contrary, progress of schooling in Germany as well as in other European countries was on a very low level in 1950s. It was notably evident when comparing the number of high school graduates. Later the quality of education began to converge.¹³

There are considerable differences in educational attainment within the OECD and EU countries. Most of adult population continued their studies on University and attained tertiary education (university degree) in USA and Nordic countries. Slovakia (11 %), Italy (10 %) and Portugal (9 %) are found on the other end.

Chart 1: Percentage of adult population (25 to 64 year-old) that has attained tertiary – type B education and tertiary – type A and advanced research programs (2002), in %

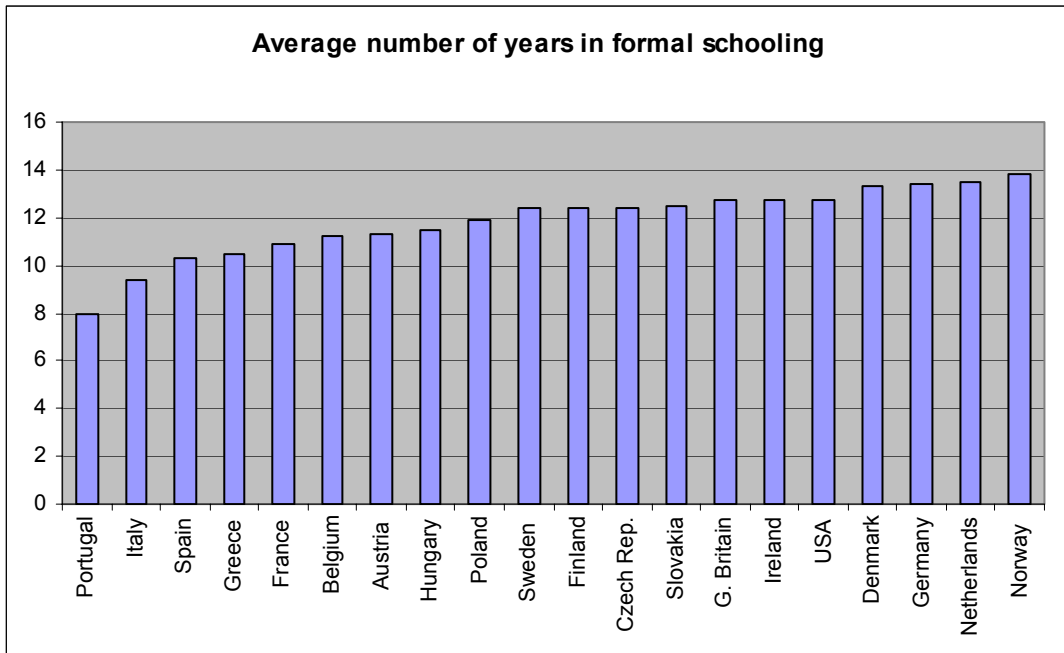


Source: OECD

Educational attainment (average number of years spent in formal education) is different through the OECD countries as well. Average number of years of schooling ranges from 13,8 (Norway) to 8 (Portugal). OECD estimates that increasing average length of schooling by one year increases the level of production per capita by 3 to 6 %.

¹³ Večeřa, M.: Sociální stát – východiska a přístupy. Sociologické nakladatelství, Praha 1993, str. 91.

Chart 2: Average number of years in formal schooling in EU countries and in USA (2002)



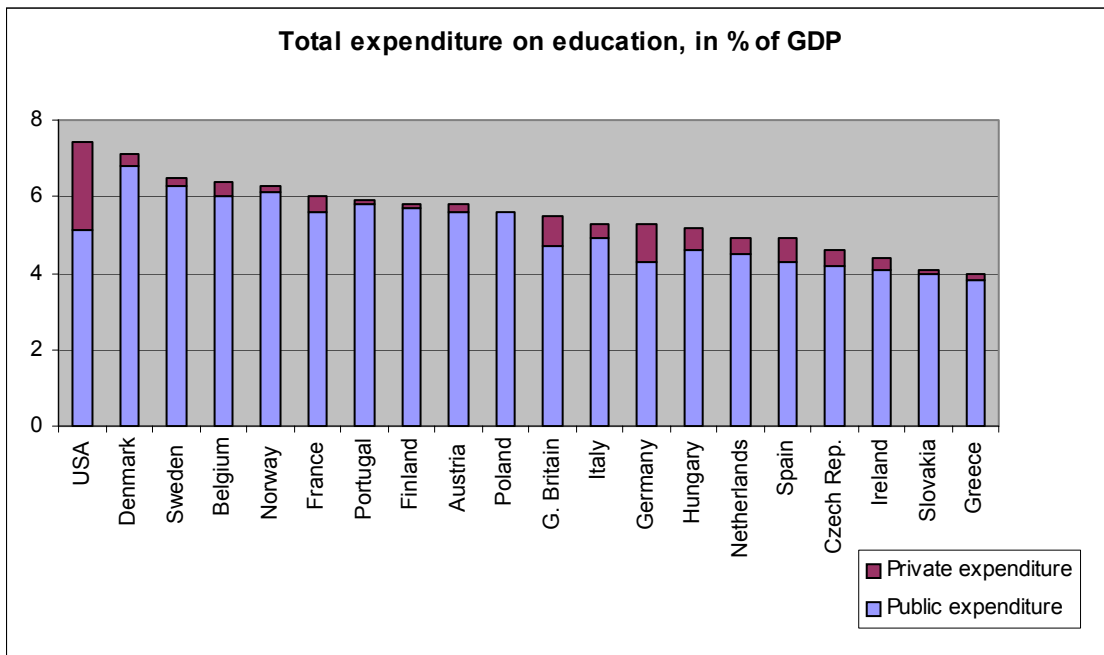
Source: OECD

Five years after the EU representatives set out the goal to become the most competitive and dynamic knowledge-based economy in the world, there are some positive changes. These changes include awareness of the need for reform, higher interest in sustainable growth and broader concern with boost of information technologies and innovation processes.

In February 2005 the President of European Commission noted that the Lisbon goal is unreachable. It is not even mentioned in the new agenda. In order to reach the objectives of new agenda – to improve the EU performance, to reach 3 % economic growth and to create six million new job positions by 2010 – European Commission recommends higher investments in education and longer education process.

Three Nordic countries – Denmark, Finland and Sweden – are ahead of United States in many areas, whereas other, particularly Mediterranean, countries fall behind. Sweden, Denmark and Finland are significantly ahead of other EU countries and they have overtaken not only Southern European countries, but even economies like Germany and France. The Lisbon Strategy review in 2004 showed that the share of knowledge-based economy is more significant in United States than in European Union.

Chart 3: Total expenditure on education in EU countries and USA in % of GDP, (2001)



Source: Education at a Glance: OECD Indicators – 2004 Edition

According to the Global Competitiveness Index, which is one of the most complex indicators of economic performance, the most competitive economies of the world are the United States, Finland, Denmark, Switzerland and Sweden. Of course the above stated indicators of education systems quality are not the only reason for such situation. On the other hand it is becoming obvious that investment in education and higher average number of years in formal schooling result in better educated population – a human capital of higher quality that is capable of increasing the economic performance and competitiveness of particular country.

CONCLUSION

Increasing of the human capital quality causes the growth of labour productivity and it is the heart of technological progress. Positive effect of education is seen in various areas of society – better performance and economic competitiveness as well as positive impact on health and human development level.

In accordance with recent OECD analyses, there are high returns not only to investments in physical capital, but also to investments in education, i.e. in human capital. This fact is underlined by ranking of the most competitive countries of the world (according to World Economic Forum) – United States, Finland, Denmark, Switzerland and Sweden.

Conclusions from the Lisbon Strategy review in 2004 point out that EU as a whole falls behind and many member states have serious problems. The President of European Commission considers the goal set out in Lisbon unreachable and this goal is not mentioned in the new agenda. Main reasons for such unsatisfactory situation are lack of economic growth and lack of sufficient political drive and commitment to realise economic reforms in many member states.

BIBLIOGRAPHY

1. Dudová, I.: Ekonomika vzdelávania. Ekonóm, Bratislava, 2003.
2. Education at a Glance: OECD indicators 2003. OECD, Paris, 2003.
3. Education at a Glance: OECD indicators 2004. OECD, Paris, 2004.
4. Konkurencieschopnosť EÚ nerastie podľa jej predstáv. In: Trend, vol. 13, No.. 3/2003, 16.1.2003, p. 8.
5. Nová stratégia únie: veda a výskum. In: Hospodárske noviny, 3.2.2005, vol. 13.

6. Schmögnerová, B.: Sociálny model Európskej únie: dnes a zajtra. Friedrich Ebert Stiftung, Bratislava, 2004.
7. Stanek, V. a kol.: Sociálna politika. Ekonóm, Bratislava, 2004.
8. Štěrbová, P.: Globalizace a vzdělávací politika v Evropské unii. In: Mezinárodní politika, vol. 26, No. 5/2002,p. 21-23.
9. The Global Competitiveness Report 2004 – 2005. World Economic Forum, Geneva, 2004.
10. Večeřa, M.: Sociální stát – východiska a přístupy. Sociologické nakladatelství, Praha 1993.
11. www.europa.eu.int
12. www.oecd.org

The mobility of business knowledge

Zoltán Bartha - Institute of economic theory UM in Miskolc

ABSTRACT

The investment strategy of transnational corporations (TNCs) is often driven by the continuous search for better quality, and/or cheaper inputs. The presence, or lack of certain inputs in certain regions can motivate TNCs to get access to them through foreign direct investment, a method we call indirect, because it does not bring the resources to the company (a direct method), but rather it brings the company to the resources.

One of the inputs companies are looking for is business knowledge. We define business knowledge as action-related skills, and codified messages that contribute to the effective combination of inputs. Most authors break down knowledge into two main categories: into a tacit and an explicit one. This paper takes a dual approach in the analysis of foreign direct investment:

- we assume that foreign direct investment can be motivated by the scarcity, or abundance of business knowledge in certain regions;
- and it is also assumed that the mobility of business knowledge may at least partly explain the decisions made over choosing a direct or indirect way of acquiring it.

The core of the paper addresses the problem of mobility of business knowledge. First of all it argues that the duality of knowledge (tacit and explicit form) affects its mobility as well. Explicit knowledge is partly separated from the human dimensions, and many of its characteristics therefore make it similar to capital, a mobile factor. Tacit knowledge however cannot be separated from its owner – individuals. This fact makes it more similar to labour, a factor that has several mobility limitations.

Apart from the similarities drawn between the different forms of business knowledge, and traditional factors of production, mobility, or, better put, the lack of mobility is also explained by the presence of so called innovation systems. Innovation systems offer a special atmosphere for the creation and sharing of knowledge. The best qualified people are educated in such innovation systems, and they hesitate to leave them, because the system helps them to get access to knowledge they can use during their professional career. In other words the creation of tacit business knowledge is highly concentrated, and it does not spread out either (through mobility), because it can be used much more effectively within the system. The very fact of interaction between the creation and use of knowledge makes these innovation systems so powerful.

If companies want to get access to tacit business knowledge, they can be forced to choose the indirect way, and acquire it through foreign direct investment. By doing it, they not only will establish a new corporation, but they will also become a part of an informal network of the innovation system.

FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND THE MOBILITY OF FACTORS

Foreign direct investments (FDI) have been the driving force behind the economic development of many developing countries. Still, much of the invested capital has flown towards the three most developed regions (UNCTAD 2004). There are many theories addressing the reasons of capital flows, however they can be categorised into three main groups:

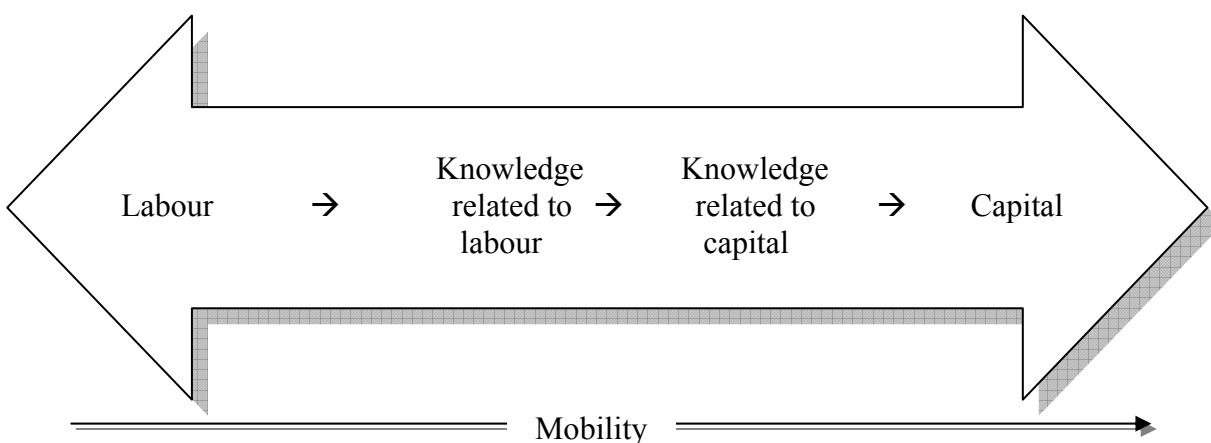
1. Into the first group fall those theories that explain FDI with the securing of certain advantages. They analyse the endowments of the country of destination, and try to identify elements that may explain the investment. Such element can be the presence of some scarce factors, favourable input prices, or market conditions. The argument of this paper can also be referred into this group.
2. The second group of theories is related to the use of existing competitive advantages. They do not address the issues concerning the creation of such advantages and only deal with the challenges arising when a company already has an edge over its competitors.

3. Finally, into the third group fall the theories that explain FDI with the TNCs attempt to avoid certain disadvantages. They are much the same as the ones in the first group, but this time the characteristics of the emissive country are analysed (Szentes 1999, 456-478).

The above typology suggests that FDI is often determined by the scarcity of resources in a region. If an input is not locally available, companies have three options: 1) substitute the input with another; 2) import it directly from other regions; or 3) choose the indirect way, and get access to it through FDI. If the first option is excluded, the decision will depend on the mobility of the given factor. It is generally accepted that capital is the factor that is most mobile, land is immobile, and labour is somewhere in between the two.

Among these classical factors business knowledge is not listed. The restricted size of the paper does not make it possible to argue for, or against the inclusion of business knowledge, so here we will assume that business knowledge is an important input of the company, and strategies concerning its acquisition do not differ from those of the other factors. If this assumption is taken into consideration, then the decision again will depend on the mobility of business knowledge.

Figure 1: Mobility of factors



This paper adopts a comparative approach in the analyses of mobility of business knowledge. Comparing its characteristics to those of capital and labour, we can find the elements determining its mobility. Figure 1 shows us a theoretical rank of factors in terms of their mobility. Knowledge related to labour is tacit knowledge, while that related to capital is explicit knowledge. The distinction between the two forms of knowledge was introduced by Michael Polányi (1966), and later on adopted by most authors researching knowledge management issues. The knowledge of every person is made up of two spheres: one that is related to facts and arguments (explicit); and another much deeper and complex one that comprises beliefs, feelings, experience etc (tacit). Although the latter is more important, often only the first can be shared with others. The reason for that is that only explicit knowledge is separated from individuals, in other words only explicit knowledge is available in a form that anyone can have access to.

The similarities with labour and capital are apparent. Just as the labour force cannot be separated from individuals, tacit knowledge cannot be either, and, on the other hand, capital and explicit knowledge can flow easily from one individual to another. This is the reason why first the characteristics of the labour, and capital flow is examined.

Capital

The dynamic growth of capital flows among regions is both explained by instrumental and institutional conditions. I call instrumental the conditions that are directly related to the given factor. Such an instrumental condition is the fact that the owner and the user of capital can be separated. Capital can

easily find its way to those who are willing to invest it – domestically or internationally. Another instrumental condition is that capital is more or less independent from the variants of the environment. When investment options are examined the only relevant factors considered are the risk and the expected profit. No regional characteristics can really get among the important factors considered. However, risk is something that might vary from region to region. So there might be regions that are excluded from the options of good investment destinations because of intolerably high risks. Institutional conditions of capital movement are the one that guarantee that the risk of investment is within a tolerable range in most parts of the world. Such institutional conditions are – amongst others – the international agreements guaranteeing the rights of investors, the convertibility of currencies or other legislative guarantees taken in most developing countries of the world.

Labour

The international flow of labour has its instrumental, and institutional conditions, too. First of all, the owner and user of labour is the same individual – they cannot be separated. Therefore labour not only has to be available in abundance in a region, the owner of the labour has to be willing to use it, or if the demand is stronger in other regions, has to be willing to move it across borders. That is a significant limitation to the flow of labour, because many people do not like to move at all. Besides, the use of labour is largely dependent on the variants of the environments. The language can be different, also the tempo, the intensity, the timing of work. Finally, another instrumental condition of labour flow is the difficulty related to the mobilisation of individual assets and properties.

Despite these difficulties, many choose to try and find a job in a different country. They are not limited by the instrumental conditions, however they most often are by institutional ones. Countries defend their domestic labour market with many administrative regulations. Usually only a limited number of foreign employees are allowed to legally apply for a job, no wonder labour is much less mobile than capital.

Business knowledge

As suggested above, the instrumental and institutional characteristics of capital and labour flows can be used to explain the mobility of business knowledge as well. As Figure 1. shows explicit business knowledge is closest to capital as regards to its mobility characteristics, yet it is less mobile. Although explicit knowledge can be separated from individuals, it is not independent from environmental variables. Knowledge is only valuable if it is understood, so it can only be used in an environment where adequately qualified people are available who are able to interpret it. But institutional conditions are even more restricting. Capital markets are well developed and solutions are available to all parties at calculable prices. Such markets of explicit business knowledge do not exist. Owners of knowledge often fear that their property can be copied illegally, so they hesitate to offer it on the market. On certain fields the markets of knowledge work well (licensing in pharmaceutical or chemical industry, franchising in certain areas of services), but these areas are very limited. In most cases prices are difficult to foresee, and this leads to a general mistrust towards the commercial exchange of knowledge. Thus explicit business knowledge can be mobile (due to its instrumental characteristics), but it is by far not as frequently transferred over borders as capital is.

Tacit business knowledge on the other hand is more like labour. It cannot be separated from its owner, and so if its owner is not willing, or not allowed to move to another country, it will not become mobile. But tacit business knowledge is also different from labour. One of the main problems with the flow of labour is the differences in language and lifestyles. Tacit knowledge however is typically carried by individuals who are well educated, speak foreign languages and can flexibly adjust themselves to changing conditions. They are also much less restricted by legislative and administrative restraints. Most countries will happily be willing to admit highly qualified employees, because they know that it makes a country more powerful.

If neither the instrumental, nor the institutional conditions restrict the free flow of tacit business knowledge, then what is the reason behind its limited mobility? The limited mobility is explained by the special atmosphere of innovation systems.

Mobility of tacit knowledge and innovation systems

The idea of innovation systems was introduced by Freeman (1987), and developed further by Lundvall (1993), and Nelson (1993). They imagined systems that integrated the whole economy of a country. Innovation systems are characterised by intensive formal and informal links among companies, government agencies, universities, R&D institutions, financial banks, organisations of different sectors etc. Later, the idea of regional innovation systems was developed (Cooke 1997). A significant characteristic of the latter is that it is highly specified. Companies and other organisations involved in cooperation within the framework of a regional innovation system belong to the same sector of the industry. Therefore the knowledge needed by the companies of the regional innovation system is also specified, specific to the given sector of the economy. Companies that are connected to an innovation systems have a competitive edge over others, because they have access to the best qualified people that there is.

Specialised innovation systems have great affects on the mobility of tacit business knowledge. Just as companies, employees also benefit from regional innovation systems. Their benefits can be sorted into two groups: benefits during education, and benefits while sharing knowledge.

As Arrow (1962) pointed out in his paper on learning by doing, the efficiency of education can be much higher if students are not only given a strong theoretical background, but they also have the chance to try out the newly learnt material in practice. In an innovation system, where schools and universities engage in intensive relationships with companies, students have an excellent chance to learn by doing things. When graduated, these students posses much valuable knowledge than those, who did not have the chance to learn by doing. This is why the highly qualified workforce is often concentrated in small regions.

One might think that once these students have graduated, they will move to other regions in search of better jobs. Surprisingly however, they often want to get a job within the innovation system. This is because they have actually realised that the sharing of knowledge is much easier in such a system, than outside it. Most employees nowadays cannot stop learning once they left the academia. Most industries are changing very rapidly, and employees are often faced with new situations. When an employee is faced with a new problem, he can either try to find a solution on his own, or alternatively he can ask others to help. The second option is much less time consuming, so it is a much more efficient way of getting things done. But it cannot be applied all the time, mainly for two reasons.

First, the people who posses the knowledge that can help have to be found, and secondly, somehow they have to be persuaded to help. In an innovation system it is not so difficult to find knowledgeable people. Companies have strong formal relationships with many other organisations, and the employees also have many informal relationships they formed during their life. The help of these people however is nothing like a market transaction. They are not paid, are not offered anything specific in exchange. If they will help, that is based on mutual trust. People help each other not because they want something specific in exchange, but because they know that if they need help, others will help as well. Mutual trust is a phenomenon that cannot be explained, however we know that it can only be sustained within a group if the members of the group are in a direct contact with each other. So if someone leaves the innovation system, he loses the direct contact with those who might help. This is why tacit business knowledge is not a mobile factor. It can work more efficiently in concentrated systems of innovation.

If companies want to get access to tacit business knowledge, they can be forced to choose the indirect way, and acquire it through foreign direct investment. By doing it, they not only will establish a new corporation, but they will also became a part of an informal network of the innovation system.

REFERENCES

1. ARROW, K. J. (1962): The Economic Implications of Learning by Doing. *Review of Economic Studies*, no. 29, 155-73.
2. COOKE, P., URANGE, M.G., EXTEBARRIA, E. (1997): Regional innovation systems: institutional and organizational dimensions. *Research Policy* 4/5, 475–493.
3. FREEMAN, C. (1987): *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*. Pinter Publishers, London.
4. LUNDVALL, B. A. (1993): *National Systems of Innovation*. Frances Pinter, London.
5. NELSON, R. (1993): *National Innovation Systems: A Comparative Study*. Oxford University Press, Oxford.
6. POLÁNYI, M. (1966): *The Tacit Dimension*. Routledge and Kegan, London.
7. SZENTES, T. (1999): *Világgazdaságtan - Elméleti és módszertani alapok*. Aula Kiadó, Budapest.
8. UNCTAD (2004): *World Investment Report*, Geneva.

New opportunities of business activities on postal market

Ing. Miroslav Bábka - Faculty of operation and economics of transport and communications
UŽ in Žilina

INTRODUCTION

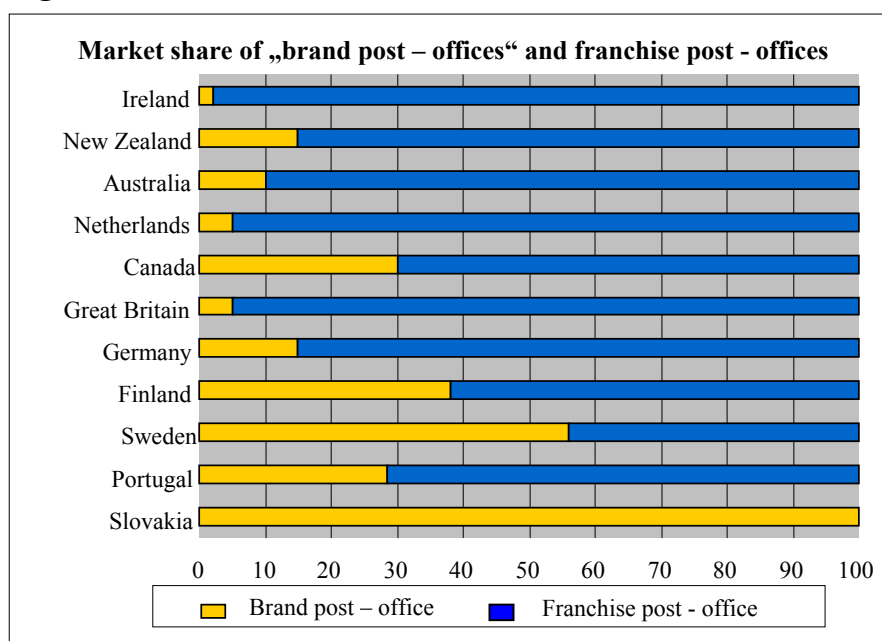
The idea of a new postal enterprise establishment that would provide a universal service in a certain region unit, is considered to be utopian in expert field nowadays. However in the analysis of the juridical conditions European and Slovak legislation this problem moves from the theoretical into the practical level. By the limited financial source it can be seem that this thought is not realizable. The angle of vision on this problem change brings a solution, how to reduce costs of building of access points (postal franchised agency), where posting of a postal item or postal delivery could be realized.

Philosophy of a new postal enterprise draft is in creating low - cost universal post service provider on the market of postal service in condition of Slovak republic. The most real process of extension accessibility postal services in the majority countries is offering postal services by way of franchising. Basically it is a postal activities integration to complex of other commercial and similar activities on the base of contract that will be closed between postal provider and owner of business enterprise.

Among the retailers is big interest on this activity, because offering postal services in their store represents regular costumers and bigger sale opportunity for them. Postal provider choose between the goodwill enterprisers and their own sales spaces in the part of village where is demand on postal services. Postal provider ensure for the franchising partner equipment from its resources and other equipment which is necessary for the offering postal services, ensure the bringing together, transport and delivering of mails received by this type of "post - office".

Offering of postal services through the franchise partner has one common target. This target is offering postal services without high financial expenses also in places without postal access point. The next figure shows market share of "brand post - offices" and franchise post - offices.

Figure 1



REQUIRED RESOURCES

Telecommunications and postal companies have unlike manufacturing corporations some

particularities. In this companies staff costs create more than 50 per cent all-in costs, it is need of large number employees (although is high stage of automatization technological process) and input expense on shopping of technological equipment are very high.

These reasons were basis of suggestion to create the system of franchising provide services. It is impossible to compete to Slovak post, inc. so that the rival postal provider would build up parallel physically network of post - offices and sorting centers, because input expenses on realization of this idea would be a few milliard Slovak crowns. Therefore is better to exploit infrastructure of smaller and middle shopping store that is already built. Very important factor in decision is also regional arrangement of shopping stores. It is possible to be claimed that covers almost 100 per cent of area that is occupied in the Slovak republic. The smallest villages have at least beside municipal office also one shop with grocery.

The base for cooperation in operation of new postal access point would be franchise contract that determine directions and duties of partners. In this way would be start up postal access point of new postal enterprise in shops. By this bilateral "relation", new postal provider need not to build his own building and customers will be using the postal access point. New postal enterprise would not be operating access point which are shopping store, but only would be coordinating operation in this postal access point, would be owner know-how, offer the brand name and provide " unification" of access point at aspect visual, tariff, technological procedure and "basic pack of postal service".

New postal operator will be operating sorting center and ensure collection and distribution mails and other post products. Sorting center will be only one, in the first phase of development. Its allocation is optimal in the central of the state, thereby it is possible to achieve a very good accessibility from anywhere of Slovak republic. Optimal solution for allocation of the sorting center is area in Banská Bystrica or in Zvolen. Collecting and distribution of mails will be the new postal enterprise operating by its own vehicle on the main transportation level. On low levels of transportation networks the transport activity will be providing by the others hauliers (SAD, bakeries, milkmen or supply trucks (cars) of big companies (e.g. Jednota).

For a quick development of the postal network it is appropriate to cooperate with enterprisers who have already built dense network of own shopping store in towns and villages. This criteria is satisfied by the trade network of Coop Jednota Slovensko (consumer cooperative), which is the biggest trade group on Slovak market at all. 2400 retail outlets of Coop Jednota Slovensko achieve retail turnover in amount 29,6 billion Slovak crowns in 2002. Historical rootage of Coop Jednota reaches till the year 1869, which means, that hardly any trade organization has such tradition like just Coop Jednota. Actual network Coop Jednota Slovensko creates besides wide networks of groceries, also network of Coop supermarkets (60 stores) and TERNO supermarkets (6 stores).

Other retail outlets which could be potential collaborators of new postal enterprise are Prima Zdroj Holding, inc., M - Market, inc. and retail outlets associated in buying alliance BALA. Postal operator must take into consideration a little trader who would show the interest to become a recipient of franchising.

Figure 2: Jednota, s.d. in Kriváň



Figure 3: PKM groceries in Hriňová



Priority of a new postal enterprise is to make a franchise contract with strong association, which has very good position on the market. The whole process of recipient franchising searching would be very simplified and accelerated. The subscription of franchising's contract would be on headquarters level of certain company where would be its own retail outlets for provide post services determined.

It is common abroad that post services are provided also in pharmacies, bookshops and pump stations. By consider of all Slovak regional specifics the providing of the post services in these "shops" unsuitable, however in the horizon a few years very possible. The optimal way of providing postal services for Slovakia is in retail outlet, chemist, municipal house, reception of hotel and guesthouse and in tourist information centre. Very unsuitable places for the post services providing are pubs, clubs and bars, which sell alcoholic beverages.

The capital expenses which are necessary on realization business plan, will be relatively low thanks franchising and will be limited only for sorting centre building, buying some cars and hardware and software outfit of shop. In the first phase of enterprising will be only two bigger rooms on execution sorting necessary, otherwise hybrid post workplace, data center and chancelleries.

The capital sources on realization this business plan are mainly possible to obtain from bank loans and state grants for crated jobs. The equipment of the postal access point will be financed by recipient of franchising eventually new postal enterprise rents some outfit. By using this style of rent it seems that the best financial resource is leasing which one-shot no burden financial management of small business.

Requirement on human resources for providing postal services are divided into two units. The first unit are employees who belong to new post enterprise. The second unit are employees who belong to the recipient of franchising.

Providing of post service is strenuous on human resources. For comparison Slovak post, inc. employs about 16 500 employees. Will be ineffective and impossible employing so large number of people. Franchising makes the using of free capacity of franchiser possible. As it is ordinary today in grocery is a desk with meat's products or a desk with fruits and vegetables, as in future will be similar desk but with post products, where you could put on letter, pay post check or pick up mail. In the time when the customer isn't in shop, employee could execute other activities, e.g. unloading goods, operation at the other desks with meat, vegetables, fruits...

In first phase of development, sorting centre will require approximately 60 - 70 employees. These employees are necessary divided into two groups. First group, there are employees with indeterminate duration e.g. managers, employees of data centre, hybrid post centre, logistic and some sorting employees. The second group are the creating employees for a limited period of time. There are new employees and brigadiers whose work is maximal in case of the operations in the sorting centre.

MARKET SURVEY

The new postal enterpriser will operate on communication market, which is a market of announcement and messages. We must regard substitutes, which replace mails. The substitutes of mails are e-mail, radio, television and daily newspaper. It's very interesting information that e-mail communication growth two times faster than a classic mail. Therefore main trend of the new postal enterprises development is in development of electronic services as is hybrid post, communication with customer by the e-mail, SMS, etc.

By the market segmentation on business sphere and households we realize that till 86 per cent mails is generated by business and only 14 per cent by households. B2B (business to business) mails present till 1/3 from whole volume of sorted mails and B2C (business to consumer) mails till 2/5 sorted mail in post. The main goal of the new postal operator is offering to the big customers postal products, which have special price and services. E.g. some company sends the business mail by electronic way to data centre of a new postal enterprise. This data center performs other operations as is printing, packaging and delivering mails to addresses.

Dynamic development of economics means increasing number of sold consignment goods by leasing in the last decade. Postal operator wants to offer to leasing companies the cooperation at reasonable prices, where the postal operator would ensure orders (by e-mail) and distribution of goods. This service is assigned mainly for customers in smaller towns and villages.

Condition of new postal operator is that franchisors offer "basic package of products". Other line of products (services) depends on condition of local market and possibilities of franchisor. Another products offer in "franchise post - office" would be sale of catalogues for leasing companies, FotoStar, sale of telephone cards and telephone apparatus for mobile operator, sale tickets on cultural and sport action, sale of foreign and domestic holiday for travel agencies, sale of insured products and other.

A globalization like an important factor that has strong influence on development of competitive situation has striked the sector of telecommunications, banks and media. This phenomenon could be come into biggest measurements in sector post in 2009. A complete liberalization of postal market on territory of EU will in this year.

By analysis of postal market in the area of Slovak republic it is clear that the biggest competitors will Slovak post, inc., which is the only operator offering universal service. Other operators offer just post express services, or courier services. Between of major competitors in area of express service belong: UPS, DHL, TNT, DPD, FedEx, Ten Expres, but also Railway Company.

New post enterprise brings new culture and cost politics on market of postal service. It wants to use a high covering and very good accessibility of retail outlets for its customers. Main goal is, in spite of customer's need of postal service using, to use services of recipient franchise, too. Post operator brings the competition not only in area of express mails, electronic services, but also almost in whole portfolio of offering services by present postal operators.

BARRIERS OF APPLICATION

The biggest barrier of creation something new isn't financial barrier but mainly barrier in our minds. It is indisposition to accept new idea, because is new and new brings some subconscious fear to people. A conservative thinking is also conventional phenomena in the whole world therefore we don't ask myself how it can't be done, but how to do it.

The main obstruction in introduction services of new post operator in the market will be to persuade recipients of franchise about advantages of this project and also to persuade Postal regulatory office about viability of the project.

This paper was prepared as part of solution work VEGA 1/2548/05.

REFERENCES

1. Bátka, M.: Nové formy podnikania na poštovom trhu. DP, Žilinská univerzita v Žiline, 2004, 83 s.
2. Bátka, M.: Konceptná štúdia – eF-POŠTA, Detva, 2003, 3 s.

CONTACT

Department of Communications, Faculty of Operation and Economics of Transport and Communications, University of Žilina

Univerzitná 1, 010 01 Žilina, Slovak republic

E-mail: Miroslav.Batka@fpedas.utc.sk, Tel.: +421 41 5133101

Národná stratégia konkurencieschopnosti a jej dopad na malé a stredné podniky v Slovenskej republike

Ing. Ladislav Bažó - Obchodná fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

During the past fifteen years the Slovak economy has undergone profound changes, which have substantially transformed its character. The most important ones include the transformation from a centrally-planned to a market economy, a full integration into the European Union and the implementation of deep structural reforms. In order to promote further development of the economy, it is necessary to adapt government policy to this new situation on the basis of a clear and modern strategy. The strategy requires, in the first place, the right vision of the direction of our country in an ever more integrated Europe and in a globalised world. The same strategic goal was adopted by heads of EU member states at the Lisbon Summit in 2000, namely to transform the EU, by 2010, into "the most competitive and dynamic knowledge-based economy in the world, capable of sustainable economic growth with more and better jobs and greater social cohesion." The strategy of increasing the competitiveness of Slovakia is based on the overall Lisbon Strategy. Based on the latest knowledge and experience from abroad we are convinced, that the long-term competitiveness of Slovakia can only be guaranteed by the implementation of the essential structural reforms creating conditions for the development of the so-called knowledge-based economy.

Európska únia čelí výzvam dynamických zmien v stále viac globalizovanom svete, vrátane tvrdej a nie vždy férovej konkurencie ekonomík s odlišnými štandardmi, s nepriaznivým demografickým vývojom. Únia preto musí riešiť budúcu udržateľnosť ekonomického, sociálneho a environmentálneho vývoja ako celok, ale aj prostredníctvom jednotlivých členských štátov.

Ambiciózny program ekonomickej reformy EÚ spustili predsedovia vlád únie na svojom summite v hlavnom meste Portugalska na jar 2000. Program, všeobecne známy ako „**Lisabonská agenda**“, stanovil desaťročnú stratégiu reforiem, ktoré zahŕňajú trh práce, kapitálový a produktový trh EÚ. Za cieľ program určil, že **EÚ sa má do roku 2010 stať „najviac konkurencieschopnou a najdynamickejšou poznatkovo orientovanou ekonomikou sveta, schopnou udržateľného ekonomického rastu s viac a lepšimi pracovnými príležitosťami a lepšou sociálnou inklúziou“.**

Ako dnes otvorene priznáva väčšina európskych ekonómov a politikov, Lisabonská stratégia doteraz nebola veľmi úspešná. Hlavné dôvody jej neúspechu sú dva. Prvým je fakt, že pozostáva z príliš veľa cieľov a z veľmi širokého okruhu oblastí, ktoré sú navyše často protichodné. Nie všetky z nich sú rovnako dôležité pre všetkých 25 členských štátov EÚ. Druhým, dôležitejším dôvodom je politická neochota vlád členských krajín EÚ ju systematicky naplňať, pretože vyžaduje často nepopulárne neopatrenia.

Napriek tomu, hlavný cieľ Lisabonskej stratégie, teda rozvoj ekonomickej konkurencieschopnosti, je správny. Správna je aj základná filozofia, ako ho dosiahnuť. Veľmi zjednodušene je možné povedať, že pozostáva z dvoch druhov aktivít: hlbokých reforiem (tzv. štrukturálnych reforiem) a adekvátnych rozvojových politík. Na základe týchto záverov preto nedávno odporučila expertná pracovná skupina na vysokej úrovni pod vedením bývalého holandského premiéra Wima Koka, aby všetky členské krajiny prijali vlastné Lisabonské stratégie. Mali by byť zamerané iba na tie oblasti, ktoré sú najdôležitejšie pre rozvoj konkurencieschopnosti vlastnej krajiny.

Za posledných pätnásť rokov prešla slovenská ekonomika obrovskými zmenami, ktoré významne zmenili jej charakter. Medzi tri najzásadnejšie patria transformácia z centrálne plánovanej

na trhovú ekonomiku, plná integrácia do Európskej únie a uskutočnenie hlbokých štrukturálnych reforiem. Vďaka týmto zmenám je dnes slovenské hospodárstvo v novej vývojovej fáze s novými možnosťami, problémami a výzvami. V záujme ďalšieho rozvoja krajiny je preto nevyhnutné im čo najlepšie prispôsobiť politiku vlády podľa jasnej a modernej stratégie. Tento dokument prezentuje ekonomickú stratégiu pre Slovensko do roku 2010, ktorá má byť základom pre politiku slovenskej vlády.

Hlavný cieľ stratégie je jednoznačný: zabezpečiť, aby Slovensko čo najrýchlejšie dobehlo životnú úroveň najvyspelejších krajín EÚ. Tento cieľ sa dá dosiahnuť iba prostredníctvom rýchleho a dlhodobého hospodárskeho rastu. V trhovej ekonomike ho štát môže podporiť len tak, že bude vytvárať vhodné podmienky pre rast ekonomickej konkurencieschopnosti krajiny. Stratégia si v prvom rade vyžaduje správnu víziu, ktorá odpovie na otázku kam by sa mala krajina uberať v čoraz viac integrovanej Európe a globalizovanom svete. Od tejto vízie sa potom musia odvíjať hlavné strategické priority a základné smerovania najdôležitejších politík vlády.

Stratégia rozvoja konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010 prezentovaná Vládou SR vychádza zo základnej filozofie Lisabonskej stratégie, preto je možné ju považovať za národnú Lisabonskú stratégiu. Podľa najnovších poznatkov a skúseností zo sveta vyplýva, že dlhodobá konkurencieschopnosť Slovenska sa dá zabezpečiť len uskutočnením nevyhnutných štrukturálnych reforiem a vytváraním podmienok pre rozvoj tzv. znalostnej ekonomiky. Táto stratégia je preto postavená na dvoch hlavných pilieroch:

- úspešné dokončenie štrukturálnych reforiem a udržanie ich výsledkov,
- systematické zameranie sa na naplnenie rozvojovej časti Lisabonskej stratégie.

Základom Lisabonskej stratégie sú nevyhnutné štrukturálne reformy. V súčasnosti je možné konštatovať, že v uskutočňovaní štrukturálnych reforiem je Slovensko jedným z najúspešnejších členov EÚ. To vytvára veľmi dobré predpoklady, aby v najbližších rokoch Slovensko úspešne naplnilo aj ostatné lisabonské ciele, ktoré sú najdôležitejšie z hľadiska ďalšieho rozvoja konkurencieschopnosti SR. Medzi najdôležitejšie reformy patria najmä reforma riadenia verejných financií, daňová reforma, reforma zdravotníctva, reforma sociálneho systému, reforma trhu práce, dôchodková reforma, reforma financovania školstva a reforma verejnej správy.

MAKROEKONOMICKÁ A FIŠKÁLNA OBLASŤ

Základným kameňom zdravého hospodárskeho a sociálneho rozvoja je zodpovedná makroekonomická a fiškálna politika. Najdôležitejšie ciele a princípy v makroekonomickej a fiškálnej oblasti sú nasledovné:

- rozvíjať trhovú ekonomiku a minimalizovať zásahy do voľného fungovania trhu,
- znižovať deficit verejných financií,
- nezvyšovať mieru prerozdelenia v ekonomike,
- zachovať transparentnú a neutrálnu daňovú politiku.

SOCIÁLNA OBLASŤ

Slovenská republika sa hlási k tradičným európskym hodnotám, ako sú individuálna zodpovednosť, rovnosť šancí, úloha rodiny a komunity pri starostlivosti o tých, ktorí to potrebujú, maximalizácia príležitostí na uplatnenie sa a zodpovednosť spoločnosti pri boji s chudobou. Z týchto dôvodov sa musí pridržiavať nasledovných základných princípov a cieľov:

- klásť dôraz na spoluzodpovednosť jednotlivca a jeho rodiny za riešenie vlastnej situácie,
- neodrádzať jednotlivca sociálnou politikou od aktivity a tvorivej činnosti,
- znižovať absolútnu chudobu,
- udržiavať účinnú sociálnu sieť,
- udržiavať flexibilný trh práce.

Zdravotníctvo a dôchodkové zabezpečenie

Dobrá politika štátu v oblasti zdravotníctva a dôchodkového zabezpečenia je nevyhnutným predpokladom na zaistenie plnohodnotného života jednotlivca v každom veku. Slovenská republika, tak ako aj ostatné krajiny Európskej únie, bude pravdepodobne v nasledujúcich rokoch naďalej čeliť všeobecne nízkej pôrodnosti a rastúcej priemernej dĺžke života svojich občanov. Bez zásadných systémových zmien by tento demografický vývoj viedol k výraznému rastu finančných nákladov na zdravotníctvo a dôchodkový systém. Prebiehajúce reformy v oboch oblastiach vytvárajú reálne predpoklady na to, aby obyvateľstvo Slovenska malo aj v budúcnosti prístup ku kvalitnej zdravotnej starostlivosti a spravodlivým dôchodkom, odzrkadľujúcim ich skutočnú aktivitu počas ekonomicky aktívneho života. Všetky prípadné budúce zmeny v zdravotníctve a dôchodkovom systéme musia rešpektovať dva základné princípy:

- dodržiavať vyváženú kombináciu princípu zabezpečenia základných práv a ľudskej dôstojnosti a princípu zásluhovosti,
- neohrozenie dlhodobej ekonomickej udržateľnosti zdravotníctva a dôchodkového systému.

Uskutočnené štrukturálne reformy vytvárajú nevyhnutné predpoklady na dosiahnutie čo najvyššieho rastu zamestnanosti a produktivity a tým aj plátov a životnej úrovne. Sú to však len nevyhnutné pevné základy, na ktorých je potrebné ďalej stavať. Vďaka týmto reformám, sa Slovensko už dnes stalo jednou z najatraktívnejších miest pre investície v Európskej únii.

Dlhodobá konkurencieschopnosť Slovenska sa dá zabezpečiť len jediným spôsobom: vytváraním podmienok pre rozvoj tzv. znalostnej ekonomiky. Inak povedané, hospodársky rast musí byť založený na schopnosti slovenských občanov pracovať s neustále novými informáciami, produkovať nové poznatky a využívať ich v praxi. Preto je nevyhnutné zamerať sa do roku 2010 na rozvoj tých oblastí, ktoré podpora rast tvorivého potenciálu slovenskej ekonomiky.

Preto je nevyhnutné, aby sa vo svojej rozvojovej časti zamerala stratégia na štyri oblasti, ktoré pokladáme z tohto hľadiska za najdôležitejšie. Ide o nasledovné:

- vzdelávanie a zamestnanosť,
- veda, výskum a inovácie,
- podnikateľské prostredie,
- informačná spoločnosť.

Aj keď zámerom stratégie je vytvorenie podmienok pre rýchly a dlhodobý hospodársky rast, jeho podpora nesmie byť založená na politikách, ktoré neprímerane zaťažujú životné prostredie. Ochrana životného prostredia a rýchly hospodársky rast nemusia a ani by nemali byť principiálne protichodné ciele. Naopak, pri správnom nastavení verejných politík sa môžu navzájom dopĺňať a umocňovať. Štát by mal aktívne podporovať také aktivity a politiky, ktoré vedú k ekologicky vhodným inováciám, zavádzaniu environmentálnych technológií a znižovaniu energetických nákladov.

VZDELÁVANIE A ZAMESTNANOSŤ

Zabezpečenie vysokej miery zamestnanosti a predpokladov pre vysokú produktivitu práce je najlepšou zárukou dlhodobej vysokej životnej úrovne pre všetkých obyvateľov Slovenska. Verejná politika v oblasti ľudských zdrojoch musí vytvoriť pre všetkých občanov možnosti a schopnosti neustále sa vzdelávať, absorbovať nové informácie a plynulo prechádzať z jedného zamestnania do druhého. Osobitne dôležité je však využiť vzdelávaciu politiku ako nástroj boja proti medzigeneračnej reprodukci chudoby. Každé dieťa musí mať možnosť dosiahnuť kvalitné vzdelanie zodpovedajúce jeho potenciálu. Hlavné priority v oblasti ľudských zdrojov sú nasledovné:

- a) **Moderná vzdelávacia politika** - Základným krokom na zabezpečenie dlhodobej konkurencieschopnosti Slovenska v oblasti ľudských zdrojov je dokončenie reformy základného a stredného školstva s dôrazom na reformu obsahu vzdelávania. Vzdelávanie musí zabezpečiť všeobecné zručnosti pre všetkých žiakov a predovšetkým odrážať súčasné a očakávané potreby

trhu práce. Zmeny v systéme školstva musia zabezpečiť vysokú mieru slobody žiaka vybrať si školu a možnosť školy vybrať si formu a obsah vzdelávania. Zároveň je potrebné zlepšovať moderné vybavenie škôl na všetkých stupňoch vzdelávania. Na úrovni vysokých škôl je nevyhnutné zamerať sa na rozšírenie kapacít a výrazné zvýšenie kvality. Kľúčom k dosiahnutiu tohto cieľa je pružný systém, kde vysoké školy reagujú najmä na požiadavky trhu práce a mladých ľudí, ale aj na dopyt po celoživotnom vzdelávaní a tie najkvalitnejšie z nich sú zároveň centrom výskumu a vývoja na medzinárodne porovnateľnej úrovni. Prostredníctvom ich aktivít by sa vysoké školy mali zároveň stať jedným motorov spoločenského a ekonomického rozvoja regiónu, v ktorom sa nachádzajú. Väčšina obyvateľstva v práceschopnom veku bude potrebovať niekedy počas svojho života ďalšiu injekciu vedomostí a zručností. Z tohto dôvodu je nevyhnutné urýchlene vytvoriť prístupný, modulárny a trhový systém celoživotného vzdelávania.

- b) **Dosiahnutie vysokej miery zamestnanosti** - Dosiahnutie vysokej miery zamestnanosti je podmienené úspešným naplňaním stratégie ako celku, napriek tomu je dôležité uviesť viaceré kľúčové kroky, ktoré môžu výrazne ovplyvniť konkrétne oblasť zamestnanosti. Medzi najdôležitejšie priority patria:
- zníženie daňovo-odvodového zaťaženia práce a to najmä u nízko príjmových skupín,
 - spružnenie pracovnoprávných vzťahov a zjednodušenie regulačného a administratívneho bremena pri zamestnávaní a pri účasti jednotlivcov vo formálnej ekonomike,
 - zmena koncepcie bytovej politiky smerom k jej chápaniu najmä ako nástroja geografickej mobility;
- c) **Vyrovnanie sa so starnutím obyvateľstva** - Zníženie počtu detí, starnutie populácie či migračné tlaky sú výzvy, s ktorými sa musí Lisabonská stratégia vyrovnávať. Aj keď Slovensko počas uplynulých rokov sformulovalo konkrétne politiky v mnohých oblastiach, zostáva ešte stále úloha pripraviť dlhodobú populačnú politiku s riešeniami otázok týkajúcich sa pôrodnosti a imigrácie.

VEDA, VÝSKUM A INOVÁCIE

Inovačná politika, ktorá v sebe efektívne prepojí podporu vedy, výskumu a inovácií, sa musí stať ďalšou dlhodobou prioritou vládnej politiky. Verejná politika by mala zabezpečiť dlhodobý rozvoj kvalitného vedeckého potenciálu. Veľká časť vedcov a ich aktivít musí byť prepojená s podnikateľským sektorom tak, aby sa zabezpečil efektívny prenos vedeckých poznatkov do reálnych výstupov v hospodárstve v podobe inovácií. Verejná podpora základnej vedy a základného výskumu by mala byť odlišená od podpory aplikovaného výskumu, vývoja a inovácií, keďže tie majú výrazne iný ekonomický charakter. Hlavné ciele v tejto oblasti sú nasledovné:

- a) **výchova a podpora kvalitných vedcov** - hlavnou úlohou je motivovať talentovaných ľudí k vedeckej kariére vytvorením dobrých možností pre kvalitnú vedeckú prácu a zabezpečením ich adekvátneho kariérneho a finančného ohodnotenia. Nevyhnutným predpokladom na dosiahnutie tohto cieľa je zabezpečenie adekvátneho financovania pre špičkových slovenských vedcov a výskumné inštitúcie. Je potrebné zaviesť taký systém financovania, ktorý umožní nárast zdrojov pre kvalitných vedcov a inštitúcie a zároveň prinúti nekvalitné inštitúcie k zániku.
- b) **výskum medzinárodnej kvality s adekvátnym prepojením na podnikateľskú sféru** - domáci výskum podporovaný z verejných zdrojov musí zodpovedať kvalitou a zameraním aktuálnym európskym a svetovým štandardom. Základný výskum musí odrážať aktuálny vývoj vo svetovej vede. Aplikovaný výskum a vývoj musí reagovať na najdôležitejšie hospodárske výzvy a prispievať k ekonomickému rastu. Preto musí byť v oblasti aplikovaného výskumu a vývoja zabezpečené aktívne prepojenie medzi akademickým sektorom a podnikateľským sektorom. Slovensko, ako veľmi malá krajina, nemôže robiť výskum na najvyššej svetovej úrovni vo všetkých oblastiach vedy. Preto bude nevyhnutné na základe širokej odbornej diskusie vybrať malý počet prioritných oblastí.
- c) **účinná verejná podpora podnikateľských aktivít zameraných na vývoj a inovácie** – k ekonomickému rastu krajiny výrazne prispieva vznik nových, inovatívnych firiem a aktivity

zamerané na vývoj a inovácie v už existujúcich firmách. Aktivity zamerané na inovácie sú väčšinou veľmi riskantné a nákladné a súkromné firmy ich často uskutočňujú v menšej miere, než je ekonomické optimum. Z tohto dôvodu je potrebné aby štát vytváral také prostredie a nástroje, ktoré bude podporovať vznik a úspešné fungovanie nových firiem a motivovať existujúce firmy, aby zvyšovali aktivity zamerané na vývoj a inovácie smerom k ekonomickému optimu.

PODNIKATEĽSKÉ PROSTREDIE

Zdravé podnikateľské prostredie, ktoré motivuje ľudí k podnikaniu, je jedným z kľúčových nástrojov na zabezpečenie dlhodobej konkurencieschopnosti krajiny. Podnikateľské prostredie musí umožniť efektívnu súťaž podnikateľov, ktorá je základným motorom ekonomiky. Verejné inštitúcie by mali túto súťaž zvyšovať a zjednodušovať a nie komplikovať podnikateľom život. Hlavné priority v oblasti podnikateľského prostredia sú nasledovné:

- a) **Vysoká vymožitelnosť práva** - vymožitelnosť práva je v súčasnosti kľúčovou prekážkou rozvoja podnikateľskej sféry na Slovensku. Vláda by mala preto vytvoriť podmienky na rýchle a spravodlivé riešenie sporov, ktoré zabezpečí vymožitelnosť zmlúv a ochranu vlastníckych práv. Vymožitelnosť práva musí byť urýchlená nielen vo fáze do vydania právoplatného rozhodnutia, ale aj v ďalšej fáze, teda až do úspešného výkonu rozhodnutia.
- b) **Verejné inštitúcie ako partner a nie bremeno** - Verejná správa na úrovni EÚ, štátu, vyšších územných celkov, miest a obcí musí zefektívniť svoje fungovanie, a to najmä vo vzťahu k podnikateľom. Je potrebné ďalej zjednodušovať vstup podnikateľov na trh, pôsobenie na ňom, ale i výstup z trhu. Cieľom je minimalizovať regulačnú a finančnú záťaž, ktorá zbytočne odčerpáva podnikateľom ľudské a finančné zdroje.
- c) **Efektívny prístup ku kapitálovému trhu pre všetky podniky** - Nevyhnutným predpokladom dlhodobého rozvoja ekonomiky a najmä inovatívnych malých a stredných podnikov je výrazné zlepšenie ich prístupu ku kapitálovému trhu a k nebankovým finančným zdrojom vo všeobecnosti. Vládna politika preto musí vytvoriť vhodné podmienky pre rozvoj rizikového kapitálu a prístupu slovenských firiem k akciovému trhu. Podstatný je efektívny prístup slovenských firiem ku kapitálovému trhu. Vzhľadom k malej veľkosti slovenskej ekonomiky a jej vysokej miere integrácie do jednotného európskeho trhu nemá význam sústrediť sa na rozvoj národného akciového trhu, ktorý by bol sústredený na domácej burze. Namiesto toho je žiaduce integrovať slovenský kapitálový trh do európskeho kapitálového trhu a osobitne vytvoriť regionálny stredo európsky trh s kapitálom.
- d) **Kvalitná fyzická infraštruktúra a služby v sieťových odvetviach** - Vláda a samosprávy budú svojimi opatreniami podporovať taký rozvoj fyzickej infraštruktúry a vývoj v sieťových odvetviach (elektroenergetika, plynárenstvo, telekomunikácie, doprava, vodárenstvo, pošta, a teplárenstvo), ktorý zabezpečí pre spotrebiteľov kvalitné produkty a služby za primerané ceny. To sa dá najlepšie dosiahnuť rozvojom konkurencie v daných odvetviach, dobudovaním cezhraničných prepojení s členskými krajinami EÚ a reálnym otvorením slovenských trhov tak, aby všetci domáci odberatelia, vrátane domácností, získali možnosť výberu dodávateľa.

INFORMAČNÁ SPOLOČNOSŤ

Jeden z najlepších prostriedkov na dosiahnutie premeny Slovenska na dynamickú znalostnú ekonomiku je informatizácia spoločnosti. V priebehu niekoľkých rokov je preto potrebné zabezpečiť, aby takmer každý občan bol informačne gramotný, mal prístup k internetu a pociťoval výhody informačnej spoločnosti. Hlavné priority v oblasti rozvoja informačnej spoločnosti na Slovensku sú nasledovné:

- a) **informačná gramotnosť** - Zamestnávanie v znalostnej ekonomike si vyžaduje informačnú gramotnosť. Prioritou je zabezpečenie informačnej gramotnosti všetkých vekových a sociálnych skupín obyvateľstva.

- b) *efektívna elektronizácia verejnej správy* - Cieľom je najmä zefektívnenie poskytovania rôznych služieb pre občanov a súkromný sektor tak, aby ušetrený čas mohli venovať produktívnej činnosti.
- c) *široká dostupnosť internetu* - Kvalitná a cenovo dostupná informačná a komunikačná infraštruktúra je základnou podmienkou informatizácie. Prístup k širokopásmovému internetu, s dôrazom na moderné technológie, musí byť umožnený každému občanovi.

Lisabonské ciele možno splniť len realizovaním štrukturálnych reforiem. Nové členské krajiny sa, paradoxne, nachádzajú v lepšej východiskovej pozícii ako starší členovia EÚ, pretože majú za sebou reformné a transformačné skúsenosti minulých rokov. Naopak, u pôvodných členov EÚ je ochota zasahovať a reformovať existujúce systémy v sociálnej sfére, zdravotníctve, ale aj v ekonomike podstatne nižšia a naráža na silnejší politický odpor.

Na druhej strane množstvo reforiem, ktoré je nevyhnutné zavádzať s cieľom realizovať lisabonskú stratégiu, si vyžaduje prostriedky na investície. Pokiaľ ide o súkromný kapitál, noví členovia EÚ sú schopní prilákať ho, no v prípade verejných investícií do takých sektorov hospodárstva, akými sú zdravotníctvo, školstvo, veda a výskum, je na mieste odôvodnená obava, či budú noví členovia EÚ schopní nájsť vo svojich napätých rozpočtoch voľné finančné prostriedky. Tieto dlhodobé investície totiž neprinesú krátkodobý a okamžitý zisk, ale napriek tomu sú nevyhnutné na zabezpečenie dlhodobej ekonomickej konvergenencie medzi starými a novými členskými štátmi Európskej únie.

V každom prípade je pozitívne, že Slovenská republika má vypracovanú svoju vlastnú národnú stratégiu, a pri jej úspešnej realizácii je možné očakávať nárast konkurencieschopnosti podnikateľských subjektov a aj ekonomiky ako celku.

Príspevok je realizovaný v rámci Projektu mladých vedeckých pracovníkov č. 2316052/04 „Konkurencieschopnosť slovenských malých a stredných podnikov v hospodárskom priestore integrovanej Európy“.

LITERATÚRA

1. Strážovská, E. a kol.: Malé a stredné podnikanie. Bratislava: Ekonóm 2004. ISBN 80-225-1788-7
2. MFSR: Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010. Národná lisabonská stratégia. Bratislava 2004
3. <http://europa.eu.int>
4. <http://www.etrend.sk>
5. <http://www.euractiv.sk>
6. <http://www.euroinfo.gov.sk>
7. <http://www.finance.gov.sk>
8. <http://www.iminerva.sk>

Monetary union in the US

Ing. Zuzana Brinčíková - Faculty of national economy UE in Bratislava

The United States (US) is a monetary union occupying a huge geographical area –significantly larger than Western Europe. As the world’s largest economy (in terms of its level of GDP) it provides a working example of how different regions – quite disparate in terms of their geography, climate, industry and heritage – develop within a monetary union.

The US is frequently cited as providing evidence that different regions can prosper within a monetary union and can adjust to unanticipated economic disturbances, or ‘shocks’, in the absence of an independent monetary policy or nominal exchange rate. It is often suggested that a single currency has had a significant impact on US economic performance, in terms of both macroeconomic stability and the microeconomic benefits of greater trade and competition.

Monetary union formally began in the US with the ratification of the Constitution in 1788. But the US only assumed many of the characteristics of a full monetary union, such as an independent central bank and a single currency, over the following 150 years. The institutions of monetary union in the US have tended to evolve in response to specific needs or difficulties, rather than according to a pre-planned framework (as it is in euro area). While the institutions of EMU were developed within a relatively short time period, those which frame the US monetary union have evolved in stages over the period since the US dollar was introduced in 1792. This is one reason why there are clear limits to how far the experience of the US can be applied to the euro area.

This evolutionary aspect of the US monetary union is a recurring theme when examining how the US has successfully adapted to economic change and the needs of monetary union. Several examples of institutional change are identified, including:

- the creation of the Federal Reserve Bank in the early 20th century, providing an independent monetary authority for the US – a direct response to banking crises;
- evolution of the Federal Reserve structures in response to weaknesses in its original form;
- the adoption by individual states of balanced budget rules to encourage fiscal responsibility at a sub-federal level;
- the integration of the trans-continental US economy, with increasing capital mobility among regions;
- the pooling by the states of authority over tax and benefit systems at the federal level; and
- labour mobility between the North and South, which increased significantly in response to demand and supply shocks in the mid 20th century.

This suggests that the US prospered as a monetary union for a considerable period with a gradually evolving institutional structure. But it also illustrates the presence of a continuing political will to integrate and preserve the monetary union. Although the monetary union came under political and economic pressure at various times, there was substantial commitment to retain it, and a high degree of confidence in the ability of institutions to evolve in order to strengthen the working of the monetary area; not only at a federal level, but also (civil war aside) in the willingness of states to remain part of the union, and cede some powers to the federal level in response to the challenges which emerged.

A direct comparison between the US and euro area is difficult for several reasons, most notably that the institutions and policy frameworks of the US monetary union have evolved over a significant period of time in response to economic need, and not according to an *ex ante* design as in the euro area. Moreover, the political context for the two monetary unions is very different. Ultimately the US states chose federal structures for fiscal policy to underpin political union – based on the principle of fiscal federalism. In the EU, fiscal policy is the responsibility of Member States as set out in the Stability and Growth Pact, and subject to the provisions of the EC Treaty. This suggests that perhaps the most important lesson from the US experience is that a key feature of a successful monetary union

is a high degree of confidence that, should difficulties occur, both the economic and institutional structures of the monetary union have the capacity to evolve and meet emerging challenges.

In any country or monetary union, different regions are likely to be subject to asymmetric shocks that lead to a divergence of regional business cycles. The greater the incidence of such shocks, the more difficult it is to set a single monetary policy that is appropriate for all regions. Evidence suggests that the regions of the US monetary union have business cycles that are not perfectly convergent. This implies that the appropriate monetary policy responses are not the same for each region. It is difficult to identify a consistent core of US regions for which business cycles are closely aligned, although some appear good candidates. Other regions appear to have a consistently more idiosyncratic cycle. Differences in regional business cycles may be due to a number of factors, but differences in industrial structure seem to be particularly important.

The degree of divergence between US regions is, on average, smaller than that which tends to be exhibited between countries in the EU. This may represent some degree of endogeneity; there is some, albeit limited, evidence that monetary union has increased regional convergence in the US. Despite regional divergence, there is no significant degree of political tension created by the fact that the single US monetary policy may not always be appropriate for one or more of the regions. US regions have, the Civil War aside, displayed a strong political commitment to remain a single monetary union. An important factor is that over the last century poorer regions were, in general, catching up with income levels in richer regions.

In the presence of asymmetric shocks, regions in a monetary union need to be able to adjust to varied and changing economic circumstances without the aid of an independent monetary policy or nominal exchange rate. In the US:

- labour markets provide important adjustment mechanisms, apparently playing a greater role than in many other countries. Eichengreen (1990) estimates that the speed of adjustment to shocks, via labour markets, is some 25 per cent higher in the US than in several countries of the EU – although lower than within the UK and France. In particular, labour mobility is found to be important as a mechanism for adjusting to long-term structural change. But labour mobility may be less important for adjusting to fluctuations in the business cycle;
- financial markets allow significant risk sharing between states, apparently more so than between other groups of nations. This provides some income insurance in the event of region-specific shocks. However, the opportunities are not fully exploited; and
- fiscal policy plays a limited role in regional adjustment, less than in most European countries. In the US, regional assistance is mainly provided by the federal government, whereas in Europe it is funded at the national rather than EU level.

The evidence is not conclusive on the relative importance of each adjustment channel, reflecting measurement difficulties and, more than likely, a degree of endogeneity in their operation. For example, sub-national fiscal policy is likely to be more constrained when factor mobility is high because capital and labour may move away from states if local taxes get too high relative to other states. But, at the same time, it should also be less necessary if factor mobility provides an alternative adjustment channel.

There are costs and benefits to each form of adjustment, and each is relatively more efficient than others at dealing with certain kinds of shock. A large monetary union such as the US may be subject to a diverse range of shocks – to demand and supply, affecting specific sectors and geographic regions, as well as common shocks hitting the economy as a whole. No adjustment channel is best for all countries, in all circumstances, and in the face of all kinds of shock.

The US is a wealthy nation, with high levels of productivity and employment. Is any of this due to the existence of monetary union? Although impossible to quantify, the answer is almost certainly yes. The size and integration of the US economy has contributed to a high degree of competitive pressure, trade between its various regions and opportunities for factors of production to move efficiently across a large economic area in order to exploit efficiencies. Of these, the competitive effects derived from the

existence of a single, trans-continental market with a single currency, are arguably most easily identified. The US also benefits from having a high degree of flexibility. Labour market adjustment mechanisms, particularly employment flexibility and labour mobility, facilitate a relatively rapid reallocation of resources when US regions experience regionspecific shocks. High flexibility alleviates the effects of such shocks on the overall performance of the economy. Similarly, there has been a beneficial impact from the development of the financial markets in the US. The creation of monetary union probably helped the initial development of US financial markets – and features of the early US economy helped cities such as New York and Boston to establish an early advantage in financial services. Since then, long-standing patterns of location in financial markets appear to have been sustained, despite innovation in financial markets.

The US capital market is important for two reasons. On the one hand, the availability of deep, liquid financial markets has almost certainly contributed to US economic performance, providing capital efficiently to firms across the country. On the other hand, they have also probably contributed to the successful functioning of the monetary union – in terms of providing a means for US investors to share risk across the country, helping disperse the effects of asymmetric shocks. Other factors have also helped – for example, an entrepreneurial spirit, and the regulation of inter-state commerce at the federal level, which has helped to preserve the single market and prevent barriers to trade being erected at the state level. But the size of the US single market has almost certainly been an important factor in achieving a high level of productivity, and the single currency has almost certainly facilitated this.

A more relevant measure of the integration of the US economy may be provided by estimates of competitive pressures in the US. Evidence suggests that price competition is greater in the US than in major European countries. This is likely partly to result from the greater price transparency and integration provided by the single currency. But this cannot be separated from other factors such as a common language and culture, and the federal regulation of commerce. The evidence suggests that competitive pressure, in turn, has been the major driving force behind recent strong US productivity performance.

An experience from the US is that a monetary union can survive (and prosper) with quite varied business cycles and in the presence of asymmetric shocks, i.e. shocks which affect some regions or sectors more than others; various adjustment mechanisms appear to play a part in helping US regions to adjust to asymmetric shocks.

LITERATURE

1. EICHENGREEN, B. (1990): One money for Europe? Lessons from the US Currency Union. *Economic Policy* 10, pp. 17-87.
2. GONDA, V.(2003): Pohľad na menovú integráciu v Európe cez prizmu teórie optimálnej menovej oblasti. *Medzinárodné vzťahy*, 2003, č. 2, s. 9 – 20.
3. KRUGMAN, P. (1993): Lessons of Massachusetts for EMU. In: Torres, F. – Giavazzi, F. (eds.): *Adjustment and Growth in the European Monetary Union*. Cambridge, Cambridge University Press 1993, pp. 241-261.
4. McKINNON, R. I. (2002): Mundell, the Euro, and Optimum Currency Areas. In: Courchene, T. (eds.): *Essays in Honor of Robert Mundell*, Queen's University 2001.
5. MUNDELL, R. A. (1961): A Theory of Optimum Currency Areas. *American Economic Review*, vol. 51, no. 4, September 1961, p. 657-665.

KONTAKT

Katedra ekonomickej teórie, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave
E-mail: brinciko@hotmail.com, Tel.: +421 2 67291521

India: The emerging market and financial services under the GATS

Ing. Martina Buzáková - Wood sciences and technology TU in Zvolen

ABSTRACT

This paper investigates developments in financial services in the second largest emerging economy of India. This fast-growing sector offers opportunities for trade and investment. Paper analyzes the effect of the membership in the World Trade Organization imposes on the process of liberalization. The paper compares also India with the largest emerging market in the world – China.

KEY WORDS: emerging markets, India, financial services, banking, insurance, WTO, GATS

1. COMPARISON OF EMERGING ECONOMIES - INDIA AND CHINA

The emerging economies of China and India are of the greatest phenomena of our days. These countries together account for 40% of the global population of working age and 18% of the global economy, on the basis of purchasing power parity (PPP). For two decades, their economies have been growing twice as fast as the rest of the world. In a decade, China's economy would surpass that of the US and India's may be bigger than Japan's (using PPP). China and India have emphatically made their presence felt in the rapidly globalizing world economy. Clearly, these countries are the biggest-growing economies in the world.

Financial Times (2005) presents the following comparison of the two economies:

- a) In 2003, China generated 5.8 per cent of world merchandise exports, which made it world's fourth-largest exporter, and 2.6 per cent of world exports of commercial services, which made it world's ninth-largest. India generated just 0.7 per cent of world merchandise exports, which put it at 31st, and 1.4 per cent of world exports of commercial services, which put it at 21st.
- b) By 2001, China's weighted average tariff was down to 12.8 per cent, from 35.6 per cent in 1992, while India's was still 28.4 per cent, down from 70.8 per cent in 1992.
- c) In 2003, the stock of inward foreign direct investment in China was \$501.5bn, against just \$30.8bn in India. In the same year, the FDI inflow into China was \$53.5bn (12.4 per cent of capital formation) against \$4.3bn into India (4 per cent of capital formation).
- d) Between 1990 and 2002, China's services grew at 8.8 per cent a year, against 7.9 per cent in India.

2. INDIA - GENERAL ECONOMIC OVERVIEW AND FINANCIAL SECTOR

India entered the WTO in January 1, 1995 after concluding multilateral negotiations at Uruguay Round. Country welcomed use of MFN and National treatment for its export activities to all WTO member countries. According to the statistics of WTO a sector of services in India has been increasing its dynamic importance a lot during last years. Nowadays services are the most dynamic sector in global economy that represents also one-fifth share of total world trade. For example foreign direct investments in service sector grow faster than in trade with goods. According to several analyses India is trading mainly with services. In the 2001-2002 the service sector in India created 49% of GDP and Indian's world share in trade of services represented 1.4%. According to Ministry of Finance service sector attracted 8% of the FDI during the period 1992-2001. Outsourcing is the most spread way in trading with financial services. India benefits from comparative advantage in outsourcing and the main goal why it is so spread are reduction of the costs, improvement of the competition and accelerating of business transformation. The financial sector in Indian market remarked significant growth mainly due to some financial reforms, deregulation in 1990 and by accessing the economy. All these activities caused the growth of portfolio and direct investment inflow. The most important sub-sector in financial market is banking.

Banking sub-sector

The banking sector has remarked a significant growth since the last three decades. There are two main indicators that represent this growth – ratio M3/ GDP and the number of bank branches, which increase mainly in rural and semi-rural area (see graph). Public banks have a large presence in these areas and 70% of their branches are nowadays located there. Location in these areas brings them 34% of total deposits.

The main gains in banking sector were from the public banks. The share in net profit in total assets increased to 1% of total assets in 2003 compare to 0.6% in 1997. The net interest income was reduced to 2.8% in 2003-2004 from 3.22% in 1990-91.

Operating expenses also declined to 2.3% as well as the spread of total assets ratio to 2.9%. During the period 2003-04 public sectors remarked 35% growth in profit. New reform in banking sector caused also improvement in capital ratio and in payment and settlement system. In private and foreign bank sectors there were also similar improvements in financial indicators as well. According to statistics of Chanda (2005) the share of banking services in India increased from 6.3% in 1980s to 11.2% in 1990s and in 2001-2002 to 12%.

Insurance sub-sector

The reforms in insurance sector started in 1993. Increasing competition and private sector opened up the insurance sector. The number of foreign insurance companies permitted by IRDA to Indian market increased from 10 in 2000 to 20 in 2004. The main reason of liberalization of insurance market was due to increasing number of customers in life insurance. In spite of reforms in the insurance sector India stay behind developed as well as developing countries. Total premium income in India's life and non- life insurance created in 2003 only 0.6% of the world market that is far less that other countries with smaller population. For example, in UK this indicator is 8.4%, and in US it is 36%. Market penetration in India is also weak, while market penetration in life insurance is 1.6%, in on-life insurance it is only 0.65%. The insurance sector is covered by 40 million USD, while market potential is about 250 million. The share of insurance premium in 2003 represented 2.9% (only 0.26% in non-life insurance) compared with e.g. Taiwan 11.3% or with all emerging economies 3.8%.

3. EXPORT OF FINANCIAL SERVICES

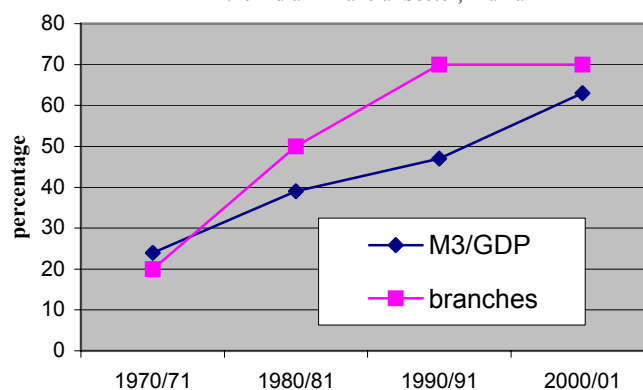
Although Indian market is relatively closed to services, from the view of financial services it is open market for foreign competition and India is mainly importer of these services. According to Chanda in 2001-2002 Indian imports of financial services increased on 2.34 billion USD – 14.5% of total service import. Total FDI have been rising in Indian market since reform period, as well as number of foreign banks and their share in total banking assets.

In comparison with export of financial services, which since the last decade has growing up, the statistics indicators are different. In the period 2001-2002 export of financial services represented 780 million USD that was 3.8% of total service export in comparison with the period 1997/98 when export created only 296 million USD (3.1% of total export services).

The weakest operations of Indian Banks abroad are transaction and deposit operations. They represented only a small percentage of the total activities. According to FICCI and European

Indicators of financial deepency in banking sector

Source: Bhattacharya, S., Patel, U. R. (2004), Reform Strategies in the Indian Financial Sector, Mumai



Commission the total asset base of Indian banks in foreign countries were 14,17319 million USD in 2001 and customer deposits represented 4,833.93 million (0.22% of total deposit in India). These weak operations in foreign countries and the barrier of entry are on a large-scale cause by such factors as the availability of capital, ability to fulfill international norms and by regulation in the host country.

Exports of insurances services increase only a little in 2000/2001 and represented 1.3% of total service export. The foreign operations by Indian insurance companies and their share in foreign markets are very small. For example New India Assurance had 0.08 % share of the market in the UK in 2000, although this market accounted for 8% of the total premium income of the company.

India is a small player in export of financial services. Indian's export potential is in financial consulting although there are a lot of other competitors on this field.

4. RESTRICTION IN TRADE IN FINANCIAL SERVICES ON THE INDIAN MARKET

The main factors that limit Indian's export service regulation of the host country are such as minimum capital requirements, transmission of personal data, and requirements for the movement of persons in financial services, reciprocity requirements and others.

As India is mainly importer of financial services, the main constraints in the trade in services are from the side of domestic policy. Indian domestic policy is very strict and there a lot of barriers for foreign investors such as access into Indian market, national treatment barriers or regulatory policy. For example there is prohibition to establish the whole-owned subsidiary by foreign firm in Indian insurance market as well as a lot of restriction to start joint venture. In insurance sector there is allowed only 26% of FDI. In banking sector restriction concerning of establishment of join venture has changed recently. The permitted FDI has increased from 49% to 74%. In spite of more positive situation in banking sub – sector there are other restriction. For example government can deny the license to foreign bank if its share of total assets in Indian market is more than 15%. Also dominant public financial institutions reduce the foreign competition. They usually benefits from government's guarantees and subsidies that are not available for foreign banks as well as for private sector in Indian market. On the other hand foreign banks usually benefits from several requirements. For example credit requirement are 32% of net bank credit for foreign banks while in domestic public banks it is 40%. In foreign banks requirement are latter "not subject to credit allocation targets" for other sectors while domestic banks include "18% for agricultural sector, 10% for the small scale sector and 12% for export".

5. FINANCIAL SERVICES UNDER THE GATS

The importance of financial services in GATS results from the growing globalization and trade liberalization in services. The GATS Annex on Financial Services is built on GATS W/120 list. The Annex includes some reforms for example concerning of credit card services.

In 1993 in the end of Uruguay Round financial services were included into the commitment schedules of 76 governments. Some developing countries were not satisfied with the results of the round mainly because of their request to more open the access into service sector. New negotiations about services were reopened in 1997. The success of this negotiation was signing of the Financial Service Agreement in December 1999 that improved the commitments in financial services. Most of the commitments concerns services in insurance, banking and securities under the WTO's jurisdiction.

In the Uruguay Round Indian requests were restrictive. India scheduled for unbound entries for mode 1 and 2 in all segments and made partial commitments for mode 3. In mode 1 India bound only for the insurance of freight. In banking sector there were commitments concerning of commercial presence through licensed branches, cap of the number of licenses to foreign banks and limit of share of total banking assets (owned by foreign banks). In insurance sector there were made limited commitments only on reinsurance and overseas brokers. In non- life insurance were India committed for insurance of freight.

6. CONCLUSION

China and India are the world's next major powers. Trade liberalization meant and still means a huge challenge for the future. Excellent economic indicators of both countries are results of wise and well-applied governmental policies. Some strict protection and regulation measures have become more relaxed and open for further liberalization process. The role of FDI have been playing vital role, which considerably helped to the excellent achievements in the sector of services. The liberalization of trade in services under the WTO brings more competition, lower prices and wider choice, higher employment, faster innovation, and greater FDI and technology transfer. India is mostly a restricted, closed market with comparative advantage in outsourcing. The India's authorities don't want to loose domestic service capacity. Whereas China has become the world's workshop for manufactured goods, India is developing a highly competitive services sector.

REFERENCES

1. Bhattacharya, S., Patel, U. R.: Reform Strategies in the Indian Financial Sector, Mumbai. 2004
2. On the move: Asia's giants take different routes in pursuit of economic greatness: in Financial Times, 23.02.2005, page 13
3. Chanda, R.: Trade in Services: Indian's Opportunities and Constraints. Working Paper 152, ICRIER. 2005. At: <http://www.icrier.res.in/publications.html>
4. Indian Embassy: Overview of the WTO Policy. 2005. At: <http://www.indianembassy.org/policy/WTO/overview.html>
5. MSI Network: Doing Business in India. 2005. At: http://www.msi-network.com/content/doing_business_in_india_industrial_licensing.asp
6. NIC: Consultation Document on the WTO Negotiation under the GATS.
7. At: http://commerce.nic.in/wto_counsel_paper.htm
8. Xie, A., Ahya C.: Asia Pacific. China and India: New Tigers of Asia. 2004. At: <http://www.morganstanley.com/GEFdata/digests/20040726-mon.html#anchor6>

CONTACT

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Technická univerzita vo Zvolene
Masarykova 24, 960 53 Zvolen

Organizácia riadenia slovenskej HD a otázka zefektívnenia jej výkonu

Ing. Marek Csabay, Mgr. Andrej Eštvánik - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave

Hospodárska diplomacia (HD) predstavuje špecifický druh štátnej služby, činnosť orgánov štátu pre medzinárodný hospodársky styk a jeho predstaviteľov pri zastupovaní štátu voči zahraničiu so zameraním na realizácie cieľov a úloh zahranično-hospodárskej politiky štátu cestou rokovaní a prostredníctvom iných legitímnych prostriedkov.

Základnou úlohou hospodárskej diplomacie je schopnosť rozpoznať hlavné trendy v ekonomickom vývoji okolitého sveta a preniesť ich ako impulzy do rozhodovacích procesov hospodárskej politiky na národnej úrovni. HD zohráva de facto úlohu akcelerátora adaptačných a rozvojových procesov v národnom hospodárstve. Aby mohla plnohodnotne vykonávať túto funkciu – napr. prostredníctvom podpory prílevu priamych zahraničných investícií a proexportnými aktivitami napomáhajúcimi prieniku domácich subjektov na zahraničné trhy – musí sa sama prispôbiť potrebám vnútornej ekonomiky a tiež podmienkam vonkajších ekonomických vzťahov. To vyžaduje vyriešenie otázok samotnej organizácie a funkčnej náplne HD SR.

Obchodno-ekonomické oddelenia pri zastupiteľských úradoch (OBEO ZÚ) SR v zahraničí sa i po viac ako 10-ročnom fungovaní nevyprofilovali do takej podoby a do takého stavu personálneho, finančného a materiálno-technického vybavenia, ktoré by umožnilo a zaručilo kvalitné plnenie všetkých funkcií a úloh, ktoré im prislúchajú v postavení zahraničného orgánu štátu pre hospodársku diplomáciu. Získaním pracovnej autonómie OBEO a ich riadením MH SR došlo po delimitácii k značnej eliminácii plnenia vedľajších úloh jeho pracovníkov, ktorí väčší pracovný priestor môžu využívať na obchodno-diplomatické a proexportné aspekty svojho služobného pôsobenia.¹⁴

Diskusia o vhodnosti inštitucionálneho zabezpečenia výkonu HD nebola uzavretá ani po prijatí delimitačnej dohody a zavedení tzv. duálneho modelu¹⁵ riadenia HD SR. Vo všeobecnosti však možno konštatovať, že hlavné výhody duálneho riadenia – bez nároku na úplnosť – spočívajú v:

- **zabezpečení vyššej úrovne špecializovanej odbornej kvalifikácie a praxe vedúcich OBEO v oblasti zahraničného obchodu zo strany MH SR,**
- zabezpečení komplexnosti riadenia a výkonu HD, keď MH SR pokrýva odborné, personálne, finančné a materiálno-technické zabezpečenie OBEO,
- vytvorení jednej línie riadenia vedúceho OBEO, i keď úplný súlad so zákonom o štátnej službe zabezpečí až pripravované podriadenie vedúcich OBEO vedúcemu služobnému úradu MH SR,
- rešpektovaní princípu, že ak má MH SR zodpovednosť za zahraničný obchod, malo by mať i možnosť riadiť ho,
- posilnení významu zahraničného obchodu v zahraničnej službe SR,
- zamedzení využívania obchodných diplomatov na plnenie úloh nesúvisiacich s ich pracovným zaradením a odbornými povinnosťami,
- zrovnoprávnení postavenia obchodných diplomatov s vojenskými a policajnými pridelencami na ZÚ SR, ktorých činnosť je tiež autonómna,
- zjednodušení kontroly a vyššej transparentnosti činnosti vedúcich OBEO.

¹⁴ Tóth, L.: Hospodárska diplomacia v štruktúre riadenia zahranično-ekonomických vzťahov SR. In: Medzinárodné vzťahy 2001. Bratislava: Ekonóm 2002, s. 259-262

¹⁵ Na základe procesu delimitácie sú OBEO ZÚ SR súčasťou ZÚ a formálne podlieha vedúcemu ZÚ v politických otázkach, ktorý navonok nesie pred orgánmi prijímajúceho štátu zodpovednosť za činnosť celého ZÚ, z hľadiska odborného, personálneho a finančného sú OBEO samostatným útvarom riadeným MH SR, vedúci OBEO má plnú pracovnú autonómiu, je riadený príkazmi a pokynmi ukladanými MH SR, ktorému priamo zodpovedá za ich kvalitné a včasné plnenie, vysielanie a odvolávanie vedúcich a ostatných zamestnancov OBEO je v pôsobnosti MH SR, ktoré o týchto rozhodnutiach informuje MZV SR.

Naopak, za nevýhody duálneho riadenia HD SR vyplývajúceho z procesu delimitácie možno považovať:

- **trieštenie personálneho stavu ZÚ SR, ktoré sú rovnako ako samotné OBEO z dôvodu nedostatku zdrojov v štátnom rozpočte personálne poddimenzované,**
- **zvýšenie nárokov na finančné zdroje z dôvodu potreby vybudovať nezávislé materiálo-technické zabezpečenie OBEO, keďže MZV SR a ZÚ SR nenesú zodpovednosť za poskytovanie podpory podnikateľskému sektoru prostredníctvom vlastných – existujúcich – kapacít,**
- **absentujúci administratívno-technický personál OBEO a s tým spojenú povinnosť vedúceho OBEO viesť administratívnu a účtovnú agendu oddelene od ZÚ, čo pri poddimenzovanom personálnom zabezpečení OBEO znižuje efektívnosť odborného pôsobenia a naplňania úlohy rozvíjať obchodno-ekonomické vzťahy s prijímajúcim štátom,**
- **oddelenie obchodnej a hospodárskej agendy od činnosti ZÚ SR, ktoré týmto nenesú zodpovednosť za rozvoj hospodárskych vzťahov,**
- **neodstránenie medzinárodnoprávnej zodpovednosti vedúceho ZÚ za činnosť všetkých členov diplomatickej misie, t. j. i za činnosť členov OBEO pri ZÚ SR v zahraničí, keďže podľa diplomatického práva misia navonok vystupuje ako nedeliteľná entita.**

Uvedené nevýhody odstraňuje MZV SR navrhovaný návrat riadenia HD do jeho kompetencie a opätovné plnohodnotné začlenenie OBEO do štruktúry ZÚ SR v zahraničí. Rizikom je momentálna absencia odborných kapacít MZV SR v oblasti riadenia zahraničného obchodu SR. Prípadný presun riadenia HD SR by bolo vhodné spojiť i s presunom kompetencií a zodpovednosti v zahraničnom obchode SR na MZV SR. Odbor medzinárodnej ekonomickej spolupráce (OMES), ktorý otázky HD, resp. ekonomickej dimenzie diplomacie v rámci štruktúry MZV SR pokrýva, by v prípade začlenenia ZOP do kompetencie MZV SR bolo treba personálne posilniť. Alternatívne by mohlo dôjsť k vytvoreniu odboru obchodnej politiky na MZV SR, spojenú prípadne s presunom personálnych kapacít z MH SR.

Jednotná zahraničná služba je z finančného hľadiska efektívnejšia už len z dôvodu nižších nárokov na administratívno-technické zabezpečenie. Pokiaľ však ide o efektívnosť plnenia odborných úloh HD, závisí efektívnosť zvoleného modelu riadenia a výkonu HD pri podpore exportu a rozvoja hospodárskych vzťahov od koncepcie proexportnej politiky, všeobecnej zahranično-hospodárskej stratégie štátu, potrieb domácej podnikateľskej sféry, jej organizácie, podmienok medzinárodného ekonomického prostredia a pod. Do vyriešenia tejto otázky, ktorá predpokladá konsenzus medzi MH SR a MZV SR, môže byť alternatívnym riešením zvýšenia výkonnosti a účinnosti slovenskej HD zefektívnenie existujúceho systému riadenia a výkonu HD SR. Uvedený zámer by sa mohol dosiahnuť napr. prostredníctvom:

- personálneho a finančného posilnenia existujúcej siete OBEO,
- optimalizáciou a stabilizáciou siete OBEO,
- zakotvenia obchodno-ekonomickej zložky do činnosti každého diplomata,
- zakotvenia obchodno-ekonomickej zložky do činnosti vedúcich ZÚ SR v zahraničí,
- odstránenia organizačnej roztrieštenosti funkčnej podpory exportu, v rámci ktorej pôsobí HD SR, a vytvorením jednotného informačného systému.

Osobitne úloha vedúcich ZÚ môže byť pri realizácii a rozvoji hospodárskych vzťahov nezastupiteľná. Títo pôsobia na kvalitatívne odlišnej úrovni ako vedúci OBEO. Oficiálne rokujú s najvyššími predstaviteľmi prijímajúceho štátu, pohybujú sa v iných kruhoch a majú prístup k iným informáciám, ku ktorým sa vedúci oficiálnych obchodných reprezentácií nemusia dostať. Pri prezentačných, propagačných a informačných aktivitách a pri budovaní pozitívneho imidžu vysielajúceho štátu a jeho ekonomiky sa pred nimi odkrývajú väčšie možnosti, rovnako ako pri lobingu v prospech podnikateľských subjektov vlastnej krajiny. Svojou autoritou na úrovni zástupcu hlavy štátu dodávajú týmto aktivitám kvalitatívne vyšší stupeň dôveryhodnosti a zvyšujú tak ich efektívnosť.

LITERATÚRA

1. Problematika podpory proexportných aktivít podnikateľských subjektov SR. Interný dokument MH SR
2. Rámcová delimitačná zmluva medzi MZV SR a MH SR o delimitácii agendy a riadenia OBEO z MZV SR na MH SR a o vzájomných vzťahoch pri ich zriaďovaní a zabezpečovaní ich činnosti
3. Správa o stave siete zastupiteľských úradov SR v zahraničí v r. 2004 a východiská pre jej ďalší rozvoj. Bratislava: MZV SR 2004
4. Tóth, L.: Hospodárska diplomacia v štruktúre riadenia zahranično-ekonomických vzťahov SR. In: Medzinárodné vzťahy 2001. Bratislava: Ekonóm 2002, s. 259-262, ISBN 80-225-1541-8
5. Tóth, L.: Diplomatický status a poslanie oficiálneho obchodného zastúpenia štátu v zahraničí. In: Almanach 2001. Bratislava: Ekonóm 2001, s.238-246, ISBN 80-225-0155-7

The labour market position of the women

Csilla Czeglédi - SIU in Győr

PREFACE

Guarantee equal opportunities for women and men has been very important theme since the beginning of European integration. By these days a very varied legal system of instrument was developed: more obligatory rules (eight guidelines) still more non obligatory recommendations were born. The main regulation fields of the obligatory (compulsory) laws are:

- the equal wages,
- the equal treatment,
- the equal judgement from the social security,
- the equal treatment to be followed in the fields of employment and professional training
- the pregnancy and protection of the motherhood during the job
- the system of the parental leave.

We have to differentiate the guarantee equal opportunities from the policy of the equal opportunities. Guarantee the equal treatment between women and men means the disadvantage distinguish of women says the prohibition of discrimination. The most important guidelines, which create obligatory communal law on the equal treatment:

1. Equal pay for equal work
2. Equal treatment on the labour market
3. Right to the equal progress, training, and working conditions
4. Opportunity of positive discrimination
5. Right to the safe and healthy environmental of work of place
6. Equal treatment on the field of social safety

In contrast to the equal treatment the policy of the equal opportunities demand that the member-states should take steps in the interest of the real emancipation of women on the different walks of life, for example: the education, public health, labour market. The principle of the equal opportunities in the EU practice are felt through the positive measures. (e. g.: special programs for labour market returning to women.) These are mostly not be found in the Hungarian practice. Their spreads will be helped by the participation in the programs of European Union which support emergence of the equal treatment and the flare of the chance of legal redress.

In my performance I show processes which happened in the last years. These need to understand the importances and rules of the foregoing laws, regulations, respectively help the follow searches.

THE LABOUR MARKET POSITION OF THE WOMEN

As the reference of ILO the economic activity of the population is measured until 74 years old. They think, that this is the age, as far the people are able to work. This has used in the OECD countries since 1992 which we use for survey of the labour force tool.

Chart 1: Employed persons by industries and sex, 2004, Persons in thousands

Industries	Males	Females	All
Agriculture, hunting, forestry and fishing	158,0	46,9	204,9
Mining and quarrying	11,3	2,9	14,2
Manufacturing	536,1	357,8	893,9
Electricity, gas and water supply	46,2	17,5	63,7
Construction	284,3	24,4	308,7
Wholesale and retail trade; repair of motor-vehicles, motorcycles and personal and household goods	266,2	279,5	545,7
Hotels and restaurants	62,6	86,2	148,8
Transport, storage and communication	215,5	80,6	296,1
Financial intermediation	25,7	54,4	80,1
Real estate, renting and business activities	149,2	123,3	272,5
Public administration and defence; compulsory social security	151,0	147,8	298,8
Education	72,0	261,0	333,0
Health and social work	61,3	208,1	269,4
Other community, social, personal and other service activities	77,9	92,7	170,6
Employed persons together	2 117,3	1 783,1	3 900,4
<i>Industry (C+D+E+F)</i>	877,9	402,6	1 280,5
<i>Services (G–Q)</i>	1 081,4	1 333,6	2 415,0

Source: Hungarian Central Statistical Office (CSO) 2005.

The kind of activity of employees and consistence of profession are connected whit the departmentalt structure.

In the processing industry, which employes the most people, shows very well, that among the employed people are majoritiy the men and it is true in the A, C, E, F industries too which are the parts of the industry sector. For this the reason that the work required physical effort. Considering these words, we can say that the men among employes are squarely majority in the industry sector.

Womanish industry are the M and N, where work about 3,5 times women, like men. This table also shows well which are the mannish and feminine professions. We can draw a parallel between the size of wages and the sexes of employees, because in the named M and N industries are, where the most part of the employees are women. These are the sectors, where the wages are the lowest. Consider the partition of the employees, the men are majority in the labour market.

The massive decline in total employment, both for men and women, during the transition process has been accompanied by considerable changes in the sectoral distribution of employment. The share of employment in goods-producing sectors (i.e. agriculture, industry and construction) has declined, while that of the service sectors has generally increased. Chart.1 shows the change in employment in individual industries relative to the change in total employment where employment is broken down by gender. Agricultural employment declined more than total employment for both men and women, but in most countries the relative fall was much greater for the latter.

One of the major consequences of the reforms and the accompanying structural adjustments was a general decline in employment during the 1990s, even in those economies where the recovery in output started relatively early. Both male and female employment fell, but the decline in female employment was considerably greater because of fiscal austerity and the associated loss of jobs in the public sector and voluntary withdrawal of women from the labour force, both of which affected women disproportionately. Thus, the *share of women in total employment*, as with their share of the labour force, fell everywhere.

In contrast, employment increased in relative terms in the service sector in most countries for both men and women. There were a few service industries, such as transport and communications, where female

employment fell faster than in the economy as a whole. However, compared with their experience in the economy as a whole, women did significantly better in trade, hotels, restaurants, financial intermediation, real estate and business services as well as public administration.

Nevertheless, in most countries the relative growth of male employment in these branches (except public administration) was greater than that for women. In addition to public administration, the relative growth of female employment in education and health services was generally greater (or declined less) than the male rates.

Chart 2: Relative wages a and the gender wage gap b by main sectors of economic activity in selected east European economies, 1994 and 2001 (Per cent)

	<i>Hungary</i>		<i>Latvia</i>		<i>Lithuania</i>		<i>Poland</i>		<i>Slovakia</i>	
	<i>1994</i>	<i>2001</i>	<i>1994</i>	<i>2001</i>	<i>1994</i>	<i>2001</i>	<i>1994</i>	<i>2001</i>	<i>1994</i>	<i>2001</i>
Total economy										
Relative wages	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Gender wage gap	19.7	18.7	23.0	19.8	30.4	18.6	-	-	25.1	25.0
Agriculture										
Share in total female employment	5.5	3.5	13.5	11.7	19.1	12.3	24.0	19.0	6.4	4.0
Relative wages	72.6	68.6	61.7	73.5	86.4	69.8	82.5	91.7	85.1	75.2
Gender wage gap	20.6	16.8	9.3	14.1	1.8	11.2	-	-	21.7	17.3
Industry										
Share in total female employment	24.4	24.2	19.7	15.6	20.2	19.8	19.7	17.3	26.6	24.1
Relative wages	99.9	101.3	101.3	99.2	131.8	104.5	109.9	102.9	104.8	99.7
Gender wage gap	31.0	29.0	18.9	19.6	9.5	25.4	-	-	30.8	29.4
Manufacturing										
Share in total female employment	22.3	23.0	18.8	14.8	18.8	18.8	18.2	15.8	25.1	22.8
Relative wages	95.8	98.5	98.6	94.1	-	99.6	94.3	93.4	101.5	96.4
Gender wage gap	30.1	28.6	17.3	15.7	-	22.7	-	-	30.9	29.1
Construction										
Share in total female employment	1.3	1.2	1.8	1.2	2.1	1.0	1.6	1.1	1.9	1.4
Relative wages	89.3	74.9	94.6	84.3	147.6	91.9	88.5	90.4	110.7	101.4
Gender wage gap	-8.1	-12.3	14.8	10.2	16.6	9.0	-	-	14.3	16.2
Total services										
Share in total female employment	68.8	71.0	65.0	71.6	58.6	66.8	54.7	62.5	65.2	70.5
Relative wages	103.2	100.8	102.1	100.5	93.9	99.0	95.2	100.6	103.1	104.2
Gender wage gap	20.2	19.1	30.4	26.4	24.3	22.4	-	-	24.3	30.8
Trade, repair, hotels etc.										
Share in total female employment	19.1	20.2	21.7	23.8	18.9	18.4	15.6	19.3	16.8	20.0
Relative wages	94.3	82.6	81.9	73.7	81.7	91.4	82.2	82.9	84.8	100.7
Gender wage gap	23.2	17.5	14.6	29.3	11.9	21.4	-	-	27.9	35.4
Transport, communications										
Share in total female employment	5.0	4.9	6.2	5.1	3.7	3.8	3.5	3.4	5.3	5.3
Relative wages	104.6	110.9	167.2	133.1	123.0	116.7	106.3	114.9	110.2	125.9
Gender wage gap	11.4	0.9	31.5	13.7	18.0	16.1	-	-	9.8	8.5
Public administration										
Share in total female employment	7.0	7.7	3.8	6.2	2.6	4.8	4.3	5.5	7.2	8.5
Relative wages	118.0	126.6	119.6	126.6	137.4	140.7	121.5	128.1	141.0	127.4
Gender wage gap	11.2	16.8	9.8	-0.4	19.5	10.5	-	-	25.5	32.3
Education										
Share in total female employment	15.0	13.9	13.4	15.2	12.5	18.0	11.4	11.2	14.0	13.1
Relative wages	94.0	94.3	83.5	92.5	69.0	89.2	87.2	96.2	92.9	79.0
Gender wage gap	25.9	25.6	18.4	11.0	15.1	3.1	-	-	22.5	12.0
Health and social care										
Share in total female employment	10.7	10.4	10.5	8.8	9.8	12.8	11.3	11.7	11.7	12.6
Relative wages	86.8	76.3	79.4	81.4	68.7	79.7	81.9	79.7	83.9	78.6
Gender wage gap	25.6	19.7	18.9	16.3	15.3	16.4	-	-	19.8	20.4

Source: UNECE secretariat estimates, based on national labour force surveys, statistical yearbooks and direct communications from national statistical offices.

Chart 2 shows relative wages by main sectors of economic activity – that is, the average wage in each sector as a proportion of the average wage in the economy as a whole for all employees – and the sectoral gender pay gaps for six east European countries for 1994 and 2001. These estimates suggest that wage gaps generally increased or remained high in industry but declined in the rest of the economy. In the service sector as a whole, where women’s share in employment and the sector’s share of total female employment are high and increasing, the gender wage gap narrowed (except in Slovakia where the wage gap increased in public administration). Among services, the narrowing of the gap was generally very marked in transport and communications, real estate and education. Relative wages in many service branches, which were already high in the mid-1990s, increased further in subsequent years and this contributed significantly to the narrowing of the gender wage gaps in both the service sector and the economy as a whole.

Chart 3: Economic activity of population aged 15–74 by age-groups and sex, 2004, Persons in thousands

<i>Age-group</i>	<i>Employed</i>	<i>Unemployed</i>	<i>Economically active</i>	<i>Economically inactive</i>	<i>Discouraged workers</i>	<i>Population</i>
Males						
15–19	14,2	8,2	22,4	291,2	3,9	313,6
20–24	157,6	25,1	182,7	156,4	9,8	339,1
25–29	351,8	22,6	374,4	50,3	9,8	424,7
30–34	306,9	18,9	325,8	30,0	7,5	355,8
35–39	291,5	16,9	308,4	33,1	7,8	341,5
40–44	238,7	12,4	251,1	38,8	7,0	289,9
45–49	283,1	14,3	297,4	71,0	7,9	368,4
50–54	253,9	11,4	265,3	98,9	6,2	364,2
55–59	155,1	6,4	161,5	125,7	4,1	287,2
60–64	49,2	0,4	49,6	195,1	1,0	244,7
65–69	10,5	0,2	10,7	178,4	0,2	189,1
70–74	4,8	0,0	4,8	158,0	0,1	162,8
Total	2 117,3	136,8	2 254,1	1 426,9	65,3	3 681,0
Females						
15–19	8,2	3,8	12,0	295,0	2,9	307,0
20–24	125,8	18,8	144,6	191,9	4,7	336,5
25–29	249,6	19,0	268,6	145,5	5,0	414,1
30–34	211,1	15,6	226,7	125,3	3,9	352,0
35–39	235,8	15,2	251,0	86,3	5,4	337,3
40–44	232,9	13,3	246,2	62,2	6,0	308,4
45–49	287,1	14,3	301,4	98,1	6,5	399,5
50–54	259,8	11,0	270,8	122,7	5,7	393,5
55–59	134,4	3,8	138,2	199,8	3,2	338,0
60–64	28,0	1,0	29,0	281,9	0,6	310,9
65–69	7,9	0,3	8,2	275,9	0,0	284,1
70–74	2,5	0,0	2,5	256,4	0,0	258,9
Total	1 783,1	116,1	1 899,2	2 141,0	43,9	4 040,2

Source: Hungarian Central Statistical Office (CSO) 2005.

Separation by sexes are showed in profession structure, which impact is demonstrable in proportion of wages. Unemployment rate of women with middle or superlative qualification are higher, than men. Among women, the proportion of permanent unemployed are lower, than men. But this is not give occasion for contentment, because this is not due to the better chance of finding a new job in case of women. On the contrary women pass more time without job. Permanent unemployment is not hit different age-groups in egually rate.

Numbers of white-collar workers are specially high by women

The survey of the position of the labour market of the women belong to the view of the age-group, because several age-groups characterize other and other living conditions. Principally by the women which squarely determine the chances of funding job. Many factors influence the chances of funding job for women for example the social and economic situation of the given country, the respectabilities, the place where the people live, the claim or pressure of separate wage and so on.

SUMMARY

In my opinion that the women are disadvantage situation in the labour market up to this time which attest the statistic datas too. The problems of the women in the labour market don't start in these days. Searching the causes of the problems we have to look back in the history.

The labour market situation of the women are squarely determined by:

- the general conditions of the entry in the labour market,
- the speciality of the labour market movement,
- the position of intro the labour market and the conditions of workplace which must study that we can understand these problems.

The european comparison attests, the changes of the labour market in the countries of the East-Central Europe were similar in the last period.

LITERATURE

1. Hungarian Central Statistical Office (CSO) 2005
2. UNECE secretariat estimates, based on national labour force surveys, statistical yearbooks 2003

The updated Lisbon strategy and key challenges for Europe in the global world

Ing. Alica Domanická - Faculty of international relations UE in Bratislava

Jobs, growth, the environment and a proper social net. These are, in a nutshell, the main concerns of Europe's citizens. The current lack of economic growth affects all of us; our pensions, salaries and our standard of living considerably suffer from it. If there are no actions taken immediately, the valued social and environmental model will become unaffordable. In the face of international competition and an ageing population, growth could soon decrease to 1% per year (more than half of today's growth). Increasing Europe's economic growth potential is a crucial challenge. The challenge is made even more pressing by developments in the global economy. Rapid technological progress, and the fundamental changes it triggers in production and trade, are shifting the distribution of economic activity worldwide. These inescapable trends provide both opportunities and challenges for Europe. Opportunities, because rapid growth in emerging markets is boosting global trade, demand and wealth. But challenges too, because greater integration in the world economy has created fierce competition, both from low-cost economies such as China and India, and from innovation-driven economies like the US. Combine this with Europe's demographic squeeze, which becomes more apparent with each passing year, and the conclusion is clear: the status quo is no longer an option for the EU.

So a difficult road lies ahead of the European Union. It is time for action to meet this growth challenge. And if Europe does succeed in boosting the EU's low potential growth rate it would not just benefit Europe - it would be a positive contribution to reducing imbalances in the world economy generally.

The reason for this is simple. Large growth discrepancies among the various regions of the world have been one factor contributing to the build-up of very large global current account imbalances. On the one hand, current account surpluses have recently increased in the EU, and remain very large in Japan and emerging Asian economies. On the other hand, the current account deficit in the US has been increasing steadily since the end of the 1990s and now stands at around 5.5 per cent of GDP.

These discrepancies in growth are set to continue, further widening already large global imbalances. This constitutes an increasing risk to the world economy. A correction of these imbalances is likely to require large adjustments to both exchange rates and interest rates which, if not carried out in an orderly fashion, may have very disruptive effects on financial markets and economic activity worldwide.

It is therefore of utmost importance to attain more balanced and sustainable growth at a worldwide level. In Europe, this means quite simply increasing the growth potential. For the US this means reducing its government deficit and ensuring a better balance between consumption and saving. Emerging Asian markets should take steps towards capital account liberalisation and financial market reform in order to allow greater exchange rate flexibility. Japan needs to continue progressing on structural reforms, particularly in the financial sector.

However, this lack of progress elsewhere in the world is no excuse for postponing much-needed reforms in the European Union. It is in the EU's own interest to change, in order for Europe to fully reap the benefits of ongoing globalisation. To do that, it is necessary to strengthen the key drivers of economic growth, namely employment and productivity. And to increase the flexibility of markets.

That is why, in 2000, an ambitious reform strategy was launched in the form of the Lisbon Agenda. It aimed to meet the challenge of boosting Europe's competitiveness and enhancing its growth potential, by increasing productivity levels and bringing more people into employment. These reforms aimed to make the EU "the most dynamic and competitive knowledge-based economy in the world" by 2010.

The EU is now half-way through the process and the results are not very satisfactory. Five years after the progress has been mixed. The EU has moved forward in some areas, even though macroeconomic

conditions have not exactly been very supportive. Between 1999 and 2004, 6½ million jobs were created in the EU. Labour market reforms to remove obstacles for low-paid workers and to promote active labour market policies have been implemented. Member States have also supported wider use of information and communication technologies, including the internet.

In other respects, the pace of reform has been disappointing. Job creation has decelerated considerably in recent years. And in the research and development area, only two countries have attained the target - spending above 3 per cent of GDP.

Nevertheless, continuing reform is now widely acknowledged, and the positive impact of Lisbon-type structural reforms is well documented. A recent paper by the Commission on the cost of 'non-Lisbon' shows that the Lisbon reforms could boost the EU's GDP by up to 7 or 8 per cent over a ten-year period.

According to the Lisbon balance sheet, it is clear that where the EU has failed is not in the conception but in the implementation of these reforms. This is why the European Commission presented a proposal this year for a renewed Lisbon strategy, more clearly focused on jobs and growth. This proposal was endorsed by the Heads of State and Government at the Spring European Council. It has been condensed into an Action Programme with priorities in three areas:

The first priority is making Europe a more attractive place to invest and work. It is necessary to make progress in order to extend and deepen the Single Market, ensure open and competitive markets, enhance European and national regulation, and improve the infrastructure. Financial integration is instrumental in achieving this. It can contribute to raising the growth potential of the EU through better allocation of resources, increased investment and higher productivity of capital. The adoption of the EU Financial Services Action Plan, which harmonises legislation in the financial area, is a step in the right direction.

The second priority is knowledge and innovation for growth. The aim here is both to increase investment in research and development and to facilitate innovation. The uptake of information and communication technologies and the sustainable use of resources are important to ensure that Europe becomes a technology leader, and to contribute to a strong European industrial base.

The last, but not least, priority is to create more and better jobs for social cohesion. This means attracting more people into employment and modernising social protection systems. Workers and enterprises need to become more adaptable and labour markets more flexible. There also needs to be more investment in human capital through better education and skill-building.

The last package of detailed proposals for growth and jobs under the next Financial Framework 2007 – 2013 was adopted by the European Commission this week. The proposals flesh out the Union's priorities on a range of vital areas such as research - to strengthen the Union's competitiveness - citizenship, freedom, security and justice and health and consumer protection - to make the European Union a safer place to live in - and a reform to achieve sustainable fisheries. The estimated cost of the package is €93billion and is already included in the proposal for a new Financial Framework adopted by the Commission last year. The current revenue ceiling is thereby kept intact. The package completes the proposals from July and September 2004 and is the last needed for the Council and the European Parliament to reach an agreement on the next Financial Framework.

This renewed reform agenda should help to create a more flexible, innovative, dynamic and investment-friendly EU economy as well as set the conditions for a sustained increase in productivity levels and, as such, allow for strengthened competitiveness and faster job creation.

Also the political importance of EU enlargement must not be underestimated when talking about the aims of the Lisbon strategy. It has already contributed to the consolidation of political stability, democracy, and respect for human rights throughout Europe. But enlargement is also economically important. Accession to the EU has provided its newest members with the opportunity to firmly anchor their process of economic catch-up with the older Member States.

The new Member States share some of the same structural challenges which the older Member States face and which are tackled through the Lisbon strategy. There is a precondition that, with the recent

remarkable experience of economic transition of the new Member States, and the dynamic growth of their economies, the new Member States will actually improve the chances of Lisbon success.

The institutional, legal and economic policy frameworks associated with preparation for EU membership, and membership itself, provide a basis for closing the income gap. The European Commission recently estimated that enlargement could raise annual GDP growth in the new Member States by 1.3 to 2.1 per cent in the current decade.

The availability of sizeable EU funds is also a clear sign of the EU's commitment to closing the gap. These have reduced risk premia in the new Member States and boosted FDI inflows, which should help modernise the economy and encourage the expansion of domestic financial intermediation, which is as yet under-developed in these countries.

An enlarged European Union requires an adaptation of its governance mechanisms. This is where the Constitution comes in. The Constitution is considered a major step forward in the process of European integration. If ratified by the Member States the new Constitution will deliver visible benefits for citizens and for the Member States, and will improve the way the European institutions work. The Constitution should provide a clearer, lasting framework for the future development of the European Union, in economic governance as in other policy areas.

Ratification of the Constitution will allow us also to make progress on the issue of external representation. Far too often, the EU is not able to play a role on the international scene commensurate with its economic weight. Economic integration and globalisation lengthen the list of issues on which a global response is needed. On those issues, the EU's voice needs not only to be heard but also to be taken into account.

The challenges are clear and the solutions as well. The European Union is to implement those even often difficult solutions in order to continue to play an important role in the world economy, to exert leadership in shaping and stabilising the international economic system and to ensure that its citizens, far from suffering the consequences of globalisation, can reap its rewards instead.

RESOURCES

Lisbon Strategy

Materials of Ministry of Finance of Slovak Republic

The European Commission News

Pension reform in the Slovak Republic and new pension companies

Ing. Martina Dubová - Faculty of national economy UE in Bratislava

Until the end of 2004 the social security system in Slovakia was the un-funded PAYG scheme based on intergenerational exchange. Since 1997 it was complemented by smaller voluntary and private funding and it was administrated by the Social Insurance Agency (SIA), a state-owned institution separated from the state budget. Since 1997 the PAYG defined benefit plans in Slovakia has been generating deficit mainly due to high unemployment and high evasions from paying contributions.

In April 2003 the Slovak government approved the Conception of Pension Reform in the Slovak Republic. The new system is based on three pillars universal for all productive citizens, and these are as follows [1]:

- Mandatory, state, un-funded, pay-as-you-go pillar;
- Mandatory, private, funded pillar;
- Voluntary, private, funded pillar.

The rate of old-age-pension contributions is 9% of monthly gross wage to the PAYG pillar and 9% to the new, mandatory (second) FF¹ pillar. The maximum gross wage for paying contributions is set from 32 000 SKK to triple the average gross wage in the economy (roughly 45 000 SKK in 2005)².

The new mandatory FF (second) pillar was introduced by the new Law on Old-Age Pension Savings definitely approved by parliament on January 20, 2004 and which came into force on January 1, 2005. The infrastructure – creation and licensing of new pension companies – was scheduled until the end of 2004. All the citizens up to defined age (approximately 52 years) are allowed to choose to enter for the FF pillar since January 2005 till June 2006. Once entered into the new system, there will be no way to go out. Young people first entering the labour market and emerging self-employees are obliged to switch.

The assets will be managed by private pension companies competing on the market. They will be supervised by an independent Financial Supervision Authority that should later become part of the Slovak Central Bank. The founders of pension companies are to be credible financial institutions with at least 3-year experience. Minimum basic capital is set to SKK 300 million (EUR 7.1 million). Each one will manage three funds with different investments limits and different risk and return relationships (see *Table 1*). Money paid to the second pillar will be a private hereditary ownership of savers. It will be excluded from the public finances. The interest earned on funds will not be taxed.

Table 1: Pension funds managed by new pension companies

	Equity	Bonds & Money market instruments	Risk and return
Growth fund	up to 80%	no limits	high
Balanced fund	up to 50%	at least 50%	middle
Conservative fund	no stocks	100%	low

Source: [2]

Clients of pension funds invest primarily in equity to gain the advantage of a large, however volatile return, and shift gradually to bonds as the date of retirement approaches. The possibility to allow such investment strategy was the main reason for creating three different funds in the Slovak system. Each saver may hold the assets only in one fund at the same time. Up to 15 years before retirement saver

¹ In the fully funded pension system pension depends on the amount of money that the worker saved on his personal account during his working life and on the net rate of return the pension company was earning during the saving period.

² In the range of roughly 800 to 1125 EUR.

may not hold assets in the growth fund and up to 7 years in the balanced fund. The securities must be traded on a public stock exchange.

The state will guarantee neither the specific performance of pension funds, nor the principal value of paid contributions. The life insurance companies will pay out the pensions. In the case of fraud or malefaction the state will guarantee 100% of granted pension.

The law states that investment into securities issued by Slovak emitters shall be at least 30% of the funds' portfolio. This limit has been decreased from the previous 50% after the amendment to the Law on the Old-Age Savings in July, 2004. The advocates of the limitation argued that it should "disable the outflow of domestic capital ..., accumulate sources for investment into the Slovak economy..., and help to develop the Slovak capital market". However, most of the economists warned of the restriction's negative effect. Due to the limited size and attractiveness of the Slovak capital market together with the limit of at least half of the assets invested mainly into fixed income securities; possibility to choose the best investment opportunities may be restricted and thus it can have a negative impact on the funded pillar rate of return and may deter the sense of the growth fund. Moreover, the liquidity excess on domestic market might cause an interest rate fall, i.e. the rate of return of FF pillar falls. It might also cause an artificial rise in the price of domestic securities and generate a "bubble" that could endanger future pensioners. Furthermore, through cheaper deficit financing the fall in interest rates would tempt the state to higher (and not always effective) expenses. In the last place, the restriction does not comply with the EU rules for free flow of capital, because it limits one of the key advantages of FF pillar – its ability to face the demographic crisis.

To avoid some restrictions and negative effects already mentioned, some other changes have been introduced after the amendment in July, 2004. The minimum requested return on balanced fund has been decreased from previous 80% to 70% of average return on balanced funds in the market and in the case of the growth fund it has been decreased from 70% to 50% of average return in the growth fund market. Further changes cover the extension of the period after which the limits will come into force from previous 18 months to current 24 months after the pension fund creation and conditions for the accession of unemployed persons and students into the second funded pillar. According to the approved amendment, unemployed persons and students can enter the system and start to save for their pensions also after June 2006, if they decide to do so within 30 days after work initiation.

Until the end of September 2004, eight entities have announced their intention to participate in the second pension pillar and establish the new pension companies (see the *Table 2*). All of them have already received the licence from the Financial Supervision Authority approving the foundation of the new second pillar entities.

Table 2: Pension companies in the second mandatory FF pillar in Slovakia

Pension Company	Shareholders	Depository Bank
Allianz-Slovenská poisťovňa DSS	Allianz-Slovenská poisťovňa 100%	Tatra banka
Credit Suisse Life & Pension DSS	Winterthur Life insurance company (Credit Suisse Group) 100%	HVB Bank Slovakia
VUB Generali DSS	50% Generali Poisťovňa and 50% Všeobecná úverová banka	Všeobecná uverová banka
AEGON DSS	AEGON Levensverzekering N.V. 100%	UniBanka
Prvá dôchodková sporiteľňa DSS	Prvá stavebná sporiteľňa 100% (shareholders: Slovenská sporiteľňa 10%, Erste Bank 25%)	Slovenská sporiteľňa
Sympatia – Pohoda DSS	Jednotný majetkový fond, Vzajomná životná poisťovňa Sympatia (TBH Group), Istrobanka (BAWAG)	Istrobanka
ING DSS	ING Group 100%	Eudová banka
ČSOB DSS	ČSOB (KBC Group) 100%	ČSOB banka

THIRD VOLUNTARY PRIVATE FUNDED PILLAR

This pillar was introduced by the Act No. 123/1996 on Supplementary Employees Insurance amended

by Act No. 409/2000 Coll. of Acts. The third pillar is administered by pension entities managing supplementary pension funds. Contribution on the supplementary pension insurance of assured employees³ was a deductible item from their gross income basis in the amount of 10%, up to SKK 24.000 per year and the same principle was applied also to the self-employed assured persons. For the employer who has concluded a contract with pension insurance company the contributions was considered as tax certified costs up to 3% of the gross salary and compensations, and up to 6% for the handicapped or disabled persons. According to the Act No. 595/2003 Coll. of Acts on Income Tax and the Act No. 461/2003 Coll. of Acts on Social Insurance (in power since January 1, 2004) the tax rate on supplementary pension allowance increased from 10% to 19%, but is applied on the whole amount of allowance as before, but only on the part that counts for pension insurance company revenues credited yearly into client's account.

Under the new Act No.650/2004 Coll. Of Acts on Supplementary Pension Saving (which came into force on 1 January, 2005) the third pillar of the pension system is reformed. The supplementary pension insurance is to be replaced by the supplementary pension saving. The third pillar is now based on the supplementary pension insurance as well as on life insurance with commercial insurance companies, limited kinds of saving products in banks and specified instruments of collective investment and investment services. This concept should support a free competition of products within the third pillar between all subjects in the financial market (banks, insurance companies, asset management companies, brokers, pension insurance companies included). Current tax exemption in the third pillar has been decreased up to maximum SKK 12,000 per year and can be applied to all products available in this pillar however, some limiting conditions were stated: minimum saving period is ten years and savings can be withdrawn first after reaching the age of 55. Until the end of 2005, current third pillar pension entities⁴ should be replaced by new private pension companies (so called DDS, joint stock companies operating as asset management companies) supervised by an independent Financial Supervision Authority.

Five supplementary pension insurance companies are now operating within the third pillar in Slovakia. The last one, ING pension insurance company, started its business at the beginning of present year with a target of gaining 35 000 clients in the first year. Prvá DDP Tatry-Sympatia is still the leader in the market; however it is continuously losing its share in favour of remaining players⁵. The most significant increase in the market position over the time has witnessed Pokoj DDP, founded by one of the most important banks in Slovakia – Tatra banka, a. s.

REFERENCES

1. GOLIAŠ, P.: Pension Reform in Slovakia. INEKO – Institute for Economic and Social Reforms, February 2004.
2. Ministry of Labour, Social Affairs and Family of the SR: Law on Old-Age Pension Savings in the Slovak Republic, 2003.

CONTACT

Department of economic theory, Faculty of national economy, University of Economics in Bratislava
Odbor riadenia úverových rizík SME, UniBanka, a.s.

Vajnorská 21, 832 65 Bratislava

Tel. č.: +421 2 49502339, Fax: +421 2 44373967

E-mail: dubovam@hotmail.com

³ Whose employer concluded contract with pension insurance company.

⁴ The third pillar pension insurance companies in Slovakia have some specific features different from commercial insurance companies as well as asset management companies. They are not joint stock companies, they have no equity capital and shareholders and they do not underlie under the supervision of the Financial Supervision Authority. They are listed only by the Ministry of Labour, Social Affairs and Family and their property is not clearly distinguished from that of their clients.

⁵ Credit Suisse Life & Pension DDP, Pokoj DDP, DDP Stabilita, ING DDP.

Dôvody využívania outsourcingu

Ing. Jan Dvořáček - Drevárska fakulta TU vo Zvolene

ABSTRACT

In the time of stiff competition and fast progressing globalization process all companies, that are realizing the situation, are trying to find ways of managing higher efficiency of their business. One of the potential approaches of how to achieve this aim, is outsourcing of supported business processes. The Outsourcing Method is used like a component of modern Enterprise Management worldwide for more than 20 years, but in the Slovakia is not so well-known. Their potential assets are used as in a tactical way and in a strategical view also.

V čase ostrej konkurencie a razantne postupujúcej globalizácie sa všetky spoločnosti, vedomé si situácie, snažia hľadať najkratšie cesty k vyššej efektívnosti a znižovaniu nákladov. Znižovanie nákladov má všeobecne veľký význam, lebo s rovnakým množstvom zdrojov sa môže zabezpečiť viac úžitkových hodnôt. Pozitívne sa odráža vo vývoji produktivity práce aj na ekonomickej situácii podniku. Ide predovšetkým o zaznamenanie poklesu úrovne nákladov vyšším zhodnocovaním materiálových a iných zdrojov pri zlepšení technickej úrovne a kvality produkcie, prípadne zmenami štruktúry výkonov smerujúcej k nižšej materiálovej a energetickej náročnosti.

Čoraz väčšiu pozornosť je potrebné venovať nielen znižovaniu nákladov, ale aj spôsobu jeho dosahovania. Väzby s okolím, vzájomné partnerské a kooperačné vzťahy, podnikateľské procesy presahujúce klasické hranice podnikov, narastajúca potreba mnohých nových zručností a spôsobilostí, narastajúce a zrýchľujúce sa tempo hospodárskych, sociálnych a technologických zmien, to všetko dnes núti podniky použiť celkom iné spôsoby podnikania a nové spôsoby riadenia spoločností. Jedným z možných prístupov, vo svete bežne využívaným, ako tento cieľ dosiahnuť, je outsourcing podporných a pomocných podnikových procesov.

CHARAKTERISTIKA OUTSOURCINGU

Vo všeobecnosti je možné povedať, že „outsourcovať je možné každú činnosť, okrem podnikateľského zámeru.“ Výstižnou prezentáciou tejto u nás ešte nie celkom známej metódy je výrok, ktorý bol uverejnený v Harvard Business Review: „Vždy, keď spoločnosť vyrába niečo, čo ostatní môžu kúpiť alebo vyrobiť lepšie a efektívnejšie, obetuje konkurenčnú výhodu. Je potrebné sa sústrediť na to, čo dáva podniku konkurenčnú výhodu a na ostatné oblasti využiť outsourcing.“ (www.hbr.com)

Pre vymedzenie pojmu outsourcing sa používa viacero alternatív. Tento pojem je možné vyjadriť ako zložený výraz troch anglických slov „**Outside Resource Using**“, čo v slovenskom ekvivalente znamená „**využitie vonkajších zdrojov**“. Ďalšou alternatívou je preklad anglického slova „**to outsource**“ ako slovenský ekvivalent: (**vyčleniť, vytesniť, odsunúť**) alebo ako zložený výraz „**outside**“ + „**source**“, ktorý sa dá preložiť ako **zdroje z vonka**.

Definícia outsourcingu

Pre charakteristiku tohto pojmu môžeme citovať nasledujúcu definíciu. Slovník ekonomických pojmov definuje tento pojem nasledovne: „*Nahradenie výrobných alebo iných výkonov vo vlastnej réžii komerčnou službou poskytovanou externým dodávateľom, je často spojený s predajom hmotného majetku a prechodom zamestnancov do externej spoločnosti.*“ (www.etrend.sk)

Naša vlastná interpretácia definuje outsourcing ako: „*presun vlastníctva podporných a pomocných procesov (alebo časti procesov) a ich riadenia na externého poskytovateľa. Tento presun môže byť spojený aj s presunom majetku alebo ľudských zdrojov. Vzťah medzi firmou a externým poskytovateľom sa uskutočňuje na základe zmluvnej dohody, v ktorej firma určí svoje presné*

požiadavky na outsourcovaný proces (časť procesu) a realizácia sa ponecháva externému subjektu za zmluvne dohodnutú platbu. Ten preberá na seba plnú zodpovednosť za riadenie, obsluhu a plynulý chod outsourcovaných procesov.“

PODSTATA OUTSOURCINGU

Podstatu outsourcingu je možné hľadať v diele Olivera Williamsona, *Trhy a hierarchie (1975)*, ktoré sa zaoberá rozborom teórie transakčných nákladov a túto teóriu Williamson stanovuje za jeden zo základných prvkov ekonomickej teórie organizácií. Rozbor teórie transakčných nákladov spája ekonomickú teóriu s teóriou riadenia a výsledkom je určenie najlepšej formy vzťahu, ktorý by mala firma rozvíjať na trhu. Toto bolo základom pre vznik metodiky, ktorá využije rozbor faktorov, ktoré určujú vnútorné a vonkajšie hranice podniku. Základným výsledkom jeho výskumu je identifikácia príslušných obmedzení firiem a pochopenie neefektívnej manažérskej činnosti.

Teória transakčných nákladov definuje vznik týchto nákladov v dôsledku transferu vlastníctva, všeobecnejšie povedané, v dôsledku transferu vlastníckych práv. V úzkom slova zmysle sa vzťahujú na čas a úsilie potrebné na uskutočnenie transakcie. V širšom slova zmysle predstavujú akékoľvek použitie zdrojov potrebných na uzavretie dohôd vrátane nákladov na získanie potrebných informácií, nákladov na zabránenie podvodom a pod.

VÝVOJ OUTSOURCINGU

Outsourcing nie je len módne slovo pre vyčleňovanie činností z podniku. Patrí k večným témam, ktoré majú konjunktúru stále, len podnety sa líšia. Za predchodcu metodiky outsourcingu sa môže považovať metodika „Make or Buy“ (vyrobiť alebo kúpiť) alebo „Own or Lease“ (vlastniť alebo prenajímať) rozhodnutí. Tu je však nutné zdôrazniť, že s využitím tejto metódy ako predchodcu metódy outsourcingu, je možné uvažovať len pri pomocných a obslužných činnostiach, ale nie pri hlavných činnostiach podniku. Pravou podstatou aplikácie metódy „Make or Buy“ je práve využívanie cudzích dodávok (cudzej výroby) v situáciách obmedzenej výrobnnej kapacity alebo iných špecifických situáciách. Rozdiel tu teda nastáva v orientácii na činnosti podniku. Zjednodušene sa však dá povedať, že outsourcing je aplikovanie metódy „Make or Buy“ (Own or Lease) primárne na pomocné a obslužné činnosti. Rovnako je potrebné zdôrazniť dlhodobější charakter outsourcingových kontraktov.

V 60. rokoch minulého storočia sa mnoho podnikov zaoberalo princípom „Make or Buy“. Vtedy väčšina podnikov a odvetví mala konjunktúru a bojovala s kapacitnými možnosťami. Rozhodovanie „Make or Buy“ bolo vtedy súčasne aj racionalizačným opatrením. Prispievalo k rastu skupiny dodávateľov. V súčasnosti ide manažmentu väčšinou o to, sústrediť sa na jadro podnikania a zbaviť sa všetkého, čo k jadru obchodnej činnosti nepatrí (*John, 1995*). Stratégia outsourcingu je spojená reinžinieringom a s vytváraním tzv. „štíhleho manažmentu“ (Lean Management), ktorý sa v podniku koncentruje na hlavnú činnosť.

Prvé kontrakty, ktoré boli charakterizované ako outsourcing, sa začali uzatvárať pred viac ako dvadsiatimi rokmi. Medzi priekopníkov využitia tejto metódy a vzorom pre ostatných sa stala spoločnosť Eastman Kodak, ktorá v roku 1989 zverejnila informáciu, že veľkú časť informačných systémov odsunula mimo firmu. Uskutočnila tak jeden z prvých kontraktov selektívneho outsourcingu, keď trom rozličným spoločnostiam zverila zabezpečovanie všetkých IT operácií, od počítačov triedy mainframe, cez desktopy až po telekomunikačné siete. V tom období začal vo svete narastať záujem o outsourcing, ktorý sa stal dynamicky rozvíjajúcou sa oblasťou a v súčasnosti sa môžeme stretnúť s rôznymi podobami outsourcingových kontraktov.

DÔVODY VYUŽÍVANIA OUTSOURCINGU

Pohľad na outsourcing je nutné vnímať z dvoch pohľadov, pohľadu strategického a pohľadu taktického. Obidva zmienené pohľady v sebe zahŕňajú štyri základné oblasti dôvodov outsourcingu:

- **Konkurenčné dôvody** súvisia priamo so stratégiou podniku. Ide o zameranie na získanie konkurenčnej výhody, náskoku pred konkurenciou. Spoločnosť tým vyjadruje svoje odhodlanie

byť lepšou ako konkurencia, cieľ je skôr naplánovaný na vzdialenú budúcnosť. Rozhodnutie v tejto oblasti je založené politicko-strategicky, teda bez hodnotenie krátkodobých prínosov rozhodnutí.

- **Vecné dôvody** sa týkajú zdokonalenia hlavnej činnosti, lebo outsourcing zabezpečuje prístup k zdrojom potrebným pre rozvoj hlavnej oblasti podniku na vysokej úrovni. Inými slovami poskytovateľ má know-how a infraštruktúru na oveľa vyššej úrovni. Spoločnosť sa môže sústrediť na hlavný predmet podnikania, zbaviť sa problému „ako na to“ a taktiež podstatne znížiť riziko úniku interných informácií. Medzi ďalšie vecné dôvody môžeme zaradiť podieľanie sa na rizikách a ich prenesenie na poskytovateľa. V niektorých prípadoch môže byť vecným dôvodom udržanie tradície alebo dokonca obyčajné prežitie.
- **Finančné dôvody** sú jednoznačne zamerané na zníženie nákladov a zvýšenie výkonov. Snahou je odstránenie skrytých nákladov, sprehľadnenie nákladov, zvýšenie pružnosti zdrojov (ľahšie prispôsobenie zmenám objemu – pri zmenšení rozsahu činností nezostávajú vysoké fixné náklady). Outsourcing uvoľní investičné zdroje pre iné účely, uvoľní kapitálové prostriedky, prisunie peniaze z predaja aktív a zníži operatívne náklady. K finančným dôvodom môžeme zaradiť aj predvídateľné náklady a kontrolovateľné výdavky pre danú oblasť – poskytovaný outsourcing sa financuje platbou paušálu v danej periodicite. Pohľad odborníkov na oblasť finančných dôvodov nie je jednotný. Viacerí autori (*Musil, Petrželka, 2002*) finančné dôvody neodporúčajú ako hlavný cieľ, pretože nejde o prostriedky, ako takýto cieľ dosiahnuť, ale iba o exaktné stanovenie úlohy. Financie sú viac rozhodovacím a hodnotiacim kritériom pre outsourcing ako dôvodom pri jeho výbere.
- **Organizačné dôvody** spočívajú predovšetkým v zjednodušení manažérskej práce, zvýšení pružnosti a sploštení organizačnej štruktúry, lepších podmienkach pre reorganizácie a fúzie. Rovnako sem môžeme zaradiť riešenie problémov s ľudskými zdrojmi.

Podľa štúdií uskutočnených The Outsourcing Institute¹⁶, medzi najčastejšie dôvody outsourcingu a potenciálne výhody z nich vyplývajúce patria:

Strategické dôvody:

- *Sústredenie sa na hlavnú činnosť podniku* - podnik presúva predovšetkým také aktivity, na ktoré nemá kapacity, von z podniku s cieľom aktivovať vlastné zdroje pre svoju hlavnú činnosť. Tým sa tieto zdroje zefektívňujú v úsilí lepšie reagovať na potreby zákazníka.
- *Prístup k možnostiam a schopnostiam na vysokej úrovni* - outsourcing umožňuje podnikom, aby sa stali partnermi expertov. Výhodou je ľahší a automatický posun v rámci trhového prostredia. A to platí predovšetkým v oblasti IS/IT, kde je veľmi nákladné a ťažké udržať si svetovú úroveň. Partnerstvo s poskytovateľom môže priniesť podniku prístup k novým technológiám, zníženie nákladov spojených s ich získaním, redukciou operatívnych záležitostí, ktoré do tejto chvíle zaťažovali manažment, kvalitu i kvantitu poskytovaných vlastných služieb ale predovšetkým prístup k informáciám.
- *Zdieľanie rizík* spojených s investíciami a s mnohými ďalšími činnosťami podniku, ktorý sa tak stáva viac flexibilný, dynamický a lepšie sa prispôbuje meniacej sa trhovej situácii.
- *Uvoľnenie zdrojov pre iné účely* - každý podnik má obmedzené zdroje a je úlohou manažmentu rozhodnúť o ich lepšom využití. Outsourcing umožňuje presun zdrojov z okrajových funkčných oblastí do oblasti hlavnej činnosti, ktorá sa odráža v službách zákazníkovi a vo svojej návratnosti. Najčastejšie sú to ľudské zdroje, keď zamestnanci zameraní interne (do podniku) budú teraz zameraní externe (na zákazníka).
- *Rýchlejší proces reinžinieringu* - proces reinžinieringu je zameraný na zefektívnenie činnosti organizácie. Niekedy sa ale môže stať, že potreba zvýšenia efektívnosti môže prísť do priameho konfliktu s potrebou investovania do hlavnej činnosti podniku. Takto sú vedľajšie a podporné

¹⁶ <http://www.outsourcing.com>

podnikové činnosti neustále odsúvané do úzadia, čo má v konečnom dôsledku za následok zníženie celkovej výkonnosti a produktivity podniku. S využitím outsourcingu vedľajších a podporných podnikových činností sa nám ponúka možnosť rýchlejšieho dosiahnutia prínosov procesu reinžinieringu.

Taktické dôvody:

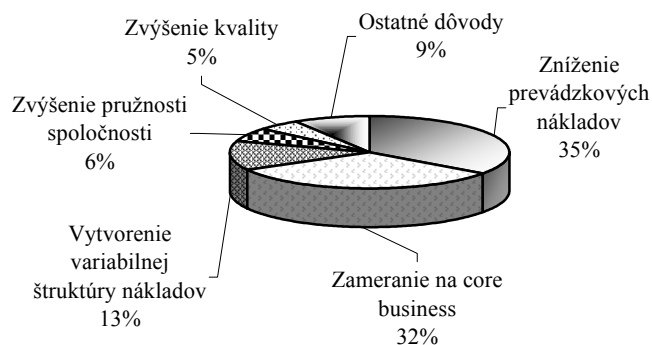
- *Uvoľnenie kapitálových prostriedkov* - ako sme už spomínali, outsourcing je cestou k zníženiu investícií do okrajových funkčných oblastí podniku. Výhoda je v tom, že tieto zdroje sú zmluvne prístupné pre bežné použitie s vynakladaním bežných operačných výdavkov. Kapitálové fondy potom možno použiť na hlavnú činnosť podniku.
- *Prísun peňazí* - v rámci outsourcingu sa stroje, zariadenia, HW, SW a i., užívané vo vytesnenej oblasti, predajú poskytovateľovi, ktorý ich používa spätne na poskytovanie služieb podniku i jeho klientom. Predaj tak vlastne pre materský podnik znamená prísun peňazí.
- *Zníženie operatívnych nákladov* - podnik, ktorý robí všetko interne, pravdepodobne vynakladá väčšie výdavky na výskum, vývoj a marketing namiesto toho, aby zaplatil vonkajšiemu podniku, ktorý sa na tieto činnosti špecializuje s nákladmi klesajúcimi priamo úmerne s rozsahom poskytovaných služieb. V prípade transakčných nákladov (náklady spojené s uzatvorením kontraktu a kontrolou jeho plnenia, náklady na komunikáciu medzi podnikom a poskytovateľom, alebo náklady na expertné a konzultantské služby spojené napr. s výberovým konaním) nastáva rast, ktorý by však mal byť nižší ako pokles výrobných nákladov.
- *Zdroje nie sú dostupné interne*, čo je jedným z dôvodov, prečo podniky vytesňujú svoju funkčnú oblasť. Význam tohto dôvodu narastá napr. pri geografickom rozširovaní podniku, pri väčšej reorganizácii oddeľujúcej podnik od zdroja, alebo pri oddelení časti podniku od materskej spoločnosti.
- *Niektoré činnosti sú ťažko zvládnuteľné*, alebo celkom mimo kontroly a outsourcing môže byť jedným z riešení nezvládnuteľnosti funkčnej oblasti. Je však otázkou, či nie je v tejto situácii lepšie, aby manažment podchytil príčiny takéhoto stavu a položil si otázku, či nemožno od outsourcingu očakávať skôr zhoršenie ako zlepšenie situácie.

ZMENA POHĽADU NA OUTSOURCING

Na začiatku 90. rokov minulého storočia, kedy sa s outsourcingom v pravom slova zmysle v podstate začínalo, bolo hlavným motívom prvých outsourcingových kontraktov snaha dostať sa z určitých finančných problémov, či to už bol nedostatočný tok hotovosti alebo (častejšie) vysoké prevádzkové náklady. Neskôr sa k tomu pridali niektoré preukázateľné výhody outsourcingu, ako napr. vyššia kvalita a flexibilita služieb firiem špecializovaných na danú činnosť. V súčasnosti väčšina firiem nevníma outsourcing podnikových procesov iba ako nástroj na zníženie nákladov. Využívajú ho aj na dosiahnutie množstva strategických cieľov. Môže ísť napríklad o radikálne zníženie nákladov, ktoré by významne ovplyvnili ziskovosť podniku, o presmerovanie kapitálu do strategickejších oblastí či o prístup k novým technológiám a odborným kvalifikáciám, ktoré umožnia pretransformovať aktivity vykonávané na priemernej úrovni na popredné procesy v odvetví a následne tak zlepšiť konkurencieschopnosť celej firmy. Trendom poslednej doby, ktorý sa iba začína rozvíjať, je koncentrácia na hlavný predmet podnikania (core business) a s týmto trendom úzko súvisiaci dôvod, snaha vyhnúť sa budúcim problémom (*Vránsky, 1998*).

V súčasnosti sú k dispozícii viaceré formy a varianty outsourcingu, ale v každom prípade sa jedná o strategické rozhodnutie, ktoré vyvoláva zásadné zmeny v organizácii. Patrí k ním napríklad to, že po vyčlenení niektorých činností či procesov z firmy, sa zvýši koncentrácia firmy na hlavné procesy (core business), z obyčajných dodávateľov sa stanú partneri, nastanú určité zmeny vo firemnej kultúre a zmení sa aj rola manažérov. Ich úlohou už nebude riadiť a koordinovať činnosti, ale tieto činnosti kontrolovať.

Obrázok 1: Dôvody využívania outsourcingu (zdroj: Outsourcing Institute, 2002)



LITERATÚRA

1. Cveček, D. – Valášek, M.: Outsourcing IT. In: Trend, roč.13, 2003, č.23, príloha Trendtop v informačných technológiách, s. 22 – 27.
2. John, E.: Outsourcing als Strategie (Klady a zápory outsourcingu). In: Moderní řízení, roč. 30, 1995, č.1, s. 32 – 33.
3. Musil, M. – Petrželka, M.: Analýza trhu outsourcingu IT. In: eFocus, roč.2, 2002, č. 3, s. 8 – 9.
4. Vranský, R.: Outsourcing: Viac ako módna vlna. In: Trend, roč. 8, 1998, č.12, s. A 24.
5. Williamson, O. E.: Markets and Hierarchies, 1975. In: Rintala, K.: Seminar Study: What Determines the Optimal Level of Outsourcing? Helsinki: 2002. In: <http://www.tuta.hut.fi>
6. <http://www.etrend.sk>
7. <http://www.hbr.com>
8. <http://www.outsourcing.com>

KONTAKT

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárska fakulta, Technická univerzita vo Zvolene
Masarykova 24, 960 53 Zvolen
E-mail: dvoracek@vsld.tuzvo.sk, Tel.: +421 45 5206445

The strategy for sustainable development of the European Union

Zoltán Eperjesi - SIU in Győr

The greatest challenge of the millennium is the integration of the ecological system, the human society and economy. Human life and the prosperity of the economy depend upon the undisturbed functioning of the biosphere and climate. It is the first time in the history that the established and wide-spread methods of production and the continuous increase of the population endanger the reproductive capability of the ecological system and the possibility of the unceasing broadening manufacture of products and rendering of services.

The definition of sustainable growth appeared at the beginning of 1980 in the vocabulary of scientists, experts, economists, and sociologists dealing with development. The definition gained ground in the documents of international organizations as well.

The report “World Conservation Strategy” published by the International Environment Protection Association **formulated the first time the conception of sustainable development** enabling the maintenance of the fauna and flora, genetic diversification and the necessary ecological equilibrium.

The UNO published its development program for sustainable growth the same time but it focused first of all on social issues. The main goals of the program concentrated on the combat against poverty, sufficient supply of food and the solution of health problems.

The most accepted description of sustainable development was formulated by the Brundtland-Commission (World Commission on Environment and Development). The report containing the description is called “Our Common Future, 1987.

According to the conception the sustainable development can be described as a development satisfying human needs without endangering the capability of future generations to satisfy their own needs.¹⁷

There are two aspects that have to be taken into consideration defining the current development. These two aspects are the priority of the maintenance of the necessities, first of all the necessities of the poor and the conception focusing on the needs of future generations that cannot be ignored.

All conceptions concerning sustainable development deal with the distribution of resources among generations.

The definition continuously improved. The negotiation held in Oslo 1994 gave the following description: **The sustainable production and consumption means the utilization of the goods and services enabling the satisfaction of elementary needs, the improvement of life quality and the minimization of poisonous materials and waste without endangering the needs of future generations.**¹⁸

1. THE POLICY OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE EUROPEAN UNION IN CHRONOLOGICAL ORDER

The principle of integration of the environment into Union policies is one of the foundations of the actions taken by the Community on the environment. **The Treaty of Amsterdam provides for environmental protection requirements to be integrated into Community policies and activities.** The ultimate goal is to ensure sustainable development - "development that meets the needs of the

¹⁷ Simai Mihály: Will the world be greener? The structural problems of the sustainable development at the beginning of the 21. century. Publishing House of the Hungarian Academy 2001. 33.p.

¹⁸ Simai Mihály: Will the world be greener? The structural problems of the sustainable development at the beginning of the 21. century. Publishing House of the Hungarian Academy 2001. 33.p.

present without compromising the ability of future generations to meet their own needs", in other words ensuring that today's growth does not jeopardise the growth possibilities of future generations.

The principle of integrating the environment into Community policies was confirmed by the Treaty on European Union, which stipulated that "environmental protection requirements must be integrated into the definition and implementation of other Community policies".

In order to put into practice the principle of integration, as laid down in the Treaty, the Community has drawn up a strategy aimed at achieving concrete results in the sectors causing the greatest damage to the environment.

As an initiative of the Swedish Prime Minister at the December 1997 European Council meeting in Luxembourg, the Cardiff European Council laid the foundation for coordinated Community action to integrate environmental concerns into EU policies, known as the '**Cardiff Process**', **by first inviting the Agriculture, Transport and Energy Councils to define their own integration strategies.**

In the case of transport, on 31 March 1998 the Commission adopted a communication on developing a Community approach on transport and CO₂. This communication assesses the impact of the measures taken to reduce CO₂ emissions and proposes establishing a comprehensive, coordinated policy covering all modes of transport.

The **common agricultural policy (CAP)** has modernised European agriculture but also led to serious deterioration of the environment. Real changes came with the 1992 CAP reform: encouragement of less intensive production, reduction of surpluses and environmental programmes for agriculture and forestry. Continuing the same approach, on 27 January 1999 the Commission submitted a communication entitled " Directions towards sustainable agriculture " which stressed the need for better integration of environmental requirements in agriculture, particularly in the context of the 1999 reform of the CAP.

The Vienna European Council welcomed the initial reports from the Agriculture, Transport and Energy Councils December 1998 and took the commitments given at the Cardiff European Council a stage further by inviting three more Councils, namely the Internal Market, Industry and Development Councils, to define their own strategies.

On 8 June 1999 the Commission submitted a communication on the single market and the environment, which stressed the need to reinforce the synergies between the single market and environment policies and proposed measures conducive to closer integration. This strategy for integrating environment policies into internal market policy was adopted by the Internal Market Council on 31 May 2001.

The conclusions of the Industry Council meeting of 29 April 1999 advocate the introduction of sustainable patterns of production and consumption. The industry strategy was adopted at the Industry Council meeting of 14-15 May 2001.

At the Gothenburg European Council (15 and 16 June 2001) meeting, the Council adopted an EU strategy for sustainable development and added an environmental pillar to the Lisbon strategy (which until then covered only the social and economic dimensions). **The main objective of the Lisbon strategy is to make the European Union the world's most competitive knowledge-based economy by 2010.**

2002 the Barcelona European Council emphasised: the sustainable development strategy means that the Union's various policies need to be consistent with its long-term objectives. Economic, social and environmental considerations must receive equal attention in policymaking and decision-making processes.

At the world summit on sustainable development in Johannesburg (26 August - 4 September 2002) a political declaration, a plan of implementation and several partnership initiatives were adopted.

The plan of implementation included the following objectives:

- to halve, by the year 2015, the proportion of people without access to safe drinking water and basic sanitation;

- to restore depleted fisheries stocks to a sustainable level by 2015 at the latest;
- to reduce the adverse effects of chemicals on health and the environment by 2020 at the latest;
- to halt the loss of biodiversity before 2010 and reverse the current trend in natural resource degradation;
- to implement national sustainable development strategies from 2005.

Other aims were agreed at the summit as well:

- to increase the global share of renewable energy sources and increase access to energy for the poorest people;
- to draw up a ten-year framework of programmes to support sustainable production and consumption patterns;
- to ensure that the Kyoto Protocol comes into force as soon as possible;
- to encourage the reform of subsidies which have adverse effects on the environment;
- to address the causes of ill health and deliver basic health services which are efficient and accessible to all.

In order to achieve the aims the governments, the private sector and the NGO's agreed on partnership and set up a monitoring system investigating the completion of these goals.

The European Union made an enormous contribution and endorsed the outcome of the Johannesburg summit.

The European Council's objectives include protecting the environment in the interest of growth and employment. In order to achieve this objective, the Council set out concrete measures to be taken:

- breaking the link between economic growth and resource use and environmental degradation;
- inviting the Member States to meet the Kyoto Protocol targets by reducing greenhouse gas emissions, setting energy targets and adopting the emissions trading Directive;
- adopting the "Intelligent Energy for Europe" programme;
- as part of the new action plan on environmental technologies, focussing on the development of new vehicle fuels and technologies;
- restricting the carriage of fuel-oil in single-hulled tankers and accelerating the withdrawal of such tankers;
- introducing a system of sanctions, including criminal sanctions, for maritime pollution offences and increasing the liability of maritime transport operators;
- strengthening the Cardiff process: in this respect, the European Council noted the Commission's intention to carry out an annual stocktaking of this process;
- improving environment-related indicators;
- achieving the objectives set in the Millennium Declaration and at the Johannesburg Summit, at the Ministerial Conference of the World Trade Organisation in Doha and at the Monterrey Conference on development financing.

At this meeting, the European Council emphasised the importance of decoupling growth from negative environmental impacts and of improving energy efficiency and increasing the use of renewable energy sources.

In order to meet the abovementioned objectives and priorities, the Union has taken the following internal and external action:

1.1. Action within the European Union

It is vital to enhance policy coherence within the Union, both at internal level (taking account of the environment in other Union policies) and at external level (particularly to avoid European policy having an adverse impact outside the Union). Both these aspects were taken into account in the latest reforms of the Common Agricultural Policy and the Common Fisheries Policy. An instrument has been set up for assessing the environmental, economic and social impact of all major Commission policy proposals, and their impact on third countries. In June 2003 it was decided to establish a "Green

Diplomacy Network". This should play an important role in integrating environmental considerations with EU external relations.

Instead of reducing the rate of biodiversity loss by 2010, as decided in Johannesburg, the Union has undertaken to halt the decline of biodiversity by the same date. Strategies for protecting soil and the marine environment (essential sources of biodiversity) are also being developed.

The Union has developed a range of instruments to promote sustainable consumption and production, such as **Integrated Pollution Prevention and Control (IPPC), the EU Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), EU environmental, social and fair-trade labels, the new framework for taxation of energy products and electricity and the Integrated Product Policy (IPP)**.¹⁹ In addition to these instruments, the Union must concentrate on sectors such as transport and energy, where emissions continue to rise. EU enlargement has made and continues to make a significant contribution to sustainable development. The 10 new Member States have harmonised their legislation with that of the Community (including the environmental and social legislation).

1.2. Action outside the European Union

With regard to poverty reduction, the Union has taken measures to meet commitments given during the Monterrey Conference on Financing for Development, particularly by increasing official development assistance.

The EU has launched initiatives on water, energy and forests. The "EU Water for Life Initiative" and "EU Energy Initiative for Poverty Eradication and Sustainable Development" were launched at the Johannesburg summit. In the context of the water initiative, the Community has established an ACP water fund.

In order to meet the objectives of the World Summit on Sustainable Development with regard to trade and globalisation, the EU is participating in World Trade Organisation (WTO) negotiations with a view to allowing developing countries to effectively integrate into the world trading system ("Doha Agenda"). It has also undertaken to strengthen the environment and sustainability dimensions of trade agreements under negotiation with third countries. The EU is in the process of establishing a special Trade Helpdesk to provide exporters in non-EU countries with technical information they may require regarding access to the EU market.

The Union considers that stronger international governance for sustainable development is necessary to meet the commitments given in Johannesburg. **The European Council has proposed reinforcing the United Nations Environment Programme (UNEP), if necessary by creating a UN Environmental Agency. The EU supports the UN Commission on Sustainable Development as the main international forum for monitoring the Johannesburg Plan of Implementation.**

2. STRATEGY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE EUROPEAN UNION

The objective of the strategy is to establish a long-term guideline enabling the combination of policies for economically, socially and environmentally sustainable development.

The European Commission communicated its strategy - A sustainable Europe for a better world: the European Union strategy for sustainable development 15 May 2001

The strategy is designed to be a catalyst for policy makers and public opinion, to change society's behaviour. It is built around cross-cutting proposals, measures to attain long-term objectives and progress reviews.

2.1. Cross-cutting proposals

The communication indicates that policies need to be made more consistent and that all of them should give priority to sustainable development. The Commission is preparing mechanisms to ensure that all

¹⁹ <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l28100.htm>

major legislative proposals include an assessment of the potential economic, environmental and social benefits and costs.

Prices need to reflect environmental and social costs; this will result in a market with less polluting products and services and will change consumer behaviour.

Investment in scientific and technical innovation is needed. The Community's framework programmes of research and development should focus more on sustainable development.

Better communication will help involve businesses and the public. The communication underlines the importance of systematic dialogue with consumers and of consulting other countries.

2.3. Measures to attain long-term objectives

The first long-term objective of the strategy is to limit climate change, firstly by meeting the commitments under the Kyoto Protocol and then by reducing greenhouse gas emissions by an average of 1% per year over 1990 levels up to 2020. The Union will put pressure on the major industrialised countries to meet their Kyoto commitments.

Limiting major threats to public health is another objective of the strategy. Food safety and quality will be ensured throughout the food chain. Threats to health and the environment posed by chemicals should be removed by 2020. Issues relating to epidemics and resistance to antibiotics will be tackled.

More responsible management of natural resources is also an objective. We need to break the link between economic growth and the use of resources and halt the loss of biodiversity by 2010. Limiting the adverse effects of transport and reducing regional disparities is another long-term objective, for which we need to break the link between economic growth and transport growth and do more to develop environmentally friendly transport. The share represented by road transport in 2010 should not be higher than in 1998.

Annex

Continent/ region/ country	Population mill. 2001	Annual growth, % 2000-2005	Density, capita/km ² 2001	GDP/capita 1998, \$	Annual water consump- tion, m ³ /capita 2000	Field ha/capita 1996-1998	Energy consump- tion kg/capita 1997	Cars/1000 inhabitants 1998	CO ₂ - emission, t/capi- ta/1997	Rate of the poor (%) 1995- 1998
World	6 143	1,2	45	6 380	7 113	0,26	1 671	124	4,2	22
developed countries	1 193	0,2	23	19 069	10 852	0,51	4 741	473	11,3	10
developing countries	4 940	1,5	60	3 243	6 196	0,20	838	30	2,1	25
Africa	813	2,3	27	1 905	5 157	0,28	733	26	1,1	36
Asia	3 721	1,3	117	3 798	3 159	0,16	926	41	2,5	27
Latin-America	527	1,4	26	6 572	27 354	0,32	1 180	92	2,7	20
North-America	317	0,9	15	28 998	16 801	0,74	7 947	746	19,6	12
Europe	726	0,2	32	14 063	9 027	0,43	3 505	343	8,0	10
Northern- Europe	95	0,1	54	19 835	11 496	0,23	4 181	427	8,8	2
Western- Europe	183	0,1	166	22 109	2 215	0,19	4 299	514	8,5	-
Eastern-Europe	303	0,5	16	6 274	9 027	0,68	3 317	171	8,4	10
Hungary	10	0,1	94	10 232	1 419	0,50	2 492	273	5,7	10
South-Europe	145	0	110	16 987	3 704	0,31	2 459	445	6,2	8
Oceania	31	0,9	4	17 423	5 354	1,94	5 354	498	12,2	-

Simai Mihály: Will the world be greener: The structural problems of the sustainable development at the beginning of the 21. century, Publishing House of the Hungarian Academy 2001. 20-21.p.

Index of environmental sustainability developed by the researchers of the Yale University 2000. The index is made up of 5 components: the state of the environmental systems of a given country, environmental tensions and risks, environmental vulnerability of the population of a country, capacity of the institutions of a country to handle environmental problems, the country's capability to international environmental co-operation. The maximal value of the index is 100.

First group		Second group		Third group		Fourth group		Fifth group	
Norway	76	United Kingdom	70	Belgium	61	Venezuela	56	Thailand	52
Finland	75	Netherlands	70	Italy	61	Columbia	55	Turkey	52
Island	75	Germany	68	Chile	60	Greece	55	Mexico	51
Sweden	75	USA	68	Czech Republic	60	Malajzia	55	India	50
Switzerland	75	Japan	66	Hungary	60	Bulgaria	54	Peru	50
New-Zeeland	73	Portugal	66	Brazil	59	South-Africa	54	Ukraine	51
Ireland	72	Israel	65	Poland	58	Indonesia	54	Zimbabwe	49
Canada	72	Spain	65	Costa Rica	57	China	54	Egypt	48
Australia	71	Russia	62	Ecuador	57	Mauritius	54	Salvador	48
Denmark	71	Slovakia	62	South-Korea	57	Singapore	54	Philippines	47
France	71	Argentina	61	Bolivia	55	Jordanian	53	Vietnam	43

Simai Mihály: Will the world be greener: The structural problems of the sustainable development at the beginning of the 21. century, Publishing House of the Hungarian Academy 2001. 40.p.

LITERATURE

1. Surányi Sándor: Resources, population in the global economy Aula Publishing House 2001
2. Simai Mihály: Will the world be cleaner? The structural problems of the sustainable development at the beginning of the 21. century, Publishing House of the Hungarian Academy 2001.
3. Rigóczy Csaba: Social geography AKG Publishing House Budapest, 1996
4. <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l28100.htm>

Pohľady na Slovenskú bezpečnosť v súvislosti so vstupom do Európskej únie

Mgr. Andrej Eštvaník, Ing. Marek Csabay - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave

HISTORICKÝ VÝVOJ TEÓRIE BEZPEČNOSTI

Dôležitou súčasťou skúmania vstupu Slovenskej republiky do EÚ je aj skúmanie bezpečnostných otázok na vedeckom základe. Tak ako iné vedecké teórie aj teória bezpečnosti má svoju históriu a vývoj. Súčasné chápanie bezpečnosti v teórii medzinárodných vzťahov sa vytvorilo vo vývoji názorov na vojnu a mier. Otázky vojny a mieru predstavovali od počiatku vzniku teórie medzinárodných vzťahov vecný problém ich skúmania, v ktorom sa zvyrazňovali vojensko-politické otázky a používanie rôznych foriem a prostriedkov ozbrojeného násillia pri riešení kríz a konfliktov. To dokazuje aj fakt, že hlavné medzníky v histórii medzinárodných vzťahov sú spojené so štyrmi veľkými vojnami. Až udalosti spojené s nežnými revolúciami, pádom Berlínskeho múru a rozpadom Sovietskeho zväzu vniesli do histórie medzinárodných vzťahov nový fenomén a to zmenu systému, ku ktorej na rozdiel od minulosti nedošlo po rozsiahlom použití ozbrojeného násillia. Tento jav bol zároveň špecifický tým, že na rozdiel od predchádzajúcich štyroch prípadov neboli jasne dohodnuté nové podmienky fungovania svetového politického systému, ktorý by adekvátne odrážal rozloženie síl medzi jeho jednotlivými aktérmi. Bolo to s časti spôsobené aj tým, že počet týchto aktérov po rozpade bipolárneho sveta značne stúpol. V týchto podmienkach si ustanovenie nových pravidiel vyžiada skôr zdĺhavejší proces, ako jednorázové rokovania. Zmena svetového systému so sebou priniesla rad nových momentov. Bola síce odstránená hrozba globálneho jadrového konfliktu, ale mnohé regionálne konflikty pokračovali s rovnakou intenzitou. Ba dokonca vzplanuli mnohé vojnové ohniská, ktoré boli počas existencie bipolárneho systému umelo hasené. Svet zachvátila nová vlna terorizmu, ktorý je momentálne krutejší a zanecháva po celom svete väčší počet obetí, ako kedykoľvek predtým. Tak isto narástol počet nevojenských bezpečnostných hrozieb, ktoré pokrývajú celý komplex medzinárodných vzťahov.

Výskyt týchto hrozieb v podmienkach prebiehajúcej globalizácie priniesol aj nový pohľad na bezpečnosť, ako na omnoho zložitejší problém, než tomu bolo v minulosti. Nové bezpečnostné výzvy nútia skúmať danú problematiku nielen z vojenského, ale aj ekonomického, sociálneho a kultúrneho hľadiska. Tento nový pohľad sa v terminológii medzinárodných vzťahov označuje ako „mäkká bezpečnosť“.

SLOVENSKO – EÚ - SNŠ

V prípade Slovenska sa dajú bezpečnostné aspekty skúmať z rôznych hľadísk. V uplynulom roku sa Slovensko stalo členom dvoch významných integračných zoskupení, EÚ a NATO. Týmto krokom spojilo svoje úsilie a prostriedky s najvyspelejšími krajinami sveta, čo mu dalo možnosť spolupodieľať sa na tvorbe bezpečnosti nielen v euroatlantickom priestore, ale prakticky všade na svete. Avšak v rámci týchto zoskupení sa Slovenská republika javí ako špecifický prípad. Jeho ekonomický vývoj za posledných 50 rokov, jeho kultúrna príslušnosť ale hlavne jeho geografické postavenie vyžadujú venovať sa otázkam bezpečnosti aj vo vzťahu k jeho východným susedom.

V tejto súvislosti je dôležité spomenúť dve zmeny, ktoré sa udiali v strednej a východnej Európe za posledných pár rokov.

Tou prvou je vystriedanie B. Jelcina na poste prezidenta Ruskej federácie V. Putinom. Nový prezident priniesol aj zmenu hlavnej zahraničnopolitickej línie krajiny. Obsah týchto zmien bol sformulovaný v dvoch základných zahraničnopolitických dokumentoch a to v „Konceptii zahraničnej politiky Ruskej federácie“ a „Konceptii národnej bezpečnosti Ruskej federácie“, prijatých v roku 2000.

Od nástupu Borisa Jeľcina na prezidentské kreslo kládla ruská zahraničná politika veľký význam vzťahom so západom, čiže s USA a krajinami EÚ, s predpokladom, že ich vzťahy sa budú odvíjať na rovnoprávnom základe. Ako ukázali následné udalosti, tieto predpoklady boli prinajmenšom chybné. Vyplyvalo to z neadekvátneho ocenenia svojich možností ruskou stranou a neželaním vzdať sa svojich veľkomocenských pozícií. Totálnym vyvrcholením nezhôd medzi Ruskom a Západom sa bombardovanie Kosova v 1998 r.

Príchod V. Putina priniesol značné zmeny v zahraničnej politike krajiny. Popri tom, že nový prezident odštartoval normalizáciu vzťahov so Západom, prehodnotil zahraničnopolitické priority, ktoré boli sformulované vo vyššie uvedených dokumentoch. Hlavnou zahraničnopolitickou prioritou krajiny sa stalo upevňovanie ruských pozícií na regionálnej úrovni, t.j. zblížovanie sa s krajinami SNŠ.

Tou druhou zásadnou zmenou bolo už vyššie spomínané posledné rozšírenie EÚ o 10 krajín, vrátanie Slovenska.

V geografickom vyjadrení to znamená, že hranica Slovenskej republiky predstavuje hranicu medzi teritóriom, ktoré má pre Rusko životne dôležité charakter na jednej strane a medzi krajinami EU a NATO na druhej.

Vstupom do EÚ a NATO sa Slovensku značne znížil počet bilaterálnych nástrojov zahraničnej politiky voči krajinám, ktoré nie sú členmi týchto dvoch zoskupení a teda aj voči svojim východným susedom. Možno teda skonštatovať, že strategické záujmy SR sa zhodujú so záujmami EU a NATO. Keďže Slovensko zdieľa vonkajšiu hranicu EÚ bude zdieľať i zodpovednosť za implementáciu spoločných politík EÚ. Otázkou teda zostáva, v riešení ktorých bezpečnostných aspektov bude Bratislava zohrávať významnú úlohu. Sú to hlavne aspekty týkajúce sa ochrany a boja proti „mäkkým hrozbám“ bezpečnosti pre jednotný integrovaný európsky priestor. V prvom rade sem spadajú nelegálna migrácia a organizovaný zločin, t.j. spoločných politík Únie v oblasti spravodlivosti a vnútorných záležitostí. V ekonomickom pláne to bude hlavne výstavby dopravnej infraštruktúry strategického významu EÚ. Spadajú sem hlavne tranzitné potrubia na prepravu strategických surovín z Ruskej federácie, ale i Strednej Ázie a Kaspického mora. Na neposlednom mieste je to vylepšovanie cestnej a železničnej infraštruktúry, spájajúcej Ukrajinu a EU, ktorá by pomohla rozvoju cezhraničnej spolupráce.

Od toho na koľko bude Slovenská republika vo svojich záväzkoch voči EÚ úspešná, v neposlednom rade závisí aj od toho, akým spôsobom bude Ruská federácia naplňovať svoje deklarované ciele. Čím väčší dôraz bude Moskva klásť na udržanie bezpečnosti vo svojom regióne, tým jednoduchšie bude pre Slovensko plniť si svoje povinnosti.

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. Škvrnda, F.: Vytváranie a fungovanie bezpečnostných systémov v súčasných medzinárodných vzťahoch, Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie „Slovensko a NATO“ konanej na EU v Bratislave, 2003., s. 57-62, ISBN 80-225-1702-X
2. Škvrnda, F.: K charakteristike nových prvkov v bezpečnostných aspektoch medzinárodných vzťahov po skončení studenej vojny, Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie „Medzinárodné vzťahy 2002“ konanej na EU v Bratislave, 2002, s.249-253, ISBN 80-225-1674-0
3. Duleba, A.: Zodpovednosť Slovenska vo vzťahoch s východnými susedmi, Zahraničná politika Slovenska po vstupe do NATO a EÚ, s.58-65, ISBN 80-969186-2-1
4. www.lenta.ru
5. www.carnegie.ru

Knowledge-based economy: A challenge for Slovakia

Ing. Iveta Fabianová - Faculty of international relations UE in Bratislava

RESUME

At the Lisbon Summit in March 2000 the heads of 15 EU member states set themselves a strategic goal for the next decade, namely to transform the EU, by 2010, into "the most competitive and dynamic knowledge-based economy in the world, capable of sustainable economic growth with more and better jobs and greater social cohesion."

In January 2005 the Slovak Government presented a „Competitiveness Strategy for the Slovak Republic until 2010“. This document presents the economic strategy for Slovakia until 2010, which should form the basis of government policy in this period.

The primary objective of the strategy is clear: to attain the standard of living of the most prosperous EU countries as soon as possible. This goal can only be achieved through rapid and long-term economic growth. Structural reforms form the basis of the Lisbon Strategy.

The realised structural reforms create the necessary prerequisites for the achievement of rapid growth of employment and labour productivity and hence also wages and living standards.

The long-term competitiveness of Slovakia can only be guaranteed by creating favourable conditions for the development of the so-called knowledge economy. Therefore, in the timeframe up to 2010, it is necessary to focus on those areas that will support the growth of the creative potential of the Slovak economy. The most important areas are information society, science, R&D and innovations, business environment, education and employment.

RESUME

Na Lisabonskom summite v marci 2000 si predstavitelia pätnástich členských štátov Európskej únie stanovili strategický cieľ pre nasledujúce desaťročie, a to transformovať Európsku úniu do roku 2010 na najkonkurencieschopnejšiu a najdynamickejšiu vedomostne založenú spoločnosť na svete, ktorá bude schopná dosahovať trvalo udržateľný rast s lepšími pracovnými podmienkami a väčšou sociálnou súdržnosťou.

V januári 2005 prijala slovenská vláda „Stratégiu konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010“. Tento dokument prezentuje ekonomickú stratégiu pre Slovensko do roku 2010, ktorá má byť základom pre politiku slovenskej vlády v tomto období. Hlavný cieľ stratégie je jasný: zabezpečiť, aby Slovensko čo najrýchlejšie dobehlo životnú úroveň najvyspelejších krajín Európskej únie. Tento cieľ sa dá dosiahnuť iba prostredníctvom rýchleho a dlhodobého hospodárskeho rastu tým, že štát bude vytvárať vhodné podmienky pre rast ekonomickej konkurencieschopnosti krajiny. Základ Lisabonskej stratégie tvoria najmä štrukturálne reformy. Uskutočnené štrukturálne reformy tvoria nevyhnutný predpoklad pre dosiahnutie rýchleho rastu zamestnanosti a produktivity práce a podporujú rast miezd a celkovej životnej úrovne.

Dlhodobá konkurencieschopnosť Slovenska sa dá zabezpečiť len vytváraním podmienok pre rozvoj tzv. znalostnej ekonomiky. Preto je nevyhnutné zamerať sa na rozvoj tých oblastí, ktoré podpora rast tvorivého potenciálu slovenskej ekonomiky. Ide najmä o oblasť ľudských zdrojov a vzdelávania, vytvorenie informačnej spoločnosti a zdravého podnikateľského prostredia a podporu vedy, výskumu a inovácií.

ÚVOD

Na zasadnutí Európskej rady v Lisabone v marci 2000 bol stanovený pre Európsku úniu nový strategický cieľ pre ďalšie desaťročie - vybudovať najkonkurencieschopnejšiu a najdynamickejšiu sa

rozvíjajúcu ekonomiku založenú na vedomostiach, s väčšou sociálnou súdržnosťou a s vyššou mierou zamestnanosti. Hlavné ciele v oblasti vzdelávania smerujú k zvýšeniu kvality ľudského potenciálu a sú úzko prepojené s cieľmi v oblasti zamestnanosti a sociálnej kohézie. Barcelonský summit v marci 2002 okrem zhodnotenia pokroku dosiahnutého v Lisabonskom procese prijal ďalšie konkrétne rozhodnutia na dosiahnutie stanovených cieľov tiež v oblasti vzdelávania.

Rada EÚ pre vzdelávanie, mládež a kultúru v roku 2003 schválila 5 kritérií hodnotenia pokroku v oblasti vzdelávania a výchovy a nové komunitárne programy Erasmus Mundus a e-Learning.

Do roku 2010 si Rada stanovila nasledujúce ciele:

- percento žiakov, ktorí predčasne opúšťajú školu nepresiahne v roku 2010 hranicu 10%
- celkový počet absolventov z matematických, prírodovedných a technických študijných odborov by mal narásť v celej EÚ do roku 2010 o najmenej 15%, pričom súčasne by sa mala vyrovnať nerovnováha z hľadiska pohlaví,
- aspoň 85% 22-ročných občanov EÚ by malo nadobudnúť v roku 2010 stredné vzdelanie,
- do roku 2010 by sa v porovnaní s rokom 2000 malo znížiť percento 15-ročných žiakov, ktorí dosahujú nízke výsledky v čítaní, o najmenej 20%,
- do roku 2010 by sa mala v EÚ dosiahnuť účasť dospelšej pracujúcej populácie (veková skupina 25-64 roční) na vzdelávaní aspoň vo výške 12,5%.

Európske snahy sa nechápu ako ciele stanovené pre jednotlivé členské štáty, sú to skôr orientačné body. Členské štáty sa môžu rozhodnúť, akým spôsobom prispievajú k splneniu týchto cieľov na európskej úrovni.

V oblasti vedy a techniky boli na zasadnutí Európskej rady v Lisabone v marci 2000 stanovené pre Európsku úniu do roku 2010 nasledovné ciele:

- zvýšiť výkonnosť výskumného potenciálu EÚ prostredníctvom zvýšenia celkových výdavkov
- na výskum do roku 2010 na 3 % HDP tak, aby 1/3 bola z verejných zdrojov
- zabezpečiť vyššiu koordináciu národných vedecko-výskumných programov v EÚ
- zlepšiť transfer poznatkov do realizácie nových technológií

Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska predstavuje ucelený plán na dosiahnutie zlepšenia životnej úrovne na Slovensku a jej priblíženie úrovni vyspelých štátov Európskej únie.

Slovenská republika je malá krajina s pomerne obmedzeným rastovým potenciálom a ak má byť „slovenský Lisabon“ na rozdiel od originálu z dielne EÚ úspešný, musí byť na priority skúpy.

Predstavitelia krajiny preto navrhujú len štyri najdôležitejšie oblasti, na ktoré by sa mali orientovať hlavné opatrenia a reformy:

- ľudské zdroje a vzdelávanie
- informačná spoločnosť
- podnikateľské prostredie
- veda, výskum a inovácie

PLNENIE CIEĽOV LISABONSKEJ STRATÉGIE V PODMIENKACH SLOVENSKEJ REPUBLIKY

1. Vzdelávanie

Aktuálny stav:

Z verejných výdavkov vykazuje Slovenská republika na vzdelávanie hodnotu 4,05 % HDP, čo je vôbec najnižšia hodnota zo všetkých členských a prístupujúcich štátov EÚ (priemer pre štáty EÚ-15 je 4,95% HDP, priemer pre prístupujúce štáty je 4,86 % HDP). Najvyššie výdavky na vzdelávanie z členských štátov EÚ vykazujú Dánsko (8,38 % HDP) a Švédsko (7,39 % HDP), z prístupujúcich štátov všetky tri pobaltské štáty (približne 6 % HDP)²⁰.

Na prvom mieste v porovnaní so všetkými členskými a prístupujúcimi štátmi je Slovenská

²⁰ Zdroj: OECD, EAG 2004

republika v podiele osôb vo veku nad 22 rokov, ktoré nadobudli minimálne stredné vzdelanie (ISCED 3); (SR 94,6% , priemer v EÚ 75,4 %) ²¹.

K silným stránkam Slovenskej republiky v oblasti školstva patria najmä:

- počet mladých ľudí s predčasne ukončeným vzdelávaním patrí medzi najnižší v EÚ a prístupujúcich štátoch k EÚ
- relatívne vysoká kvalitatívna úroveň formálneho vzdelávania,
- vysoký podiel pracovnej sily so stredným vzdelaním,
- široká sieť vzdelávacích zariadení,
- v SR je okolo 2000 vzdelávacích subjektov v oblasti ďalšieho vzdelávania (školy, rezortné vzdelávacie inštitúcie, ale najmä súkromné podnikateľské subjekty),
- zvyšujúce sa aktivity rezortov, podnikov (veľkých a stredných) vo vzdelávaní zamestnancov, pretrvávajúci záujem občanov o vzdelávanie v oblasti cudzích jazykov, informačných technológií.

Na druhej strane však modernizáciu slovenského školstva ovplyvňujú aj jeho slabé stránky:

- nedostatočné prepojenie medzi študijnými odbormi a potrebami trhu práce,
- nesúlad študijných odborov a všeobecný nedostatok kvalifikácií požadovaných v modernej ekonomike,
- nízky podiel verejných výdavkov na podpore celoživotného vzdelávania, jeho nedostatočné legislatívne zabezpečenie,
- slabé informačné zázemie,
- nízky podiel verejných výdavkov na financovaní vysokých škôl (0,72 % HDP).

Základom zabezpečenia dlhodobej konkurencieschopnosti Slovenska sú vzdelané ľudské zdroje, z čoho nevyhnutne vyplýva potreba zavedenia modernej vzdelávacej politiky na slovenských základných, stredných a vysokých školách. Dôležité je pritom dokončiť a implementovať reformy základného a stredného školstva, pričom osobitný dôraz je treba venovať samotnej reforme obsahu vzdelávania.

V Národnej lisabonskej stratégii si Slovenská republika v oblasti vzdelávania stanovila splnenie niekoľkých cieľov:

- zvýšiť výdavky z verejných zdrojov na odborné vzdelávanie,
- zvýšiť kvalitu a zlepšiť systém všeobecného a odborného vzdelávania,
- zjednodušiť prístup k systémom všeobecného a odborného vzdelávania pre všetkých,
- zaviesť do obsahu vzdelávania multikultúrne vzdelávanie a výchovu k ľudským právam,
- dosiahnuť percentuálny podiel výdavkov z HDP na celoživotné vzdelávanie porovnateľný s priemerom štátov EÚ,
- vytvárať podmienky na poskytovanie študijných programov v cudzom (svetovom) jazyku v spolupráci so zahraničnými vysokými školami a vytvárať tak podmienky pre zvýšenie mobility slovenských študentov na zahraničné vysoké školy s cieľom absolvovať aspoň časť ich štúdiá na zahraničnej vysokej škole,
- zvýšiť mobility študentov z členských štátov EÚ, ako aj z tretích štátov na slovenské vysoké školy,
- zvýšiť konkurenčné prostredie vysokých škôl podporovaním ich inštitucionálnej diverzifikácie a rozšírením pôsobenia súkromných vysokých škôl a pobočiek zahraničných vysokých škôl.

2. Veda a výskum

Aktuálny stav:

V roku 2000 bol schválený Nový model financovania vedy a techniky a bola vypracovaná a schválená Koncepcia štátnej vednej a technickej politiky do roku 2005. Štátna vedná a technická politika sa realizuje prostredníctvom základných foriem podpory vedy a techniky, a to štátnymi programami výskumu a vývoja, štátnymi objednávkami výskumu a vývoja.

²¹ tamže

Schválením viacerých zákonov boli zabezpečené legislatívne podmienky - zákon č.132/2002 Z.z. o vede a technike, zákon č.133/2002 Z.z. o Slovenskej akadémii vied, zákon č.131/2002 Z.z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákon č.231/1999 Z.z. o štátnej pomoci.

Slovenská spoločnosť nevyhnutne potrebuje širokú základňu vedeckých pracovníkov, ktorí by mohli realizovať kvalitný výskum na medzinárodnej úrovni. Je veľmi dôležité, aby boli ich aktivity prepojené aj s podnikateľským sektorom a výsledky vedeckého výskumu mohli byť prenesené do reálneho hospodárstva.

Národná lisabonská stratégia si preto v oblasti vedy, výskumu a inovácií stanovila nasledujúce hlavné ciele:

- Výchova a podpora kvalitných vedcov
- Výskum medzinárodnej kvality a s adekvátnym prepojením na podnikateľskú sféru
- Účinná verejná podpora podnikateľských aktivít zameraných na vývoj a inovácie

Nevyhnutným predpokladom na výchovu a podporu kvalitných vedcov v Slovenskej republike je zabezpečenie adekvátneho financovania pre špičkových slovenských vedcov a výskumné inštitúcie. Je potrebné zaviesť taký systém financovania, ktorý umožní nárast zdrojov pre kvalitných vedcov a inštitúcie a zároveň prinúti nekvalitné inštitúcie k zániku. Financovanie vedy a výskumu by malo byť založené na konkurenčnom princípe, t.j. financovať by sa nemali inštitúcie, ale kvalitné výskumné projekty vybrané na základe konkurencie a za dodržania prísnych vedeckých štandardov.

V oblasti aplikovaného výskumu a vývoja musí byť zabezpečené aktívne prepojenie medzi akademickým a podnikateľským sektorom. Je nevyhnutné vybrať malý počet prioritných oblastí, v ktorých bude štát vytvárať podmienky na dosiahnutie takejto kvality výskumu. Ich výber musí vychádzať z reálnych možností slovenskej vedy a výskumu a atraktívnosti daných oblastí pre dlhodobý rozvoj konkurencieschopnosti slovenskej ekonomiky.

Efektívnym nástrojom informatizácie spoločnosti je informatizácia vzdelávania, konkrétne informatizácia regionálneho školstva, vysokého školstva a systému celoživotného vzdelávania.

K silným stránkam Slovenskej republiky v oblasti vedy a výskumu patria najmä:

- intenzívna výchova vedeckých pracovníkov (PhD); (prírastok v SR je vyšší než priemer v štátoch EÚ),
- zavedenie systému štátnych programov otvorených pre medzinárodnú komunitu a ich zameranie na oblasť rozvoja inovácií, biotechnológií a budovania centier excelencie,
- prijatie Akčného plánu, v ktorom sú rozpracované záväzky SR prijaté voči EÚ.

Naopak, existuje aj veľké množstvo slabých stránok, na ktorých odstránení by malo Slovensko intenzívne pracovať. Ide predovšetkým o:

- v oblasti finančného zabezpečenia vedy a techniky je podiel celkových výdavkov na vedu a techniku v Slovenskej republike podstatne nižší než v ostatných krajinách Európy (0,59% z HDP); SR je v oblasti ročných výdavkov na investície do vedy a techniky na poslednom mieste medzi štátmi EÚ a prístupujúcimi štátmi na členstvo v EÚ,
- nízka podpora investovania podnikateľskej sféry do výskumu a vývoja.(0,35% z HDP),
- nedostatočná vedecko-technická infraštruktúra,
- relatívne malý výstup vo forme vedeckých publikácií, ktorý navyše vykazuje negatívny rast.

V správe o zapojení sa Slovenskej republiky do plnenia cieľov Lisabonskej stratégie bolo do roku 2010 vytýčených niekoľko priorít:

- zabezpečiť v novelizácii zákona č.203/2001 o Agentúre na podporu vedy a techniky poskytovanie finančných prostriedkov agentúrou riešiteľom úloh výskumu a vývoja podporovaných agentúrou priamo z rozpočtu Agentúry na podporu vedy a techniky,
- v oblasti priamej podpory zabezpečiť medziročný nárast výdavkov na vedu a techniku zo štátneho rozpočtu,

- vytvoriť organizáciám výskumu vývoja a jednotlivcom motivačné prostredie, aby mali reálnu šancu súťažiť s konkurenciou z iných krajín a tým zvýšiť návratnosť finančných prostriedkov, ktoré Slovenská republika vkladá do EÚ,
- posilniť informačné toky o rámcovom programe EÚ, najmä prostredníctvom projektu Slovenskej informačno-konzultačnej akademickej siete SIKAS,
- vytvoriť prostredie pre rast inovácií a nové formy nepriamej podpory vedy a techniky v Slovenskej republike s cieľom rozvíjať a posilniť súkromné investície a využívanie rizikového kapitálu pri výskume a vývoji,
- dosiahnuť v roku 2010 taký stav vo financovaní vedy a techniky v SR, aby percentuálny podiel celkových výdavkov na vedu a techniku z HDP v b. c. predstavoval 1,8%, pričom percentuálny podiel výdavkov štátneho rozpočtu z HDP činil 0,6%,
- v oblasti nepriamej podpory stimulovať podnikateľskú sféru tak, aby sa do roku 2010 podiel investícií do výskumu a vývoja z ich zdrojov výrazne zvýšil.

ZÁVER

Slovenská republika prešla za posledných pätnásť rokov niekoľkými významnými reformami a zmenami, ktoré zásadným spôsobom ovplyvnili jej smerovanie. K najzákladnejším z nich patria najmä transformácia z centrálne plánovanej ekonomiky na trhovú, integrácia do Európskej únie a NATO a uskutočnenie početných štrukturálnych reforiem. Aj vďaka týmto zmenám teraz čelí ďalšej výzve – stať sa v čo najkratšom čase vyrovnaným partnerom pre ostatných členov Európskej únie. K zabezpečeniu tohto cieľa by jej mala pomôcť práve Národná lisabonská stratégia, v ktorej sú jasne definované jednotlivé kroky, potrebné na jeho dosiahnutie, a kde potreba vysokej úrovne vzdelania a hĺbkovej reformy obsahu vzdelávania sú jednými z kľúčových oblastí na dosiahnutie konkurencieschopnosti Slovenska v zjednotenej Európe.

Úspech stratégie však stojí práve na politickej vôli ju naplňať. Za svoju by ju mala prijať čo najširšia časť verejnosti vrátane politikov. Aby sa nestalo, že po parlamentných voľbách sa k nej nová vláda neprihlási.

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. Stav zapojenia sa Slovenskej republiky do plnenia cieľov Lisabonskej stratégie
2. Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010
3. Lisabonská stratégia
4. www.finance.gov.sk
5. www.economy.gov.sk
6. www.government.gov.sk
7. www.europa.eu.int
8. www.etrend.sk
9. www.oecd.org

A heretic proposal for the public transportation system in Bratislava

Ing. Peter Fašung – Faculty of national economy UE in Bratislava

If you would ask the inhabitants of Bratislava what is the most significant problem in the city many of them would answer - the public transportation system. They are probably right, because except of only few changes and price increases, the system is still based on what was created in the pre-transformation era. Today's public transportation in Bratislava is decades far from a modern transport system.

In the past 15 years there were several reform plans, several attempts to change the system. But not one concept was fully implemented. We witnessed only a few partial solutions. That is the reason why I want to suggest in this paper a big bang solution for the system. The approach of this solution is absolutely different from the suggested ones in the past. I cannot say it is the best solution or the only solution possible for improving the transport system. It is a proposal for public discussion, and maybe for further processing by the officials. In my opinion this suggestion is able to solve most of the problems in the public transportation in Bratislava.

First of all we need to know what are the problems and why are the people in Bratislava unhappy with the transportation. Most of the problems are linked together. The greatest problem for the public are the ticket prices. Price level is very high compared to average purchasing power. This is caused by the highly cost demanding running of the public transportation company. Citizens have to accept the usual year on year increasing in the prices. The high costs are in some way determined by the fact, that most of the means of transport are beyond the estimated economic lifespan. That results in high fuel consumption (don't mention the recent record high oil prices - its a critical combination) and high reparture cost (plus a team of "qualified and creative" workers, who are able to maintain all the old vehicles - their wages are part of the total costs). Other faults of the public transport are - slow transport speed and crowded vehicles.

Which factors caused in my opinion the poor economic performance of the Bratislava transport company? These are the most important:

- main reason is that the transport services are charged to the customers,
- complicated system of discounts for some social groups (like students or pensioners),
- overemployment in the transport company caused by none core (none transport) services provided by the company,
- old vehicle park,
- dense net of bus/tram stops.

What kind of solution allows me to proudly call it heretic and even a big bang solution. Hereticism of this proposal comes from its untraditional point of view. Up to date suggested solutions were focused to increase the company's earnings. They didn't change the costs and the provided amount on services. My solution creates no profitable company, it just allows the transport company to deal with the amount of funding gained from the municipality. This is possible by providing the transport services free of charge. Details will be explained later. Big bang destroys the old principles of the company's business and creates new fundament on which will the service be based in the future.

So this are the steps that should economize the transport service. Main measure is to provide the services free of charge. Costs should be covered only by municipal funding. All inhabitants are forced to pay taxes to government and also taxes to the municipality (property taxes), so they already paid for the service. By this steps, the cost are downsizing rapidly. Here are some savings - no sale costs, no wage to the sales force, no costs combined with the shops (electricity, rents...), no cash manipulation costs, no bank transfer costs, no need on security services, as the transport is free there is no obligation to keep the social discounts administration and the bureaucratic labor force, no costs for the ID cards and printing system, no need to maintain the controlling system in the vehicles and the winding

machines, ticket inspectors are useless, no law costs for penalization of the freeriders and no need on additional personell and offices, etc.

Next step solves the technical problems, it contains putting out of operation all old vehicles and their sell. The effects are, new cash flow, lower maintenance costs and smaller maintenance personell, feul saving (lower costs). Operating the system with smaller number of vehicles needs necesery changes in the stops net. The number of stops should be cut to a half by experts, that results to faster transport, on one line can be used less vehicles (as they need less time to drive the whole distance), less stop and go`s (fuel saving again).

Sacking of personell diminishes the wage costs, social taxes cost, cost for the social programmes (food supply), less equipment for the personell, lower training costs, maybe also a smaller human resources team can operate the human resources departmnet, etc.

Of cours there some mines in my proposal. The fired personnel must be provided with redundancy payment, which short term raises the costs. The withdraw from delivery contracts can be penalized by the suppliers and so on. But the main problem by the implementation is the it needs to have a very strong, uncompromising leader. This is maybe the biggest obstacle to overcome, because everybody in this position will be under political pressure.

As we can see now, my proposal is based on the theory, that revenues in the public sector for provided public services are connected with great costs and thats why it is economical to provide the services free of charge.

The biggest contribution of this effort is the future confindnes of the inhabitants, with their new costless public transport system.

CONTACT

Katedra hospodáskej politiky, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave

E-mail: fasung@mail.com, Tel.: +421 903 888799

Organizational culture: An examination of its effect on the internalization process and member performance

Ing. Martina Fazekašová - Faculty of Economics and Management SUA in Nitra

ABSTRACT

Organizational culture permeates organizational life in such a way as to influence every aspect of the organization. It has been suggested that organizational culture affects such outcomes as productivity, performance, commitment, self-confidence and ethical behavior. While there have been attempts to examine culture's influence over the cognitive process through which individuals interpret their environment, further work in this area is needed. It is the object of this research to present a model of organizational culture that examine the effect on the cognitive process and helps explain the influence that organizations may have in creating and maintaining a distinct and recognizable culture.

KEY WORDS: organizational culture, internalization of the organization's culture, cultural rewards

METHODS

This research consisted of a field study that examined the development of organizational-culture internalization and the effect of internalization on the individual.

This research consisted of two distinct phases for gathering information. Phase 1 focused on the interview process that gathered data relating to organizational characteristic and values. Phase 1 also included the pre-testing of several measures that were modified for the research.

Phase 2 of the study consisted of the administration of the survey that contained two distinct parts. The first consisted of a card- sorting task that measured organizational schema complexity. The second part required the completion of the questionnaire that asked employees to respond to questions measuring specific process and outcome variables specific to the organizational culture model.

ORGANIZATIONAL CULTURE

Organizational culture permeates organizational life in such a way as to influence every aspect of the organization. It has been suggested that organizational culture affects such outcomes as productivity, performance, commitment, self confidence, and ethical behaviour.

Organizational culture has been defined as the "normative glue" that holds an organization together. Culture is the set of characteristics that describe an organization and distinguish it from others. In a more comprehensive fashion, we define culture as values and behaviours that are believed to lead to success and are thus taught to new ú members.

INTERNALIZATION PROCESS

Upon entering an organization, individuals attempt to understand what the organization is really like and try to become participating members. Individuals are motivated to "make sense" of their environment and understand why things happen. By observing behaviours that are common to the members of the organization, new employees can determine what behaviours are expected and rewarded. As rewards begin to accompany prescribed values and behaviours, employees may see these values and behaviours positively and may begin the process of embracing them as their own. Internalization takes place as the values and acceptable behaviours espoused by the organization internalization process. A commonly perceived culture will result in less conflict and more interaction. Internalization of organizational culture is defined as the similarity between the values and beliefs of the individual and the organization. Individual values suggest the way individuals ought to behave just as organizational values suggest the way organizations expect their members to behave. As individuals

adhere to and are rewarded by organizational expectations, they may find that they are unable to separate organizational expectations from their own. This internalization process also creates an intrinsic reward system, as members now see their behaviour as the “right” thing to do.

As individuals begin to internalize the organization’s value system into their own, they will evaluate their behaviour in a more positive light. Their behaviour will be extrinsically rewarded through pay and other external rewards and intrinsically rewarded because the individual has done the “right” thing. The internalization process will also lead to a greater degree of organizational commitment. The collective environment, enhanced by organizational culture, tends to create a strong sense of attachment to the organization, as members begin to subordinate their own goals in favour of the organization’s.

Internalization has been characterized as the process that teaches, shares, facilitates, disciplines, and controls individual behaviour. This research suggests three key elements that will facilitate the internalization process: 1) accurate perception of expected behavioural parameters; 2) simple organizational schema; 3) cultural rewards. These three dimensions help create and maintain the cultural effects within the individual and lead to a more culturally internalized member.

Accurate Perception of Organizational Expectations

The attributes of an organization consist of culturally influenced characteristics. The messages transmitted by these attributes are thus intended to convey the values, norms, and behaviours that are acceptable to the organization and essential to membership. A clear understanding of these organizational characteristics will allow individuals to evaluate their behaviour and make necessary corrections, if needed.

An accurate perception of acceptable behaviour is a key dimension of member development and allows the employee to begin the journey toward internalization.

Accurate information also helps individuals categorize people as in-group or out-group members. Individuals need this information to begin the internalization process. Internalization may even suggest that organizational membership is the only requirement for social acceptance.

Simple Organizational Schema

The second dimension facilitating organizational culture is organizational schema complexity, which stores information concerning the acceptable values and behaviours of organizational members. An individual’s schema is comprised of knowledge, facts, and perceptions concerning the organization. A more simple organizational schema will allow individuals to more easily understand and follow suggested organizational values and behaviours.

Schema complexity is represented by the number of distinct categories individuals use to store information. As individuals receive organizational information, they try to place this data into proper categories. General categories are created by organizational culture, which influences the storage process.

A more complex organizational schema will create many categories for information storage and retrieval, causing information analysis to become more difficult. A simple organizational schema, with fewer and more general categories, helps individuals evaluate their behaviour and also aids information retrieval and storage.

Cultural Rewards

The perception of and effort/performance/reward relationship is also an important element in the internalization process.

In this sense, behaviour is influenced by cognition. The reward systems communicated by the organization’s culture become part of the individual’s understanding of the organization and affect decisions concerning behaviour.

Organizational Culture Model

This research presents a framework that attempts to explain the process by which individuals internalize organizational culture. As individuals become active and participating members of the organization, they receive information that helps them evaluate the appropriateness of their own behaviour.

If the behaviour is rewarded, the individual receives motivation, extrinsic or intrinsic, to repeat the behaviour. As this process is repeated, individuals may begin to view the rewarded behaviour as the “correct” thing to do and may begin to internalize that behaviour into their value system.

The internalization process is facilitated by three key components. These three elements, 1) accurate perception of expected behavioural parameters, 2) simple organizational schema, and 3) cultural rewards, lead to internalization of the organizational culture. Internalization of organizational culture should be associated with positive organizational outcomes such as job satisfaction, job commitment, and performance.

Hypothesis 1: The degree of accuracy of organizational expectations reported by the individual will be positively associated with the reported degree of internalization.

Hypothesis 2: The degree of organizational schema complexity reported by the individual will be negatively associated with the reported degree of internalization.

Hypothesis 3: The degree to which individuals perceive a relationship between effort performance/reward will be positively associated with the degree of internalization.

The model also suggests that internalization of the organization’s culture will lead to such outcome behaviours as job satisfaction, job commitment, and performance. Adherence to norms and values suggested by organizational culture should provide the extrinsic and intrinsic rewards that create a satisfaction level higher than for those who do not internalize the cultural behaviours and attitudes.

Hypothesis 4: The degree of internalization will be positively associated with the degree of job satisfaction reported by the individual.

Hypothesis 5: The degree of internalization will be positively associated with the degree of organizational commitment reported by the individual.

Hypothesis 6: The degree of internalization reported by the individual will be positively associated with the reported degree of job performance.

RESULTS

An analysis of the results indicates that all of the variables presented in the Organizational Culture Model have an effect on the degree to which individuals internalize the organizational culture. The study also examined the relationship between the internalization process and work related outcomes including job satisfaction, job commitment, and performance. The results of this study indicate that there is indeed a relationship between 1) an individual’s accurate perception of expected work behaviours; 2) a simple concept of the values that are important to the organization; 3) an understanding and belief in the organization’s reward system and how well an individual truly believes in the values of the organization. The study also suggests that a relationship exists between the degree to which an individual believes in the values of the company and the individual’s amount of job satisfaction and job commitment.

Hypothesis 1 predicted a positive relationship between the degree of accuracy of the individual’s perception of company expectations and the degree of internalization reported by the individual. The study suggests that an accurate perception of organizational expectations significantly correlates with the amount of internalization reported. This indicates that, as employees understand the work behaviours that lead to success in the organization, they are likely to exhibit the same positive behaviours. It is important for employees to understand the direct relationship between acceptable behaviour, production, and rewards. Individuals will try to understand and comply with the „rules of the game“ if they understand these rules and believe that positive outcomes will result.

Hypothesis 2 predicted that the more complex or „cluttered“ an individual’s understanding of the values of an organization are, the less he/she will begin to internalize these values as his/her own. In other words, if an employee maintains a simple understanding of the values of the organization, these values will be easier to remember and follow. The results of this study indicate that while this relationship does exist, it is not very strong.

Hypothesis 3 looked at the relationship between the individual’s belief in the organization’s reward system and the degree to which he/she truly believed in the values of the organization. Employees that believe that the reward system works also tend to have a similar value system as the organization.

If employees believe that they will be rewarded for doing the things that they are asked to do, they will certainly see the organization in a more positive light. They may also begin to accept the values of the organization as their own. Employees certainly understand the relationship between performing as expected and receiving rewards.

Hypothesis 4 examined the relationship between internalization and job satisfaction. It appears that employees are more satisfied with their jobs as their values and the organization’s values become more similar. Employees who feel that the organization has the same value system as their own will view the workplace as a comfortable and familiar place and will, therefore, be more satisfied as members.

Hypothesis 5 predicted a relationship between internalization and job commitment, which was supported. The process of merging and combining the values and beliefs of the employee and the organization appears to have a binding effect, pulling the individual closer to the norms and values suggested by the organization.

Hypothesis 6 suggested a positive relationship between the degree of internalization reported and the individual’s performance. This relationship was not supported. It is possible that the performance measure was not indicative of true individual performance. Preliminary interviews with managers indicated their distrust of the performance measures and implied that a new organizational instrument was needed.

DISCUSSION

This study suggests that the relationship between accurate perception of organizational characteristics and internalization influences the way individuals feel about the organization. It is important for individuals to have an accurate picture of the normative characteristics of the organization if they are to internalize the values that drive these characteristics. Employees must understand what is expected of them. They must have confidence that their efforts will lead to positive and meaningful outcomes for themselves as well as the organization.

Accuracy also allows individuals to evaluate their behaviour, along with accompanying values, in terms of their personal value system. Employees should be given enough information to determine if they can live with the behavioural demands of the organization.

This study also suggests that the simpler the rules, the easier it is for individuals to perceive the company’s values and rules as their own. Although support for this idea was marginal, it can be argued that accurate, as well as simple, information can be more easily learned and utilized by individuals.

Finally, this study suggests that rewarding behaviour is essential in the process of having employees view their value systems as similar to the organizations. Reward systems must adequately meet and satisfy the basic needs for individual survival. In addition, rewards confirm that the individual has done the „right“ thing and that there is a positive outcome for doing the „right“ thing in this company.

As individual needs are satisfied, the individual may begin to merge the behaviours and values associated with the rewards into his/her own value system. Over time, individuals may not be able to separate organizational values from their own. If the reward structure is reinforced, the degree of individual internalization only becomes stronger. Individuals must believe that their efforts will eventually lead to rewards if they are to begin the internalization process. Individuals who are more internalized have more job satisfaction and job commitment. Employees who feel a similarity between their values and those of the organization are more satisfied with their job. These same employees also

have higher levels of commitment and loyalty to the organization. Higher levels of satisfaction, commitment, and loyalty lend themselves to a workforce that is more attuned and ready to meet the expectations of the organization. It appears that individuals who internalize the values of the organization are also those who feel a great sense of satisfaction from their association with the organization.

CONCLUSION

The results of this study suggest that organizational culture does have a positive effect on employee attitudes. A strong culture creates a feeling of belonging and increases job satisfaction and commitment. The central focus of this research maintains that organizations can have a positive effect on the creation and internalization of the organizational culture. One of the most effective ways for companies to accomplish this is through their employee training. Training is obviously used to impart the knowledge, skills, and abilities needed to successfully meet the company's objectives. However, training should also be used to communicate expected values and behaviours.

LITERATURE

1. BROCKNERS, J.-GUARE,J.: Improving the performance of low self esteem individuals: An attribution approach
2. ALVESSON,M.: Cultural perspectives on organizations. Cambridge University Press, Cambridge, UK. 1993
3. ALVESSON, M.- BERG, P.O.: Corporate culture and symbolism. Walter de Gruyter, Berlin. 1991.
4. HAMADA, T.- SIBLEY, W.E.: Anthropological perspective on organizational culture. University Press of America, Lanham. 1994

CONTACT

Fakulta ekonomiky a manažmentu, SPU v Nitre, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra

E-mail: martinafazekasova@hotmail.com

Fiškálna decentralizácia na Slovensku – vybrané aspekty

Ing. Lukrécia Gerulová, Ing. Monika Kováčová - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

The fiscal decentralization is the last stage of the decentralization process in Slovakia. It's an important process because the municipalities have lacked their own incomes and they haven't had any possibility to plan their local development. They also haven't been able to join the projects, cofinanced by the EU Funds. The fiscal decentralization means above all a change of the redistribution of the tax revenues between the municipal and regional level. The first stage of the fiscal decentralization lasted since the rise of the regional self-governments. In this stage there continued the system of the existing taxes and charges, only the tax redistribution between the state budget, regional budgets and municipal budgets. The second stage is going on at present. It lies in the tax reform in favour of the local self-governments. Some important acts have been novelized in this connection. Some redistribution criterias in the individual income tax have been introduced. Our opinion on the redistribution criterias, their rightness or unrightness, their motivating power and fairness, together with some examples from the foreign countries form the content of this paper. A fundamental change is the transformation of the local charges to the local taxes. By this measure the tax competences of the municipalities have been raised. If we consider the realized changes right, is also the theme of this paper.

KEY WORDS: fiscal decentralization, individual income tax, redistribution criterias, local taxes, tax competence

Decentralizáciu môžeme charakterizovať ako taký spôsob konštituovania verejnej správy, kde významná časť právomocí je postúpená z centrálnej úrovne na úrovne územnej samosprávy, alebo na iné kvázi nezávislé vládne organizácie, alebo na súkromný sektor. Tento pojem súvisí so zmenami v organizačnom usporiadaní spoločnosti. Decentralizácia vstúpila do pozornosti v polovici 60. rokov ako odpoveď na nadmernú centralizáciu. V poňatí „Konceptie decentralizácie a modernizácie verejnej správy“²² je decentralizácia chápaná ako odovzdanie zodpovednosti, právomoci a financií pre zabezpečovanie zákonom vymedzených úloh územnej samosprávy.

Samotné chápanie pojmu decentralizácia nabáda k zamysleniu. Prvotnou formou zoskupovania sa ľudstva bola určitá forma miest a až potom sa tieto zoskupovali do štátov. Napríklad na Slovensku sa začal proces osídľovania (3000-1800 rokov p.n.l.) vznikom malorodín, neskôr veľkorodín, ktoré sa transformovali na obce. Osídľovanie Slovanmi začalo koncom 5. a začiatkom 6. storočia n.l., vytvárali sídelné jednotky, ktorých členovia boli rovnoprávni, správca jednotky bol volený. Rodové obce sa postupne premieňali na susedské obce a vznikali hradiská, ktoré sa spolu s okolitými osadami nazývajú staroslovanské župy. Prvé štátne útvary začali vznikať až neskôr (Nitrianske kniežatstvo v 9. storočí). Z dôvodu potreby obrany pred útokmi cudzích kmeňov a vytvárania silných vojsk získavali vojenský náčelníci vysoké právomoci a možnosť obohatiť sa. Panovníci, ktorí vládli v celej ďalšej histórii, takýmto spôsobom centralizovali právomoci, ktoré pôvodne patrili obciam. Je preto nelogické, že ľudstvo za tie roky dospelo k dnešnému, vyššie uvedenému chápaniu pojmu decentralizácia. Pojem decentralizácia sa dnes vysvetľuje ako vzdávanie sa / odovzdávanie / presun kompetencií štátu v prospech nižších územnosprávnych celkov. Pojem decentralizácia by mal skôr znamenať určitý spätný presun kompetencií, lebo jeho všeobecné chápanie nabúda dojem, že všetky kompetencie prvotne patrili štátu, čo nie je pravda. To sa vzťahuje na prenesené kompetencie. Čo sa týka vlastných

²² Konceptia decentralizácie a modernizácie verejnej správy, Bratislava, máj 2001

kompetencií obcí, vôbec nie je na mieste pojem decentralizácia, keďže za ich zabezpečovanie priamo zodpovedná obec.

Fiškálna decentralizácia je poslednou etapou decentralizačného procesu na Slovensku. Ide o dôležitý proces, pretože územnej samospráve chýbali vlastné príjmy a nemala možnosť plánovať rozvoj svojho územia. Pokiaľ nie sú jasné pravidlá financovania vznikajú problémy so zabezpečením každej prenesenej kompetencie. Územná samospráva je zodpovedná za sociálno-politický rozvoj kraja, a preto má právo podieľať sa na rozhodovaní o výške daní. Posledná etapa fiškálnej decentralizácie prebieha v súčasnosti a od 1.1.2005 boli vykonané niektoré zásadné zmeny.

Medzi rozpočty sa delí výnos z jedinej dane – **dane z príjmov fyzických osôb**. Vo väčšine krajín majú obce a mestá podiely na viac ako jednej dani vyberanej štátom. Väčšinou je to daň z príjmov fyzických osôb a spoločností, ale aj daň z obratu (Rakúsko), niektoré spotrebné dane (Grécko, Španielsko). Podľa nás by mala prislúchať územným samosprávam aj naďalej určitá časť dane z príjmov právnických osôb, napr. podľa doterajších kritérií – určitá časť podľa počtu obyvateľov a určitá podľa zásluh. Zároveň by sme určili výnos dane z príjmov fyzických osôb z podnikania do rozpočtov miest podľa zásluhového princípu. Bola by to jedna z foriem podpory malého a stredného podnikania. Ako negatívum sa nám javí, že v prípade nenaplnenia očakávaného výnosu dane z príjmov fyzických osôb chýba vyrovnávací mechanizmus.

Tabuľka: Ako si kraje a obce podelia dane

Daň	Adresát	právomoc	Príjmy v roku 2005
Cestná daň	100% do rozpočtu VÚC	VÚC budú rozhodovať či budú daň vyberať a v akej výške	2.5 mld. Sk
Daň z príjmov fyzických osôb	70.3% obce 23.5% VÚC 6.2% rezerva	jednotne 19%	30 mld. Sk
Daň z nehnuteľnosti	100% do rozpočtu obcí	obce rozhodujú o výške sadzieb	4.9 mld. Sk
Miestne dane a poplatky	100% do rozpočtu obcí	obce budú rozhodovať či budú jednotlivé dane vyberať a v akej výške	2.6 mld. Sk

Zdroj: Upravené podľa denníku SME zo 15.04.2004 str.5 a zákona č 564/2004 Z.z. o rozpočtovom určení výnosu dane z príjmov územnej samospráve

Rozdeľovanie výnosu dane z príjmov územnej samospráve je upravené zákonom č. 564/2004 Z.z. o rozpočtovom určení výnosu dane z príjmov územnej samospráve a o zmene a doplnení niektorých zákonov a nariadením vlády z 2. decembra 2004 o rozdeľovaní výnosu dane z príjmov územnej samospráve s účinnosťou od 1.1.2005. Pridelenie dane z príjmov fyzických osôb obciam a samosprávnym krajom bolo motivované tým, že výber dane je relatívne rovnomerný počas celého roka a má tendenciu rásť. Na rozdiel od miestnych daní bude o sadzbe daní rozhodovať štát. Vyberať ju budú daňové úrady, ktoré ju potom rozdelia medzi obce. Základné delenie dane medzi samosprávy je: 70,3% pre obce, 23,5 % pre samosprávne kraje a zvyšných 6,2% ako rezerva. Zaujímavé by podľa nás bolo ponechať celú daňovú právomoc dane z príjmov fyzických osôb územným samosprávam. Napr. v severských štátoch môžu samosprávy určovať sadzbu dane z fyzických osôb a v Belgicku prirážku k dani. V Španielsku sa k všeobecne stanovenej sadzbe dane prirátava regionálna sadzba dane, ktorá sa v súčasnosti pohybuje od 3% do 8,4% v závislosti od príjmu. Keďže je to daň, ktorá zaťažuje všetkých obyvateľov, posilnila by sa tým väzba občan – obec. Na druhej strane však by mohlo takéto opatrenie viesť k nespravodlivosti, lebo na niektorom území by obyvatelia odvádzali väčšiu a na niektorom menšiu daň. Práve vysoké rozdiely v daňovej sile samospráv sa uvádzajú ako dôvod neodovzdania dane územným samosprávam. Preto sa bude výnos prerozdeľovať na základe celoslovenského výnosu z dane a nie podľa výnosu konkrétnej obce alebo VÚC, na základe určitých kritérií. Kritériá sú zosumarizované do prerozdeľovacieho vzorca, ktorý je vlastne nástrojom finančného vyrovnávania regionálnych rozdielov v daňovej sile. Za určitú motiváciu na celoslovenskom výbere dane

považujeme, že každá obec by sa mala snažiť, aby celoslovenský výnos bol čo najväčší. Z akéhokolvek výnosu dostanú obce 70,3% a VÚC 23,5%. Na tento rok ministerstvo financií výnos z dane pre obce odhadlo na 23,5 mld. Sk. Je možné, že sa dosiahnu vyššie ako očakávané výnosy, tak ako minulý rok. Niektoré obce majú aj predstavu, ako by s dodatočnými prostriedkami naložili - použili by ich na rozvoj mesta, niektoré by znížili miestne dane, ktorých zvýšením si kompenzovali stratu z fiškálnej decentralizácie.²³

V prípade obcí sa do úvahy berie počet obyvateľov, detí v základných umeleckých školách a školských zariadeniach a dôchodcov. Skutočné príjmy obcí však zamieša tzv. veľkostný koeficient. V ňom chce MF SR zohľadniť to, že väčšie mestá neposkytujú verejné služby len svojim obyvateľom, ale aj tým, ktorí v nich prechodne bývajú, pracujú študujú a pod. Dostanú tak relatívne viac peňazí. Niektoré obce to môžu chápať ako nútenie k zlučovaniu a k medziobecnej spolupráci. Skutočným donucovacím prostriedkom by podľa nás bolo, keby podmienkou k prerozdeleniu zdrojov bolo dosiahnutie určitého počtu obyvateľov v obci. Takúto podmienku stanovili v Rakúsku, kde sa v polovici 60. rokov uskutočnila reforma, ktorá mala združovať najmä veľmi malé obce do nových právnych subjektov s približne 1 000 obyvateľmi. K skutočnému poklesu došlo však len v štyroch spolkových krajinách. Od tohto obdobia počet obcí znova narastá. Myslíme si, že susedné obce na Slovensku by sa mali pozlučovať za účelom efektívnejšieho poskytovania verejných služieb, alebo aspoň úzko spolupracovať pri zabezpečovaní väčšiny služieb. (Napriek tomu vo Švajčiarsku existujú tzv. školské obce - územné korporácie vykonávajúce úlohy pri správe škôl základného, prípadne vyššieho stupňa - istá forma medziobecnej spolupráce). Náklady na správu v obciach do 500 obyvateľov tvoria 40 - 50 % bežného rozpočtu obce. Zvýšením počtu obyvateľov by obce získali aj výhodu vo vyššom prídely dane z príjmov. Čo sa týka medziobecnej spolupráce, k tej by obce mali smerovať bez ohľadu na spôsob prerozdelenia financií.

V prípade samosprávnych krajov rozhoduje o rozdelení výnosu dane z príjmov fyzických osôb počet obyvateľov, mládeže od 15 do 18 rokov, dôchodcov, hustota obyvateľstva, ktorá súvisí s financovaním verejnej autobusovej dopravy, a dĺžka ciest II. a III. kategórie a rozloha kraja. Takéto použitie kritérií sa nám zdá spravodlivé, otázkou je, či nebude stavať kraje proti sebe. Vzhľadom na to, že takéto delenie by spôsobilo diferenciáciu medzi VÚC navzájom a zároveň v porovnaní so súčasným stavom, zavádza sa koeficient horizontálneho vyrovnávania, ktorým sa vynásobí podiel VÚC na výnose dane vypočítaný podľa vzorca. V období rokov 2005 až 2007 sa vypočítané hodnoty rozdielu medzi starým a novým systémom upravujú každoročne rovnomerne o 25 % s tým, že od roku 2008 bude platiť koeficient solidarity vo výške 90 %.

Navrhovali by sme zohľadniť aj iné kritériá, napr. počet mladých rodín alebo počet žien na materskej dovolenke. Ak sa má pomôcť zaostávajúcim regiónom, je zvláštne, že medzi kritériami chýba počet nezamestnaných v regióne a počet ľudí v sociálnej núdzi. Nezamestnanosť sa zohľadňuje napr. v Taliansku. Podiel obyvateľstva v sociálnej núdzi berú do úvahy napr. niektoré spolkové krajiny Nemecka. Podľa nás by sa mala prosperita regiónu „odmeňovať“ tým, že by plynula časť výnosu dane z príjmov právnických osôb do rozpočtov VÚC alebo miestnych rozpočtov a daň z fyzických osôb z podnikania do miestnych rozpočtov. A zaostávanie regiónu, za ktoré región ako celok asi nemôže, by malo byť kompenzované výberom takých kritérií na prerozdelenie, ktoré sú pre zaostané regióny charakteristické. Okrem toho by bolo vhodné, aby sa použili aj výkonnostné kritériá ako podiel na HDP, ktoré by motivovali regióny k lepšej výkonnosti a neodrádzali bohatšie regióny. Ak sa totiž používajú len vyrovnávacie kritériá v prospech chudobnejších regiónov, bohatšie regióny nemajú motiváciu byť výkonnejšie a prispievať tým viac do „spoločného fondu“. Výber vhodných kritérií je ťažký, lebo vždy bude niektoré samosprávy zvýhodňovať a iné znevýhodňovať. Malé a zaostané obce žiadajú podporu kvôli sťaženým podmienkam fungovania a veľké mestá zase odmietajú financovať

²³ Znížia sa miestne dane, ak bude výber štátnych daní rekordný? Denník SME, 10.1.2005, str. 4

neefektívne fungovanie samosprávy v malých obciach.²⁴ Myslíme si, že podpora zaostalých regiónov by mala byť v prvom rade politikou štátu a ten by mal na tento účel poskytovať účelové dotácie.

Ďalšou podstatnou zmenou v súvislosti s fiškálnou decentralizáciou bolo pretransformovanie miestnych poplatkov na **miestne dane**. Podľa nového zákona č. 582/2004 Z.z. o miestnych daniach a miestnom poplatku za komunálne odpady a drobné stavebné odpady vzniklo 7 nových miestnych daní okrem dane z nehnuteľností a dane z motorových vozidiel, ktorú ukladá VÚC. Podľa zákona sa obce môžu rozhodnúť, či danú daň zavedú alebo nie a určiť jej sadzbu. Takisto sa môže rozhodnúť, či použije oslobodenia uvedené v zákone, alebo nie. Stratu výnosov z niektorých zrušených poplatkov si má obec kompenzovať inými daňami. Napr. poplatok za ubytovaciu kapacitu a poplatok za pobyt v kúpeľnom meste alebo mieste sústredeného cestovného ruchu môžu kompenzovať daňou za ubytovanie, ktorá sa môže vyberať v každom ubytovacom zariadení, poplatok za užívanie bytu alebo jeho časti na iné účely ako na bývanie sa môže kompenzovať daňou z nehnuteľností. Daňová právomoc miest a obcí bude mať za následok veľké rozdiely v daniach na rôznych územiach. Najmenej odlišujúcou je daň za ubytovanie, ktorú mestá určili okolo 10 Sk za osobu a noc. Ale napr. daň za psa v Trenčíne a Myjave nevyberajú, v Spišskej Novej Vsi je až 3000 Sk za rok. Daň za predajné automaty v Trenčíne alebo v Trnave nezaviedli vôbec, v Žiline je do 12000 Sk ročne, v Pezinku až 50000 Sk ročne. Daň za nevýherné hracie prístroje niekde nevyberajú, niekde predstavuje 20000 Sk ročne. Rozdiely v dani z nehnuteľností predstavujú niekde aj 10%.²⁵

Ponechanie daňovej právomoci miestnych daní obciam a mestám je zrejme dobrý krok. Mestám a obciam však môžu vzniknúť problémy pri realizácii zákona. Vo výške sadzieb je ponechaná voľnosť ich výšky tak, aby si ich rastom mesto zabezpečilo chýbajúce finančné prostriedky. Niektoré obce to už využili a zvýšili dane, aby vyrovnali rozpočet, inde aby splatili úver. Výšku sadzieb však musí schváliť mestské zastupiteľstvo, ktoré pozostáva z občanov mesta. Tu môže nastať tlak na poslancov zo strany občanov jednotlivých mestských častí a zvýšenie sadzby nemusí nastať. Možno by bolo lepšie, keby obce mali naďalej zákonom určené pásmo sadzby dane, lebo niektorí starostovia by mohli zneužiť možnosť nezaviesť niektorú daň z populistických dôvodov. Splnomocnenec vlády pre decentralizáciu V. Nižňanský hovorí, že tlak z ministerstva financií sa presunie do územia. „Primátor, starosta, či župan bude musieť svojim spoluobčanom vysvetliť, prečo niektoré dane zvýšil, načo ich chce použiť a ako to nakoniec urobil“. Zároveň dodáva, že to bude stimulovať spoluprácu samospráv s neziskovým sektorom a súkromníkmi tam, kde títo vedú niektoré služby poskytnúť lacnejšie a efektívnejšie. Samosprávy by mali mať príjmy z malého množstva, ale výnosných daní²⁶. Počet bývalých miestnych poplatkov bol síce zredukovaný, budú ale nové dane dostatočne výnosné, obzvlášť, keď najvýnosnejšie miestne poplatky boli zrušené? Do miestnych rozpočtov by mali podľa nás plynúť výnosy z ďalších daní (dane z podnikania, dane z príjmov právnických osôb). Zároveň by mali využiť možnosť čerpania európskych fondov.

Do rozpočtov VÚC plynú celý výnos cestnej dane = dane z motorových vozidiel, ktorý sa predtým prerozdieval medzi miestne rozpočty a Štátny fond cestného hospodárstva, neskôr štátny rozpočet. Podľa nás by mal výnos z tejto dane byť aj naďalej prerozdelený medzi všetky tri rozpočty, územným samosprávam napr. podľa dĺžky ciest, aby sa zachoval určitý účel dane. Ako jeden z vlastných príjmov VÚC, môže byť použitý na akýkoľvek účel, čo nepovažujeme za správne. Napr. výnos z dane z motorových vozidiel vo Francúzsku je používaný na kompenzovanie nákladov na údržbu ciest poškodených ťažkotónážnymi vozidlami. Na zabezpečenie vlastných príjmov VÚC by sa malo počítat' aj s výnosmi z iných daní.

²⁴ Obce nemôžu existovať na úkor miest, Z komuniké rokovania klubu primátorov K8, konaného dňa 9. novembra 2004, časopis Verejná správa 2004

²⁵ SME 7.1.2005, Príloha

²⁶ Neubauerová, E.: Finančné aspekty decentralizácie verejnej správy, Bratislava, Ekonóm 2003, str.102

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. Konceptia decentralizácie a modernizácie verejnej správy, Bratislava, máj 2001
2. Neubauerová, E.: Finančné aspekty decentralizácie verejnej správy, Bratislava, Ekonóm 2003
3. SME 7.1.2005, Príloha, 10.1.2005, str. 4 , 15.04.2004 str.5
4. Časopis Verejná správa 2004
5. Zákon č. 582/2004 Z.z. o miestnych daniach a miestnom poplatku za komunálne odpady a drobné stavebné odpady
6. Zákon č 564/2004 Z.z. o rozpočtovom určení výnosu dane z príjmov územnej samospráve a o zmene a doplnení niektorých zákonov
7. Nariadenie vlády z 2. decembra 2004 o rozdeľovaní výnosu dane z príjmov územnej samospráve s účinnosťou od 1.1.2005.

KONTAKT

Ing. Lukrécia Gerulová

Katedra financií, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave

Dolnozemska 1/A, 852 35 Bratislava

E-mail: glukrecia@hotmail.com

Ing. Monika Kováčová

Katedra bankovníctva a medzinárodných financií, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave

Dolnozemska 1/A, 852 35 Bratislava

E-mail: mkovacov@dec.euba.sk

Moslimské bratstvo v kontexte politického islamu

Ing. Mgr. Magdaléna Hašková - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave

ABSTRACT

The Muslim Brotherhood is one of the most significant representative of the Islamism or political Islam. Islamism arose in the 70-ties after the defeat of the Arabic armies in the Six-Day-War with the aim to change the Arabic societies according to the Islam, to bring the Islamic ideas back to the the politics. On the other hand it meant also to involve democratic principles into the agenda of Islamic groups like the Muslim Brotherhood in Egypt. They have decided to use the National Assembly to introduce their ideas and to gain the aim – Islamic state by parliamentary way. The attempt to establish own political party WASAT by the young members of the the Movement has failed, but it is another step to democracy. It must be clear that islamism does not mean terrorism and their aim can be achieved by different means.

ISLAMIZMUS – POLITICKÝ ISLAM

O politickom islame, prípadne termíne islamizmus možno hovoriť od 70. rokov 20. storočia. Ide o politické hnutie, ktoré nadviazalo na modernistický fundamentalizmus 19. storočia. Kým modernistický fundamentalizmus mal za cieľ legitimizovať projekt modernizácie moslimských spoločností náboženskou cestou a išlo im o sebatvrdenie sa voči Západu, o oslobodenie sa spod jeho politickej a kultúrnej kurately, islamistom išlo najmä o poskytnutie sociálno-politickej alternatívy Západu. Islam sa stal ideológiou, ktorej sa mal podriaďiť osobný aj spoločenský život. Re-islamizáciu zdola prostredníctvom sociálnej činnosti mala dopĺňať re-islamizácia zhora – návrat islamu do politiky.

Modernistickí fundamentalisti chceli uskutočniť sociálno-politickú reformu a pritom využiť to najlepšie z európskej modernity a islamskej tradície, avšak islamisti odmietli akúkoľvek syntézu so Západom. Ich cieľom sa stalo morálne a politické vzkriesenie islamu.²⁷

Prvú generáciu islamistov predstavuje Moslimské bratstvo. Bratstvo vzniklo už v 20. rokoch 20. storočia a postupne sa pod vplyvom vonkajších udalostí posunulo najmä v Egypte do súčasných pozícií centristického islamizmu.

Jedným z najvýraznejších bodov zvratu bola porážka arabských armád v Šesťdňovej vojne proti Izraelu v roku 1967. Dôsledkom bol zánik nacionalistických a socialistických skupín, ktorým sa kládla vina za túto porážku. Pokorené, sklamané obyvateľstvo bez orientácie hľadlo útočisko vo viere. Islamisti, ktorí boli väčšinou režimov zatlačení do ilegality, využili mešity, nespočetné spolky a sociálne ustanovizne, aby šírili svoje poslanstvo čo najväčšiemu množstvu ľudí. Do svojej agendy zapojili aj nacionalistické, antiimperialistické a sociálne požiadavky, čím sa priblížili politike dovtedajších protivníkov.²⁸ Moslimskí bratia začali vystupovať proti nespravodlivosti, korupcii, násiliu oligarchov, pričom politický islam im poskytol rámec, kde mohli protestovať proti existujúcim pomerom a predstaviť svoje požiadavky. Jasne sa ukázalo, že politický a sociálny program islamistov mal u obyvateľstva oveľa väčšiu odozvu než ich náboženské poslanstvo.²⁹

VNÚTORNÝ VÝVOJ MOSLIMSKÉHO BRATSTVA

Moslimské bratstvo je najstarším a do dnes aj najdôležitejším islamským zoskupením. Často je

²⁷ Barša, P.: Západ a islamizmus. Sřet civilizací nebo dialog kultur? Praha: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2001, s. 161 - 162.

²⁸ Rouleua, E.: Der politische Islam. Die Macht und der Glaube. In.: Le monde diplomatique, 6620, 16.11. 2001, s. 10.

²⁹ Tamtiež, s. 11.

považované za ideologickú materskú organizáciu fundamentalistov a militantných islamistov. V súčasnosti má svojich prívržencov v približne 70 krajinách.

Moslimské bratstvo založil v roku 1928 učiteľ na základnej škole Hasan al-Bannā. Bolo prvou politickou organizáciou v Egypte s cieľom založiť moslimský štát. V začiatkoch získali najväčšiu podporu vďaka svojej sociálnej a charitatívnej činnosti.

Požiadavky, ktoré uverejnil Hassan al-Bannā zahŕňali uskutočnenie moslimskej reformy právneho systému, kultúrnu cenzúru. Presadzoval tiež obranu islamských morálnych zásad, zákaz úrokov a ziskov, redistribúciu bohatstva. Zdroj spoločenských problémov v Egypte a ostatných arabských krajinách videl v škodlivom kultúrnom vplyve Západu, v európskej nadvláde s v sociálnej nerovnosti.³⁰

Začiatkom štyridsiatych rokov založilo Moslimské bratstvo svoje ozbrojené krídlo, aby bojovali proti britskej protektorátnej správe a za moslimský štát. Postupne sa represie proti Moslimským bratom zvyšovali a organizácia bola nútená stiahnuť sa do ilegality.

Hoci v júli 1952 privítali moslimskí bratia revolúciu slobodných dôstojníkov, keďže niektorí dôstojníci mali úzke kontakty s Bratstvom, v roku 1954 dochádza k rozkolu medzi Bratmi a novou vládnuou skupinou. Moslimské bratstvo bolo obvinené z atentátu na Násira v Alexandrii, čo bolo dôvodom pre nasledovné tvrdé prenasledovanie a de facto rozohnanie Bratstva.

Moslimské bratstvo sa vďaka tomuto vývoju radikalizovalo v exile – najmä v štátoch okolo Perzského zálivi, vo väzeniach a pracovných táboroch. Jeden z najvýznamnejších teroretikov hnutia – Sayyed Qutb napísal v tomto čas dielo Mílniky, kde kritizoval vtedajší Egypt. Podľa neho, egyptská spoločnosť nebola už dlho moslimskou spoločnosťou, ale nachádzala sa v stave džahílie – predislamskej barbarskej spoločnosti. Tento stav mohol byť zmenený len pohybom, a preto vyzýval všetkých pravoverných moslimov, aby sa zmobilizovali proti vládnucej sile a na jej troskách bojovali za islamský štát. Qutbove názory vyvolali rozpory u jeho nasledovníkov, keďže nebolo dostatočne jasné, či žiadal len duchovné alebo skutočne fyzické odmietnutie vtedajšej garnitúry.³¹

Nástup Anvara Sadata v roku 1970 znamenal obrat v politike a aj v prístupe k Moslimskému bratstvu. V sedemdesiatych rokoch došlo k všeobecnému zvýšeniu vplyvu islamistických hnutí a skupín. Sadat sa snažil nahradiť arabský socializmus kapitalizmom, liberalizovať politický systém a obnoviť systém viacerých strán. V boji proti ľavicovým prívržencom Násira sa začal opierať aj o Moslimské bratstvo, povolil jeho činnosť. Mnohí členovia Bratstva sa vrátili z exilu a stali sa súčasťou novej podnikateľskej elity.

Od polovice osemdesiatych rokov bolo Moslimské bratstvo budované ako organizácia činná na viacerých úrovniach, sledovali politiku integrácie do spoločensko-politických inštitúcií. V praxi to znamenalo odklon od radikálnych hnutí, bojiskom sa mal stať parlament a šaría sa mala zaviesť legálnou cestou.

Aby získali čo najväčší politický vplyv v existujúcom politickom systéme, koncentrovalo sa Bratstvo na nasledovné oblasti:

1. Prostredníctvom koalície sa inými malými opozičnými stranami sa moslimskí bratia snažili dostať svojich reprezentantov do parlamentu, keďže sami nemohli ako politická strana figurovať.

1984 – prvý krát sa zúčastnili volieb v rámci strany WAFD

1987 – stali sa vedúcou politickou silou v koalícii s Robotníckou stranou a s Liberálmi

Moslimské bratstvo sa tu ukazovalo ako umiernená sila snažiaca sa dosiahnuť postupnú transformáciu spoločnosti v smere moslimskej spoločnosti.

2. Moslimské bratstvo prevzalo kontrolu nad mnohými zamestaneckými a študentskými spolkami

3. Bratstvo vytvorilo sieť sociálnych služieb, čím si získali najväčšie sympatie medzi obyvateľstvom

³⁰ Schmiedinger, T.: Islamischer Integralismus in Ägypten. Homepage: home.pages.at/lobotnic/oekoli/content_texte_islamintegralismusaegypten.html

³¹ Dufner, U.: Islam ist nicht gleich Islam. Die türkische Wohlfahrtspartei und die ägyptische Muslimbrüderschaft: ein Vergleich. Opladen: Leske +Budrich, 1998, s. 273.

Koncom deväťdesiatych rokov sa mladí členovia Bratstva pokúsili založiť vlastnú politickú stranu – stranu WASAT (Strana Stredy), avšak táto snaha nemala žiaden praktický dôsledok. Ich žiadosť bola zamietnutá, keďže Zákon o politických stranách v Egypte z roku 1977 zakazuje strany s náboženským charakterom. WASAT formuluje politický pluralizmus a ľudské práva ako dôležité princípy života spoločnosti, čo je zrejmé už z faktu, že v jej vedení je tiež jedna žena a jeden koptský kresťan.

Súčasný prezident Egypta Mubarak rozlišoval od začiatku svojho pôsobenie vo funkcii radikálnych islamistov a umiernené skupiny. Akceptoval existenciu Moslimského bratstva ako hlavných predstaviteľov centristického islamizmu.

Ideológia a politická prax Moslimského bratstva je poznačená centrálnym rozporom medzi *hizbýou'* - straníctvom a *Da wou* – propagandou, misijnou činnosťou.³²

Hizbýa' - je konceptom na úrovni praktickej politiky, jej prejavom je politika spolupráce s inými politickými stranami, snaha získať svojich predstaviteľov do parlamentu a tu sa snažiť presadiť svoje ideály parlamentnou cestou. Ďalším krokom je snaha založiť politickú stranu ako taktický prostriedok na ceste k islamskej spoločnosti.

Napriek týmto snahám stále existuje spor medzi politickým pragmatizmom, reformizmom a nárokom na absolútnu pravdu, ktorý si robí každé náboženstvo ako ideológia.

Moslimské bratstvo sleduje rovnaké ciele ako radikálne islamistické skupiny, avšak ich spôsob činnosti na ceste k dosiahnutiu daných cieľov sa diametrálne odlišuje. Moslimské bratstvo pôsobí často ako sprostredkovateľ medzi štátom a radikálnymi skupinami.

ZÁVER

Od 70. rokov 20. storočia, kedy môžeme hovoriť o vzostupe politického islamu, možno badať aj zmeny v činnosti najvýznamnejšieho a najstaršieho islamistického zoskupenia – Moslimského bratstva. Snaha postupne sa dopracovať k moslimskému štátu demokratickou cestou využitím politickej plurality a parlamentnej demokracie zaručuje Bratstvu akceptovateľnosť u veľkej časti obyvateľstva. Taktiež ich sociálna a charitatívna činnosť oslovuje stále väčší počet občanov. Ich politika sa výrazne odlišuje od stratégie radikálnych islamistických skupín a je dôkazom, že islamizmus nemôže byť jednoducho stotžňovaný s terorizmom.

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. Aboul-Enein, Y. H.: Al-Ikhwan Al-Muslimeen: The Muslim Brotherhood. In: Military Review, Juli-August 2003, S. 26-31.
2. Barša, P.: Západ a islamizmus. Sřet civilizací nebo dialog kultur? Praha: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2001, 187 s.
3. Dufner, U.: Islam ist nicht gleich Islam. Die türkische Wohlfahrtspartei und die ägyptische Muslimbrüderschaft: ein Vergleich. Opladen: Leske +Budrich, 1998, 476 s.
4. Haenni, P. – Tammam, H.: Ägyptens neue Prediger und der hedonistische Islam. In.: Le monde diplomatique, 7155, 12.9. 2003, s. 10 – 11.
5. Kristianasen, W.: Der Islam und die Moderne. Die Muslimbrüder orientieren sich neu. In.: Le monde diplomatique, 6119, 14.4.2000, s. 7 – 8.
6. Rouleua, E.: Der politische Islam. Die Macht und der Glaube. In.: Le monde diplomatique, 6620, 16.11. 2001, s. 10 – 11.
7. Schmiedinger, T.: Islamischer Integralismus in Ägypten. Homepage: home.pages.at/lobotnic/oekoli/content_texte_islamintegralismusaegypten.html
8. Walsh, J.: Egypt's Muslim Brotherhood. Understanding Centrist Islam. In: Harvard International Review, Winter 2003, EBSCO Publishing

³² Dufner, U.: c.d., s. 280.

Znižovanie nákladov v automobilovom priemysle

Ing. Petra Hlačinová - Fakulta podnikohospodárska VŠE v Praze

ABSTRAKT

Výrobcovia automobilov na celom svete čelia neľahkej úlohe – zachytiť inováciu s cieľom odlíšiť sa od konkurencie, teda zabezpečiť si diferenciaciu ponúkaných produktov a súčasne udržovať náklady na takej úrovni, aby dosahovali rozumnú maržu.

Množstvo variant a modelov, ktoré jednotliví výrobcovia ponúkajú svojim zákazníkom, neustále narastá. Mnohé podniky sa veľmi ľahko môžu ocitnúť v situácii, že nedokážu interne zvládnuť problémy, ktoré s týmto trendom súvisia. Odvetvím, v ktorom sa v uplynulých rokoch snád' najviac prihlásila k životu potreba riadenia narastajúcej komplexity výrobkov a procesov, je automobilový priemysel.

KEÚČOVÉ SLOVÁ: komplexita, platformová a modulová stratégia, dodávateľsko-odberateľské vzťahy

ÚVOD

Zvládnutie rastúcej zložitosti (komplexity) produktov a procesov v podniku sa stáva čoraz rozhodujúcejším kritériom v boji s konkurenciou. Iba ten, kto bude uskutočňovať riadenie komplexity na všetkých úrovniach a vo všetkých oblastiach, je schopný redukovať a ovládnuť komplexitu jednotlivých oblastí v podniku. Riadenie tohto procesu je síce v rukách top managementu, avšak úspech v tejto oblasti predpokladá logicky účasť všetkých hráčov a ich rozumnú spoluprácu. V automobilovom priemysle možno za uplynulé desaťročie pozorovať niektoré megatrendy, ktoré možno zhrnúť nasledovne:

- Masívna vlna konsolidácie u dodávateľov, čoho dôsledkom je neustále znižovanie počtu priamych i nepriamych dodávateľov sa celosvetovej úrovni³³.
- Narastajúca úloha dodávateľov ako systémových integrátorov a hybnej sily inovácií. Výrobcovia automobilov preto čelia obrovskej výzve – vyvinúť sofistikovanejšie stratégie na zachytenie týchto inovácií a rôzne formy partnerských programov.
- Prijatie elektronického nakupovania (e-procurement) nedosiahlo v automobilovom priemysle očakávanú rýchlosť, čo môže súvisieť s tým, že v automobilovom priemysle je možné iba relatívne malú časť dielov získať prostredníctvom elektronických ponúk (e-bidding).
- Výrobcovia i dodávatelia v automobilovom priemysle čelia narastajúcim požiadavkám na kvalitu (nielen) z dôvodu vysokého počtu nákladných zvolávacích akcií, ktoré poškodzujú značku výrobcov i financie dodávateľov.
- Zvyšujúca sa diferenciacia produktov odrážajúca sa vo veľkom počte ponúkaných typov automobilov znamená, že nákupné organizácie sú nútené nakupovať menšie množstvá komponentov, ktoré sťažujú udržovanie nákladov na nízkej úrovni. Veľmi účinnou stratégiou sa tu javí zavádzanie **platforiem a modulových riešení**.
- Globálne nakupovanie predstavuje obrovskú výzvu, vyžadujúcu podporu vývoja lokálnych dodávateľov, riadenie kvality i logistiky a pod.

³³ Podľa výskumu sa do konca desaťročia znížia z pôvodných 2000 na cca 600, pričom iba 100 bude tzv. priamych dodávateľov = systémových integrátorov.

PODSTATA KOMPLEXITY

Možnosť voľby³⁴ modelu či varianty prináša zákazníkovi príslušnosť diferenciacie a napriek (alebo práve kvôli) skutočnosti, že automobily sa po technickej stránke stále viac podobajú, vyžadujú zákazníci také auto, ktoré bude rešpektovať ich individuálne potreby. Individuálne prispôbenie základných charakteristík automobilu nepochybne zvyšuje ich predajnosť v porovnaní s ich štandardnou výbavou. Tento trend však neprináša podnikom iba vidinu rastúcich ziskov, ale často i otázku, ktorú musí každý výrobca zodpovedať – či sa takáto variantnosť a voliteľnosť vo vzťahu k zákazníkovi vyplatí. Cena otvorenosti voči preferenciám zákazníka môže byť vysoká a prejavuje sa často v neúmernom zvýšení komplexity nielen výrobku, ale i procesov prebiehajúcich vo vnútri podniku – od vývoja cez výrobu až po marketing a odbyt. Tieto problémy vyplývajú jednak z nedostatkov v zložení výrobkov z hľadiska komponentov a ich štruktúry ako i zo štruktúry procesov, ktoré nezodpovedajú nastaveným požiadavkám.

Riadenie komplexity

Riadením komplexity možno rastúcu zložitosť podnikových procesov i ponúkaných variant obmedziť. Nutným predpokladom jej zvládnutia sa stáva identifikovanie primárnych oblastí jej výskytu. Dominantným zdrojom komplexity v podniku býva práve variantnosť poskytovaných produktov. Ktoré sú zásadné oblasti, kde sa komplexita vyskytuje a aké náklady vyvoláva? Komplexitu možno odhaliť predovšetkým v:

- **oblasti vývoja**, ktorá ukrýva najväčší potenciál zníženia nákladov komplexity, preto jej bude i ďalej venovaná najväčšia pozornosť. Náklady v tejto oblasti sú vyvolané najčastejšie požiadavkami na konštrukciu vo forme integrácie veľkého množstva možností výslednej varianty,
- **oblasti výroby a nákupu**, kde sú náklady vyvolané potrebou rozsiahlych investícií do takých prevádzok a zariadení, ktoré umožňujú flexibilitu z dôvodu integrácie novej možnosti voľby (v prípade automobilov napr. nového prvku voliteľnej výbavy),
- **oblasti distribúcie a marketingu** – komplikovanejšie možnosti voľby vyžadujú školenie zamestnancov v oblasti predaja alebo predlžovanie času dodania a pod.

Znižovanie komplexity vo vývoji

Znižovanie komplexity už existujúcich výrobkov je veľmi obmedzené, nakoľko náklady na vývoj príslušného výrobku a procesu už boli vynaložené. Centrom záujmu budú preto ďalej novo uvažované výrobky od fázy ich vzniku.

Základ tvoria úvahy o samotnom zložení a konštrukcii produktu a to predovšetkým na úrovni modulov. Vhodným nástrojom, ktorého využitie má svoje opodstatnenie práve vo fáze vývoja produktu, je **simultánne inžinierstvo** (simultaneous engineering). Základnou myšlienkou simultánneho inžinierstva je zvýšenie efektivity procesu už pri vzniku výrobku skrátením potrebného času, minimalizáciou nákladov na produkt a jeho vývoj, integrovaním dodávateľov a pod. Takýto prístup umožňuje predchádzať časovo náročným zmenám produktu v pokročilých štádiách projektu.

K metodickým nástrojom, ktoré môžu podporiť simultánne inžinierstvo, patria napr.³⁵:

- QFD (Quality Function Deployment),
- FMEA (Failure Mode and Effects Analysis),
- DFA (Design for Assembly).

Realizácia simultánneho inžinierstva sa uskutočňuje zohľadnením troch aspektov:

- **súbežnosť** – súbežná uskutočňovanie procesov, ktoré na sebe nezávisia,
- **štandardizácia** – predovšetkým technicko-štruktúrna (uplatňovanie modulov),
- **integrácia** – participácia rôznych funkčných oblastí na procese vzniku výrobku

³⁴ Voľba bude v tomto príspevku chápaná ako taký charakteristický znak alebo výbava automobilu, ktorú zákazník požaduje dodatočne, teda nie je štandardnou výbavou automobilu (napr. vyhrievané vonkajšie zrkadlo).

³⁵ Harvard Business Manager 6/99

Obrovský potenciál v smere znižovania nákladov a komplexity produktu ukrýva v sebe práve štandardizácia. **Štandardizácia** vo všeobecnosti predstavuje systematický proces výberu, zjednocovania a účelnej stabilizácie jednotlivých variant, postupov, vstupov, ich kombinácií a pod.

Cieľom štandardizácie je zníženie rozmanitostí a náhodností v riadenom procese.

Štandardizovať koncept produktu neznamená, že jednotlivé časti výrobkov musia byť nutne rovnaké, ale majú spoločný koncepčný prvok najmenej v jednom z nasledujúcich aspektov:

- materiál – využívanie rovnakého materiálu, suroviny,
- konštrukcia – časti jednotlivých produktov sú charakterizované podobnou konštrukciou (alebo konštrukciou s iba miernymi geometrickými rozdielmi),
- montáž – využívanie rovnakej metódy montáže s rovnakým postupom v procese montáže.

Obrázok č. 1: Hodnotenie modulov – diferenciácia verzus štandardizácia

Ohodnotenie modulov/komponentov v produktovej rodine				
Modelové požiadavky s ohľadom na zákazníka a funkčnú diferenciáciu	Identické	• Drobné lisované diely	• Posuvná strecha	• Zadržovací systém
	Takmer identické	• Vnútorne vybavenie	• Sedadla • Kúrenie	• Zadné zrkadlá • Dvere
	Obdobné	• Kokpit	• Predný nárazník • Klimatizácia	• Karoséria (sedan, kombi)
	Rozdielne		• Predné svetlomety	• Karoséria (kabriolet)
		Nízke (< 5%)	Stredné (5-8%)	Vysoké (> 8%)

Úsporový potenciál z dôvodu štandardizácie

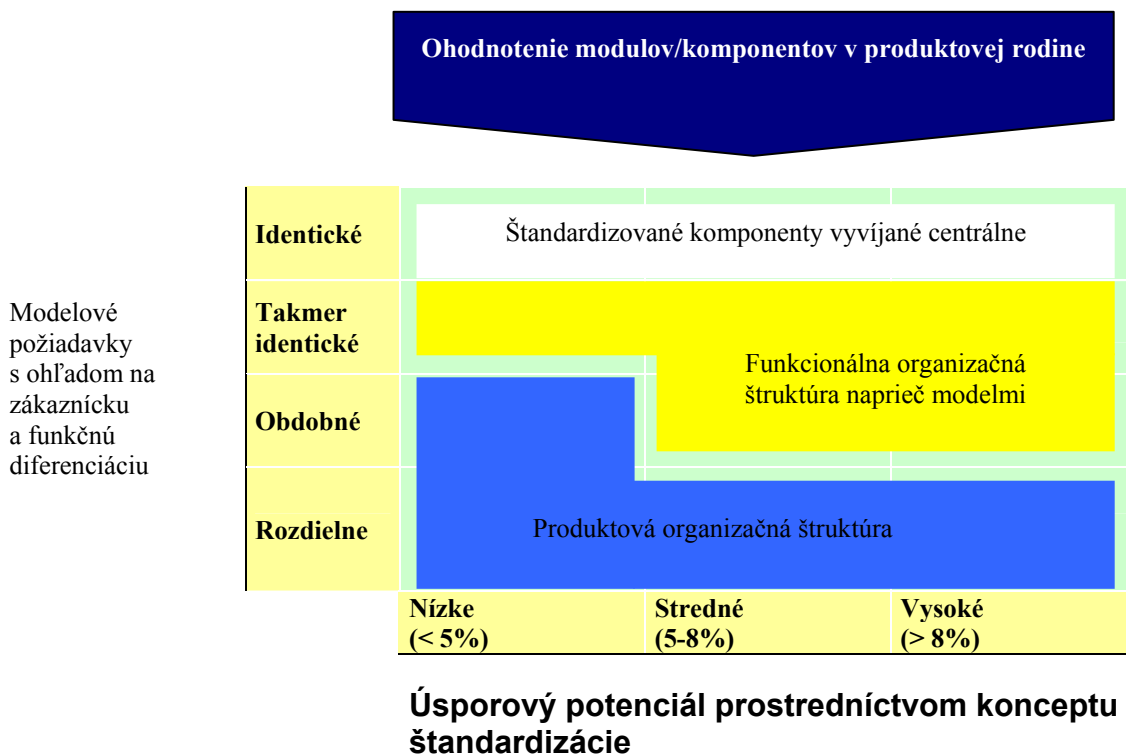
Zdroj: www.mckinsey.com (október 2004), Coping with Complexity, s. 4

Podľa výskumov spoločnosti McKinsey v roku 2004, štandardizácia konceptu generuje úspory v rozsahu 3 – 10 % celkových nákladov na jednotlivé časti výrobku, pričom úspory pri vývoji výrobku sa pohybujú v rozmedzí 3 – 5 %, vo výrobe 5 – 8 % a 8 – 10 % v materiále.

Štandardizácia jednotlivých elementov má dopad na organizačnú štruktúru podniku, ako je prezentované na obr. č. 2.

Stále viac uplatňovaným nástrojom k zvládnutiu, resp. odbúraníu komplexity výrobkov a procesov, ktorý vychádza z podstaty štandardizácie, predstavujú predovšetkým v automobilovom priemysle zavádzané **platformy**. Platformy vedú k výraznému zníženiu mnohotvárnosti variant a ich komplexity, preto im v ďalšej časti bude venovaná vyššia pozornosť.

Obrázok č. 2 Organizačná štruktúra a rozhodovanie o štandardizácii



Zdroj: www.mckinsey.com (október 2004), Coping with Complexity, s. 5

Priaznivé efekty platformovej stratégie vo VW je možné ukázať na príklade vonkajšieho zrkadla. Pri Golfe a starom Passate existovalo 5 rôznych variant. Pri novom Golfe a novom Passate je už iba jedna verzia. Tým klesli výrobné náklady vonkajšieho zrkadla pri Golfe o 25 % a pri Passate o takmer 45 %, hoci je nové vonkajšie zrkadlo hodnotnejšie ako staré. To vplýva pozitívne na konkurencieschopnosť produktov a vytvára dodatočnú hodnotu pre zákazníka.

Veľké uplatnenie v oblasti riadenia komplexity nachádza **hodnotová analýza**. Jednou z úloh hodnotovej analýzy, ako prístupu využívaného pri optimalizácii komplexných systémov je identifikácia oblastí, ktoré je možné racionalizovať. Základnou otázkou prístupu využiteľného k redukcii nákladov, vyvinutého koncom 40. rokov minulého storočia v Amerike (General Electric, L. D. Miles) je otázka, ktoré funkcie (hlavné, vedľajšie a ostatné) produkt skutočne plní a v akej miere sú pre spotrebiteľa dôležité.³⁶ Nákladové úspory vyplývajú z vylúčenia nepotrebných funkcií a lepšia predajnosť závisí od zapojenia tých dodatočných funkcií produktu, ktoré spotrebiteľ označí za dôležité.

Vo fáze vzniku určitého objektu (produktu) možno hodnotovú analýzu využiť pri riadení komplexity vyvolanej požiadavkami na funkčnosť výrobku. Mnohé výrobky sú často funkčne prealebo poddimenzované, teda nezohľadňujú v správnej miere požiadavky zákazníka. Predimenzovaná funkcionálna výroba spôsobuje často náročnú stavbu produktu a zvyšuje tak komplexitu s ňou spojenú. Impulzy k stavbe produktu vo forme požiadaviek zákazníkov sú prijímané najčastejšie z oddelenia distribúcie a marketingu. Problematickým sa však stáva preklad „reči zákazníka“ do „reči techniky a procesov“.

³⁶ Lit. [1]

Znižovanie komplexity v nákupe

Komplexita v oblasti nákupu býva často vyvolaná vysokým počtom dodávateľov (v určitej kategórii dodávateľov identifikovanej napr. na základe ABC-analýzy³⁷) a veľkým množstvom častí, ktoré do výrobku vstupujú. Dôvodom sú pritom deficity v stavbe produktu. Komplexitu obstarávacích procesov môže zvýšiť i neexistencia diferencovaných stratégií nákupu pre jednotlivé nakupované časti alebo materiál (podľa zvolených kritérií skupiny A, B a C) alebo dodávateľov. Základom pre zvládnutie komplexity v nákupe môže byť **portfóliová analýza**³⁸.

Podľa konkrétneho prístupu k riadeniu komplexity – jej redukcia, zvládnutie alebo predchádzanie, možno využiť rôzne prístupy (väčšinou vo vzájomnej kombinácii), ako ukazuje obr. č. 3.

Nákupnú stratégiu založenú na nakupovaní celého systémového riešenia nemožno napr. použiť bez uzatvorenia rámcových zmlúv. Variantné využívanie častí a materiálu je úzko spojené s možnosťou substitúcie alebo štandardizácie. Obstarávanie modulových a systémových riešení vedie k zníženiu počtu koordinovaných častí a materiálov, lebo logistické zostavenie jednotlivých elementov modulov a systémov preberá dodávateľ. Platformová stratégia spôsobuje v oblasti obstarávania podobné dôsledky ako modulová stratégia. Optimalizácia hĺbky poskytovaných výkonov bezprostredne ovplyvňuje spektrum nakupovaných vstupov a tým i komplexitu obstarávania v rámci dodávateľsko-odberateľských vzťahov. Okrem toho môžu koncepty modulovej a systémovej nákupnej stratégie znížiť komplexitu procesu obstarávania z pohľadu odberateľa i tým, že sa časť logistiky prenáša na dodávateľa, napr. synchronizované zásobovanie výrobných jednotky, ktoré má v automobilovom priemysle veľký význam. U dodávateľa sa dodatočné činnosti zabezpečované pre svojho odberateľa súčasne stávajú potenciálom pre diferenciaciu od konkurencie.

PLATFORMY AKO NÁSTROJ ZNIŽOVANIA KOMPLEXITY

V podnikovej sfére neustále rastie tlak na skracovanie času vývoja, avšak na druhej strane stále viac podnikov zisťuje, že samotným zrýchlením vývoja nových výrobkov nemožno v budúcnosti počítať so ziskom, resp. udržaním trhového podielu. Mnohí výrobcovia sú preto nútení koncipovať, plánovať a vyvíjať pre trh viaceré výrobky súčasne.

Uplatňovanie produktovej platformy (a platformovej stratégie vôbec) vo fáze vzniku výrobku predstavuje jeden z najdôležitejších prístupov k riadeniu komplexity výrobku i následného procesu.

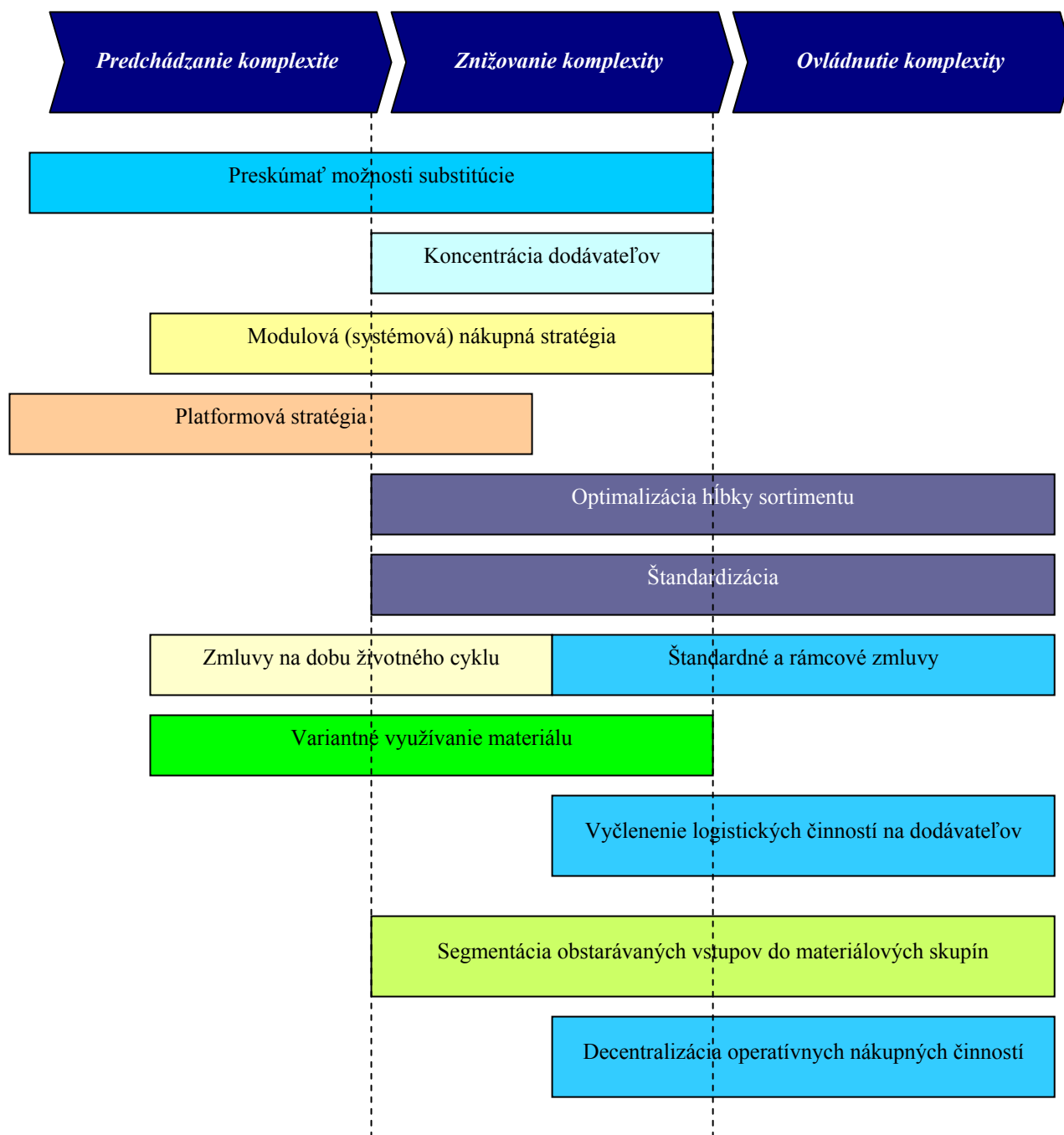
Podstata platformy

Platformy v ich najvšeobecnejšom chápaní predstavujú intelektuálne a materiálne prvky zdieľané v rámci produktovej skupiny (Robertson a Ulrich 1998). Platforma je teda kombináciou dôležitých faktorov, ktorú má určitá skupina výrobkov spoločnú. Tieto faktory sa v praxi najčastejšie objavujú v nasledovných oblastiach:

³⁷ ABC analýza predstavuje univerzálne nasaditeľný postup klasifikácie objektov do troch kategórií, pričom priradenie ku kategórii závisí od dôležitosti objektu výskumu pre podnik. Bližšie napr. Lit. [1]

³⁸ Bližšie vid' napr. Lit. [6]

Obrázok č. 3: Riadenie komplexity v nákupe

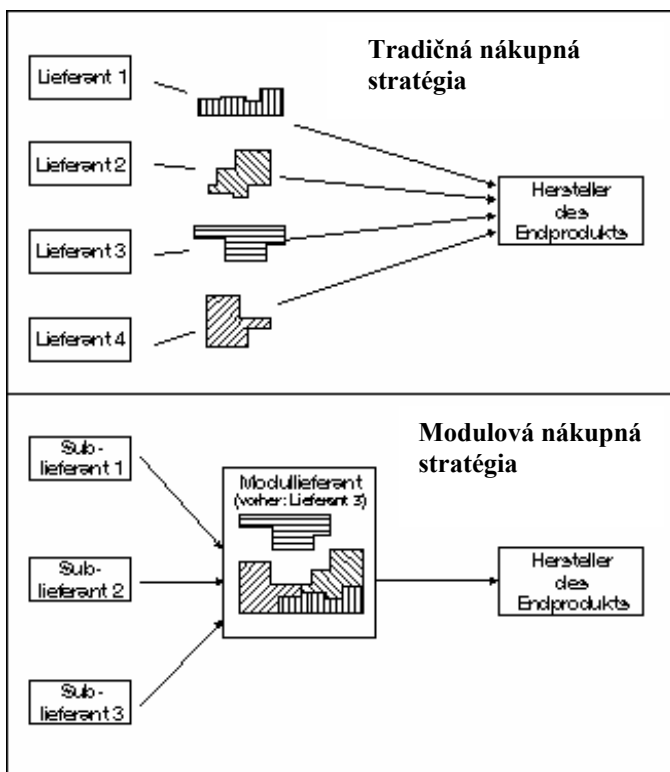


- a) **komponenty** (moduly) – nakupované vstupy, ktoré v priebehu výrobného procesu vchádzajú alebo sú vstavané do finálneho produktu bez ďalšieho podstatného spracovania nakupujúcim podnikom³⁹. Identita modulov pritom ostáva úplne zachovaná (napr. systém airbagu). Od polotovarov sa odlišujú tým, že sa ďalej spracúvajú iba ako celok, to znamená, že odberateľ na nich neuskutočňuje už žiadne fyzické zmeny. Za moduly možno považovať i štandardizované hotové výrobky (napr. autobatérie) ako aj špecifické komplexné systémy (napr. riadiace agregáty). Podstatným hľadiskom pre posúdenie modulov je ich schopnosť integrácie, teda začlenenia, do agregátu. Modulová nákupná stratégia (Modular Sourcing) má obrovský význam

³⁹ Lit. [1]

pri znižovaní nákladov a komplexity v podniku. Zatiaľ čo tradičné formy obstarávania vstupov sa sústreďujú na nakupovanie jednotlivých častí, vedie modulová nákupná stratégia k vyčleneniu časti hodnototvorných procesov a k zmene klasického „kaskádovitého“ zásobovania (obr. č. 4). Nakupovanie modulov vedie v podniku k dvom obrovským výhodám: optimalizácii materiálového sortimentu a redukcii počtu dodávateľov.

Obrázok č. 4: Tradičná a modulová nákupná stratégia



Zdroj: [Lit. 2]

- b) procesy – napr. výrobný proces, dodávateľsko-odberateľská reťaz,
- c) know-how – odborné znalosti súvisiace napr. s konštrukciou, aplikáciou techniky a jej obmedzením, poznatky o technike výroby, skúšobné postupy atď.,
- d) ľudia a vzťahy – tímy ľudí a vzťahy medzi nimi, vzťahy medzi tímom a celou organizáciou, spojenie s dodávateľskou sieťou atď.

ZÁVER

Riadenie komplexity ukrýva v sebe obrovský potenciál zníženia nákladov na podnikové procesy i náklady produktu. Rozhodujúcu časť týchto nákladov možno pritom riadiť už vo fáze vývoja. Zásadný význam z hľadiska nákladových efektov prináša uplatnenie platformovej a modulovej stratégie.

LITERATÚRA

1. BLOECH, J. IDHE, G. *Vahlens grosses Logistik Lexikon*. München: Verlag C. H. Beck, 1997, ISBN 3 8006 2020 0.
2. KRISHNAN, V GUPTA, S. *Appropriateness and Impact of Platform-Based Product Development*. Management Science. Vol. 47, No. 1, January, 2001, ss. 52-68
3. ROBERTSON, D. ULRICH, K. *Produktplattformen: Was sie leisten, was sie erfordern*. Hamburg: Harvard Business manager, 04/1999, ISSN 0174-335X
4. TOMEK, G. VÁVROVÁ, V. *Řízení výroby*. 2. rozšířené a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2000, ISBN 80-7169-955-1.

5. WILDEMANN, H. *Komplexität: Vermeiden oder beherrschen lernen*. Hamburg: Harvard Business manager, 06/1999, ISSN 0174-335X.

Odborné časopisy

6. Harvard Business Review, č. 1999 – 2004

Internetové adresy

7. www.mckinsey.com
8. www.cerge-ei.cz

KONTAKT

E-mail: hlacinov@vse.cz

Kalkulačný systém v obchode

Ing. Alena Holubcová - Obchodná fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

The trade is defined as a change of goods between people or groups of people which runs as a change goods for goods or change for money or in other words we can say the trade is the activity of buying and selling, or exchanging, goods and/or services between people or countries. Change of goods are realised by means of the trade from producers to customers. There is realised connection of goods change according number and quality of labour and individual and group needs are satisfied. Trade companies follows a demand of customers, they have influence for production companies to produce goods which are the most required and have the highest quality. The financial resources of trade firms are divided to buy concrete goods and other activities which are in connections to procure the goods.

Kalkulačný systém tvoria jednotlivé druhy kalkulácií vlastných nákladov a vhodné kalkulačné metódy. Základnou funkciou kalkulačného systému je riadenie hospodárnosti a ekonomickej efektívnosti.

Nasledujúca tabuľka predstavuje členenie kalkulačného systému.

Tabuľka č. 1: Kalkulačný systém všeobecne

KALKULAČNÝ SYSTÉM	
DRUHY KALKULÁCIÍ	METÓDY KALKULOVANIA
1. z hľadiska času (funkcií) a) predbežné: - prepočtová - plánová - operatívna b) výsledné (dodatočné)	1. delením
2. z hľadiska štruktúry nákladov - priebežná - postupná	2. v združenej výrobe
3. z hľadiska spôsobu zostavovania - kalkulácia úplných nákladov (absorpčná) - kalkulácia variabilných (neúplných) nákladov	3. fázová a stupňová
4. z hľadiska využitia výrobnjej kapacity - statická - dynamická	4. prirážková
	5. ABC
	6. zákazková
	7. variabilných a fixných nákladov
	8. rozdielová

Druhy kalkulácií navrhujeme rozšíriť o kalkulácie podľa účelu, ktoré by sme ďalej členili na kalkulácie nákupné a kalkulácie odbytové.

Náklady obchodných podnikov majú svoje špecifiká vyplývajúce z podstaty obchodnej činnosti. Svoju činnosť orientujú na nákup tovaru a na predaj nakúpeného tovaru.

Podstatnú časť nákladov tvoria vynaložené prostriedky na nákup tovaru, ktoré závisia od množstva tovaru a jeho ceny. Druhú časť nákladov tvoria činnosti súvisiace s nákupom a predajom tovaru ako napr. skladovanie, preprava a pod.

1. NÁKUPNÉ KALKULÁCIE

Nákupné kalkulácie sa zostavujú za účelom:

- **stanovenia nadobúdacej ceny**

Uvedený výraz sa spomína v v dielach M.Kupkoviča. Domnievame sa, že správne slovné spojenie by malo byť **stanovenie obstarávacej ceny**.

Nakoľko v zmysle zákona č.431/2002 Z.z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov sa jednotlivé zložky majetku a záväzkov oceňujú:

- a) obstarávacou cenou – ktorou sa rozumie cena, za ktorú sa majetok obstaral a náklady súvisiace s obstaraním majetku. **Obstarávacou cenou sa oceňujú aj zásoby s výnimkou zásob vytvorených vlastnou činnosťou;**
 - b) reprodukčnou cenou – ktorou sa rozumie cena, za ktorú by sa majetok obstaral v čase, keď sa o ňom účtuje. Reprodukčnou cenou sa oceňuje napríklad majetok preradený z osobného vlastníctva do podnikania s výnimkou peňažných prostriedkov a cenín a pohľadávok ocenených menovitou hodnotou;
 - c) vlastnými nákladmi, ktorými sú:
 - pri zásobách vytvorených vlastnou činnosťou priame náklady vynaložené na výrobu alebo inú činnosť, prípadne aj časť nepriamych nákladov, ktorá sa vzťahuje na výrobu alebo inú činnosť,
 - pri hmotnom majetku okrem zásob a nehmotnom majetku okrem pohľadávok vytvorenom vlastnou činnosťou priame náklady vynaložené na výrobu alebo inú činnosť a nepriame náklady, ktoré sa vzťahujú na výrobu alebo inú činnosť;
 - d) menovitou hodnotou – ktorou sa rozumie cena, ktorá je uvedená na peňažných prostriedkoch a ceninách, alebo suma, na ktorú pohľadávka alebo záväzok znie;
 - e) reálnou hodnotou, ktorou sa rozumie:
 - trhovú cenu,
 - ocenenie kvalifikovaným odhadom alebo posudkom znalca v prípade, že trhovú cenu nie je k dispozícii alebo nevyjadruje správne reálnu hodnotu,
 - ocenenie ustanovené podľa osobitného predpisu (zákon č.594/2003 Z.z. o kolektívnom investovaní a o zmenách a doplnení niektorých zákonov), ak nie je možné postupovať podľa predchádzajúcich dvoch bodov.
- **výberu dodávateľa**

Kalkulácia porovnáva jednotlivé ponuky dodávateľov, pričom vyčísluje zľavy, ako aj vedľajšie obstarávacie náklady na nakupovaný tovar a zohľadňujú sa aj platobné a dodacie podmienky.

2. ODBYTOVÉ (PREDAJNÉ) KALKULÁCIE

Náklady v obchodnom podniku možno globálne členiť na náklady na tovar, t.j. nadobúdacía cena tovaru a tzv. obchodné náklady, ktoré sú v podstate režijné náklady a určujú sa sadzbou alebo prirážkou. Medzi obchodné náklady zahrňujeme personálne náklady, energia, poistenie, nájomné a pod. Výraz nadobúdacía cena sme vysvetlili na predchádzajúcich stranách, že v zmysle platného zákona o účtovníctve takýto výraz nemáme a nahradili sme ho pojmom obstarávacia cena.

Predbežnou odbytovou kalkuláciou zisťujeme výpočet celkových nákladov. V skutočnosti zisťujeme výšku obchodných nákladov, pretože obstarávaciu cenu možno určiť nákupnou kalkuláciou. Zároveň zisťujeme predbežnú predajnú cenu.

Pomocou **retrogradnej odbytovej kalkulácii** sa zisťuje výška ceny, ktorú možno akceptovať. Využíva sa v prípadoch, keď predajná cena podľa cenníka stanovená výrobcom je taká vysoká, že vzhľadom na marketingové prostredie obchodná firma ju nemôže výrazne ovplyvňovať.

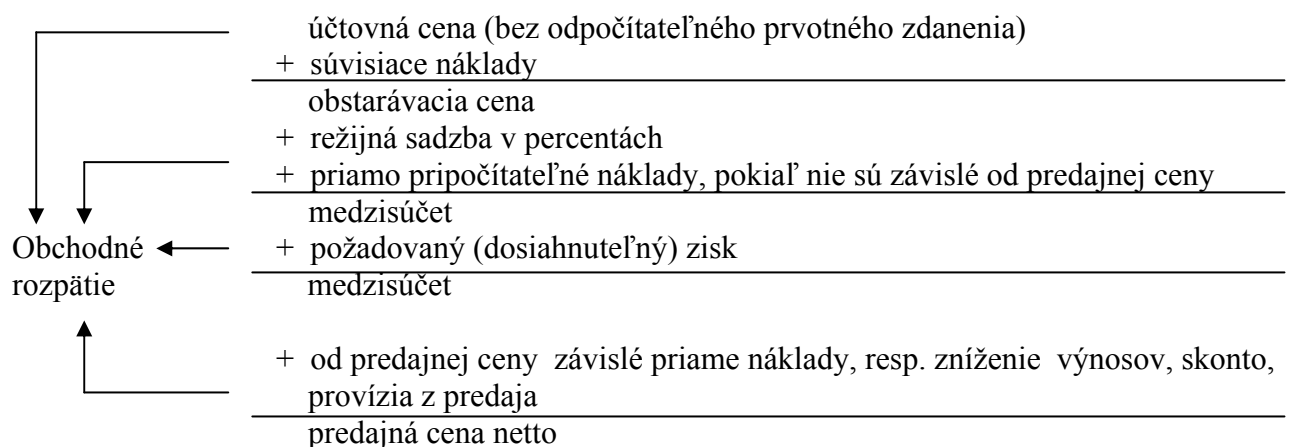
Rozdielová odbytová kalkulácia sa využíva v prípade, keď obchodnej firme je vyhovujúca nielen cena výrobkov, ale aj predajná cena, ktorú určuje výrobca z hľadiska pozície na trhu. Dodávateľské a platobné podmienky sú konštantné a obchodná firma pomocou uvedenej kalkulácie zisťuje ziskové rozpätie pre výrobok a zároveň, či dosiahnutý zisk je pre firmu postačujúci.

Problematikou kalkulačného systému v obchode rozpracúva aj autor P. Swoboda, ktorý *na výpočet nákladov obchodných podnikov používa*.⁹¹

1. kalkuláciu pomocou jednotnej režijnej sadzby
2. predajné akty ako pomerové veličiny

Ad1. Kalkulácia pomocou jednotnej režijnej sadzby má nasledovný postup:

1. stanovuje sa množstvo tovarov, t.j. obstarávacia hodnota predaného tovaru, pričom obstarávaciu hodnotu tvorí účtovná cena (bez rabatu a skonta) a súvisiace náklady (doprava, clo, poistné,...). V slovenských podmienkach používame na tento obsah definície pojem obstarávacia cena;
2. ostatné náklady (vrátane zníženia výnosov) sa členia na priamo pripočítateľné náklady (a zníženia výnosov) a režijné náklady;
3. celkové režijné náklady určitého obdobia sa porovnávajú s celkovým objemom tovaru, takýmto spôsobom vypočítame sadzbu režijných nákladov;
4. pomocou režijnej sadzby sa zostaví ponuková cena pre obchodný tovar nasledovne:



Uplatnenie kalkulácie pomocou režijnej sadzby v obchodných podnikoch má nasledovné nedostatky:

1. všetky produkty, ktoré ponúka obchodná firma sa kalkulujú s rovnakými sadzbami, t.j. pri kalkulácii sa neberú rozdiely v skladových nákladoch alebo predajné náklady. Nedostatky rovnakých režijných sadzieb sa prejavujú v rozdielnych obstarávacích cenách.
2. režijné náklady sa nečlenia na variabilné náklady a fixné náklady (skokovite fixné). Predpokladajme, že režijná sadzba jedného podniku predstavuje 25%. Jeden druh výrobku sa predá s 20% prirážkou a druhý výrobok sa predá s 30% prirážkou. Z uvedeného však nevyplýva, že prvý výrobok zapríčiňuje stratu 5%. Pre správne rozhodnutie o eliminácii tohto výrobku je nevyhnutné poznať variabilné a fixné náklady na výrobu tohto výrobku a komplementárne a substitučné vzťahy k druhému výrobku.

Ad 2. Predajné akty ako pomerové veličiny

Podľa Petra Swobodu nevýhody použitia režijnej sadzby môže eliminovať kalkuláciou pomocou predajných aktov. Uvedená kalkulácia má využitie v situáciách, keď väčšina režijných nákladov je vyvolaná predajnou činnosťou. V predajni pánskej konfekcie je oblek alebo košeľa objektom „aktu predaja“ a ku každému statku sa priradujú rovnaké čiastky na krytie režijných nákladov, v prípade, že predajné akty majú rovnaký čas trvania.

V zmysle vyššie uvedeného pri režijných nákladoch obchodnej organizácie v sume 400 000,- Sk a počtu predajných aktov 20 000 by mal každý predajný akt vyniesť 20,- Sk režijných nákladov (plus nákupná cena tovaru, priame náklady a zníženie výnosov). Uvedená kalkulácia má nevýhody, čo

pripúšťa i sám autor. Najzákladnejší problém je vymedzenie jedného predajného aktu. Je predaj jedného kusu pánskeho obleku predajným aktom alebo je predajným aktom predaj 2 kusov pánskych oblekov? V prípade, že diferencované výrobky si vyžadujú rozdielnu dĺžku predajného času je nutné náklady na jeden predajný akt a výrobok diferencovať.

V rámci metód kalkulovania jednou z vhodných metód aplikovateľných pre prax je metóda fixných a variabilných nákladov. Konkrétnejšie, zameranie sa na znižovanie fixných nákladov.

Manažment vychádza zo základných poznatkov, že variabilné náklady sú náklady, ktoré sa menia úmerne s intenzitou činnosti firmy. Väčšinu nákladov možno charakterizovať ako náklady čiastočne fixné/čiastočne variabilné, to znamená, že tieto náklady môžu reagovať nižším tempom rastu, ako je tempo zvýšenia výkonov, avšak ich závislosť na výkonoch je jednoznačná. Vzhľadom na uvedenú skutočnosť, ako i výsledky analýzy jednotlivých druhov nákladov je nutné zaoberať sa skupinou nákladov, ktoré **nie sú priamo závislé na zmenách v intenzite činnosti** (objeme realizácie maloobchodného obratu), a to fixnými nákladmi, pretože práve tie „odčerpávajú“ z prínosu, ktorý zostane po odpočte priamo závislých – variabilných – nákladov od dosiahnutých tržieb. Z tohto dôvodu je najvhodnejšie použiť členenie nákladov na:

- a) *náklady nevyhnutné*
- b) *náklady riadené.*

Dôležité je zamerať sa na náklady riadené, inými slovami ovplyvniteľné, pretože práve tieto možno vhodnými opatreniami znížiť bez negatívneho ovplyvnenia prijatých cieľov firmy. Základom je predchádzajúci kalendárny rok a prognóza na ďalší kalendárny rok vychádza z porovnania skutočnosti za predchádzajúci kalendárny rok a skutočnosti za prvé mesiace prognózovaného roka.

Pre prognózovanie maloobchodného obratu je možno využiť analýzu CVP. Najdôležitejšou úlohou je prognózovať taký prínos, ktorý pokryje fixné náklady a vytvorí dostatočný zisk. Teda dôležité je mať „pod kontrolou“ fixné náklady. Doposiaľ sa rozdelili náklady na nevyhnutné, ktoré tvoria stálu (pevnú) časť z prínosu. Druhú kategóriu predstavujú tie fixné náklady, ktoré možno ovplyvniť, inými slovami, ich negatívny vývoj znížiť úspornými opatreniami, aby sme dosiahli priaznivý hospodársky výsledok.

Najdôležitejším krokom je stanoviť výšku variabilných a fixných nákladov. Z rôznych metód opísaných v predchádzajúcich štádiách sa organizácia rozhodla pri stanovení podielu fixných a variabilných nákladov vychádzať z minulých vývojových radov a náklady percentuálne rozdeliť. Uvedené rozdelenie je zobrazené v tabuľke č.2.

Tabuľka č. 2: Percentuálny podiel fixných a variabilných

% podiel nákladov		Druh nákladov
fixných	variabilných	
60	40	501 spotreba materialu
90	10	502 spotreba energie
100	0	511 opravy a údržby
100	0	512 cestovné
100	0	513 náklady na reprezentáciu
85	15	518 ostatné služby
43	57	522 mzdové náklady
100	0	523 odmeny členom organizácie
55	45	524 zákonné sociálne poistenie
80	20	527 zákonné sociálne náklady
100	0	531 cestná daň
100	0	532 daň z nehnuteľností
20	80	538 ostatné nepriame dane
100	0	551 odpisy NaHIM
100	0	543 dary
100	0	548 ostatné prevádzkové náklady
70	30	562 nákladové úroky
100	0	568 ostatné finančné náklady
100	0	541,542 zostatková cena predaného majetku
0	100	554 tvorba ostatných rezerv
100	0	5.. Ostatné náklady

Členenie nákladov na fixné a variabilné, resp. čiastočne variabilné sa využíva pri skúmaní závislostí medzi nákladmi, objemom výkonu a ziskom. Manažéri družstva využívajú metódu prepočtu prínosu z činnosti a nulového bodu tržieb a maloobchodného obratu. Prognóza na nasledujúci rok bola spracovaná nasledovne:

Tabuľka č. 3

Pomenovanie	Skutočnosť predchádzajúci rok	skutočnosť k 30.4. bežného roka	prognóza do konca bežného roka
Tržby celkom (bez DPH)	1 037 673	378 134	1 244 270
Variabilné náklady (-)	903 788	335 669	1 090 860
Prínos (=)	133 885	42 465	153 410
Fixné náklady (-)	122 375	39 968	134 910
Zisk (=)	11 510	2 497	18 500
Miera prínosu (prínos/tržby)*100	12.90	45231	12389
Nulový bod tržieb (FN/miera prínosu) *100	948 643	355 904	1 094 160
Nulový bod MOO (vrátane predaného majetku)	1 020 000	382 000	1 204 000
Realizovaný MOO (vrátane DPH)	1 115 746	406 100	1 375 000

Maloobchodný obrat za celý bežný rok bol dosiahnutý vo výške 1 468 331 tis. Sk.

ZDROJE

1. Kupkovič, M.: Kalkulácie a rozpočty. Sprint, Bratislava 1998. ISBN 80-88848-37-7.
2. R.Mann – E.Mayer: Controlling. Metoda prosperujúceho podnikání. Prumysl a obchod, Praha 1992. ISBN 80-85603-20-9.
3. Swoboda, P.: Kalkulácia nákladov a cenová politika v trhovej ekonomike. Noppi, Bratislava 1992. ISBN 80-900422-3-6.
4. Štubňová, L. – Neufeld, J.: Kalkulačný systém. In Účtovníctvo. SEPI, str. VII/6-1.
5. Urbánek, J.: Cenová politika a kalkulační součást marketingového řízení. Institut moderního průmyslu, Praha 1992.
6. SEPI Systém ekonomických a právných informací, část Účtovníctvo

Legislatíva

Zákon č. 431/2002 Z.z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov

Internetové stránky

<http://www.academiacontrollingu.sk>

<http://www.aicpa.org>

<http://www.altavista.com>

<http://www.cob.sjud.edu>

<http://www.controlling.cz>

<http://www.econom.cz>

<http://cc/msncache.com>

<http://hn.ihned.cz>

Interné materiály Jednoty SD Nové Zámky

Rozbor hospodárskej činnosti k 31.12.1999

Rozbor hospodárskej činnosti k 31.12.2000

Podniková aplikácia koncepcie systému otvorených inovácií v podmienkach jednotného európskeho trhu

Ing. Radomila Horňáková, Ing. Tomáš Kajan - Drevárska fakulta TU vo Zvolene

ABSTRACT

This paper deals with an explanation of new conception of open innovation system. Beside the description of the approaches from its using in a firm, this paper provides general view at the moving of inventions, that influence to product and process innovation in the frame of a firm, and also in its environment.

KLÚČOVÉ SLOVÁ: koncepcia systému uzavretých inovácií, koncepcia systému otvorených inovácií, technológie, inovácie, obchodný model

ÚVOD

Prístupom Slovenska do EÚ a rozšírením jednotného európskeho trhu vznikla pre slovenské podniky potreba prispôsobenia sa novým trhovým podmienkam, ktoré sa vyznačujú najmä rýchlejšími inovačnými trendmi. V intenzívnom konkurenčnom boji je preto pre slovenské podniky dôležitá rýchla adaptácia na tieto nové podmienky, sprístupnením toku inovatívnych myšlienok, nových technológií a procesov smerom do podniku a získavanie výhod z ich poskytovania podnikom okoliu. Tento systém sa nazýva **systém otvorených inovácií**.

Inovácie a súkromné podnikanie sú srdcom tzv. „tvorivej deštrukcie“. Tento pojem je možné vysvetliť ako invenciu podniku, ktorá nie je realizovaná do inovácie, iba preto, že nie je využiteľná pre samotné jadro podnikania firmy. Henry Chesbrough vo svojej knihe *Open Innovation* (2003), opisuje nový príklad koncepcie systému otvorených inovácií, ktorý je v rozpore s tradičným uzavretým modelom.

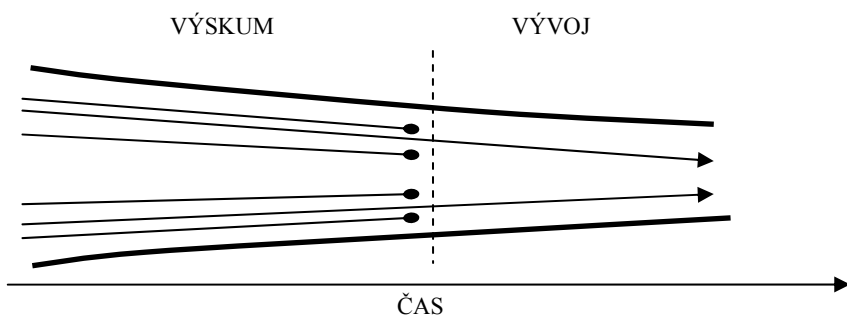
K pochopeniu koncepcie systému otvorených inovácií, je užitočné si v prvom rade povedať niečo o staršom systéme uzatvorených inovácií.

1 KONCEPCIA SYSTÉMU UZATVORENÝCH INOVÁCIÍ

Počas 20-teho storočia, veľké spoločnosti dosahovali konkurenčnú výhodu financovaním rozsiahlych výskumných laboratórií, ktoré rozvíjali technológie na základe nových produktov, ktoré boli kryté vysokou maržou (prirážkou), zabezpečujúci tok finančných prostriedkov naspäť do výskumu. Táto vertikálna integrácia funkcie výskumu znamenala, že firmy si jednoducho nemohli dovoliť výskum, ktorý by bol v nevýhode, prípadne by nespĺňal kritériá firmy.

Vertikálne integrovaný koncept výskumu a vývojového prúdu je znázornený na nasledujúcom diagrame:

Diagram 1: Uzavretý inovačný proces (systém)



Zdroj: www.QuickMBA.com

V diagrame 1, sú znázornené ukončené výskumné projekty, z ktorých niektoré síce mohli vyústiť do získania patentov, ale nikdy nedosiahli stupeň vývoja.

Toto je častá situácia, kedy inovácia nie je užitočná pre výrobné jadro tohto podniku.

Takéto ukončené výskumné projekty sú často odložené dovtedy, kým sa neobjaví trhová príležitosť na ich využitie a rozvoj, ak sa vôbec niekedy objaví. Chesbrough spozoroval, že tento uzavretý systém sa začal meniť v 90-tych rokoch minulého storočia, kedy firmy ako napríklad Cisco Systems začali veľmi efektívne konkurovať firmám s vysoko rozvinutým výskumom ako napríklad Lucent Technologies (ktoré zdedili väčšinu Bell laboratórií).

1.1 Narušenie vzoru systému uzatvorených inovácií

Henry Chesbrough (2003) využil Xerox Palo Alto a jeho výskumné centrum (PARC) ako príklad narušenia koncepcie systému uzatvorených inovácií v konkrétnom podniku. Výskum z PARC splodil veľa úspešných produktov, ale spoluúčastníci Xeroxu na tom neprofitovali tak, ako iní. Zamestnanci, ktorí pracovali na sľubných technológiách sa oddelili, aby začali s novými spoločnosťami, z ktorých mnohé, ako napríklad 3Com a Adobe, dosiahli veľký úspech. V skutočnosti trhová kapitalizácia týchto spin-off firiem Xeroxu presiahla výsledky samotného Xeroxu.

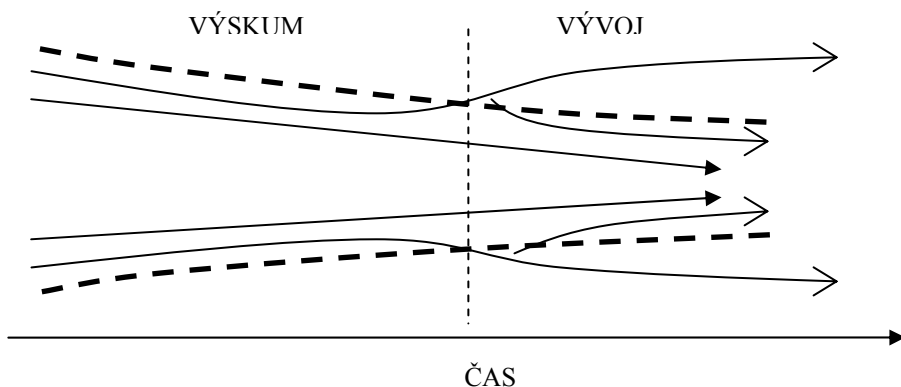
Xerox PARC otvoril otázku o ďalšom fungovaní koncepcie systému uzavretých inovácií v 21. storočí. Podľa Chesbrougha bola koncepcia systému uzavretých inovácií narušená týmito faktormi, ktoré zamedzujú jej ďalšej aplikácii:

1. zvyšovanie mobility kvalifikovaných pracovníkov,
2. rozšírenie podnikového kapitálu,
3. vonkajšie príležitosti pre nevyužité technológie,
4. stále väčší výber medzi vysoko-schopnými subdodávateľmi.

2 Koncepcia systému otvorených inovácií

Koncepcia systému otvorených inovácií je znázornená na nasledujúcom diagrame:

Diagram 2: Znázornenie otvoreného inovačného systému



Zdroj: www.QuickMBA.com

Pomyselné hranice firmy, ktorá sa riadi koncepciou systému otvorených inovácií, sú priepustné. Dlhé okrajové šípky znázorňujú technológie, ktoré sú poskytované na základe licencie iným firmám, a ktoré by inak boli nevyužité (ako v diagrame uzatvorenej koncepcie). Kratšie veľké šípky znázorňujú technológie, ktoré prichádzajú zvonka a sú využívané vo firme a vnútorné malé šípky sú pôvodné technológie firmy, ktoré sú v nej aj využívané.

2.1 Obchodný model pre inováciu

Technológia má hodnotu iba vtedy ak je komercionalizovaná prostredníctvom obchodného modelu. Firma preto môže využiť hodnotu z inovácii nasledujúcimi tromi spôsobmi:

- využitie technológie v už existujúcom obchode,
- poskytnutie technológie iným firmám na základe udelenia licencie,
- odštartovanie nového podniku, ktorý by túto technológiu využil.

Tým, že vzťah produktu, trhov a okolia podniku, v ktorom firma pôsobí, je veľmi spleťtý a zložitý, iba málo, ak vôbec niekto z pracovníkov firmy, plne rozumie úlohám organizácie ako celku. Obchodný model slúži na premenu podnikateľských inputov na ekonomické outputy.

2.2 Duševné vlastníctvo a koncepcia systému otvorených inovácií

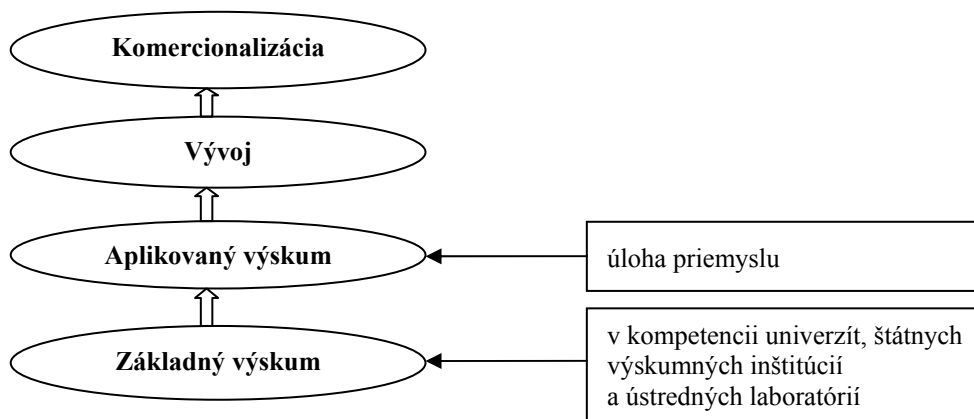
V lineárnom modeli vertikálne integrovaného výskumu (obr. 1) nové technológie, ktoré mali pôvod v podniku boli využívané iba pre jeho účel. Nepresadzovali sa žiadne iné potenciálne využitia tejto technológie. V novom holistickom modeli technologickej inovácie vystupuje do popredia rozdelenie aplikovaného výskumu na stupne priemyselný výskum a vývoj a dizajn a vývoj, a zameranie sa na vzťahy podniku s okolím na tomto stupni, čo umožňuje firmám aplikovať dynamický inovačný proces od výskumu k trhu a naopak.

V lineárnom modeli firmy, ktoré boli pôvodcom novej technológie, uplatňovali obchodný model, ktorý využíval uzavretie zmluvy s podnikom na využitie tejto technológie. Tieto firmy sú známe ako externé výskumné organizácie, ktoré vykonávajú výskum a svoje výsledky predávajú iným firmám.

Dve nevýhody tohto modelu sú:

1. potenciálna hodnota celého duševného vlastníctva nemôže byť dosiahnutá, pokiaľ sa bude vzťahovať a využívať iba na jednom trhu nakupujúcej firmy,
2. rast firmy, ktorá svoje výsledky predá druhej firme je limitovaný pretože sa uplatňujú iba malé úspory z rozsahu.

Obrázok 1: Lineárny model vertikálne integrovaného výskumu



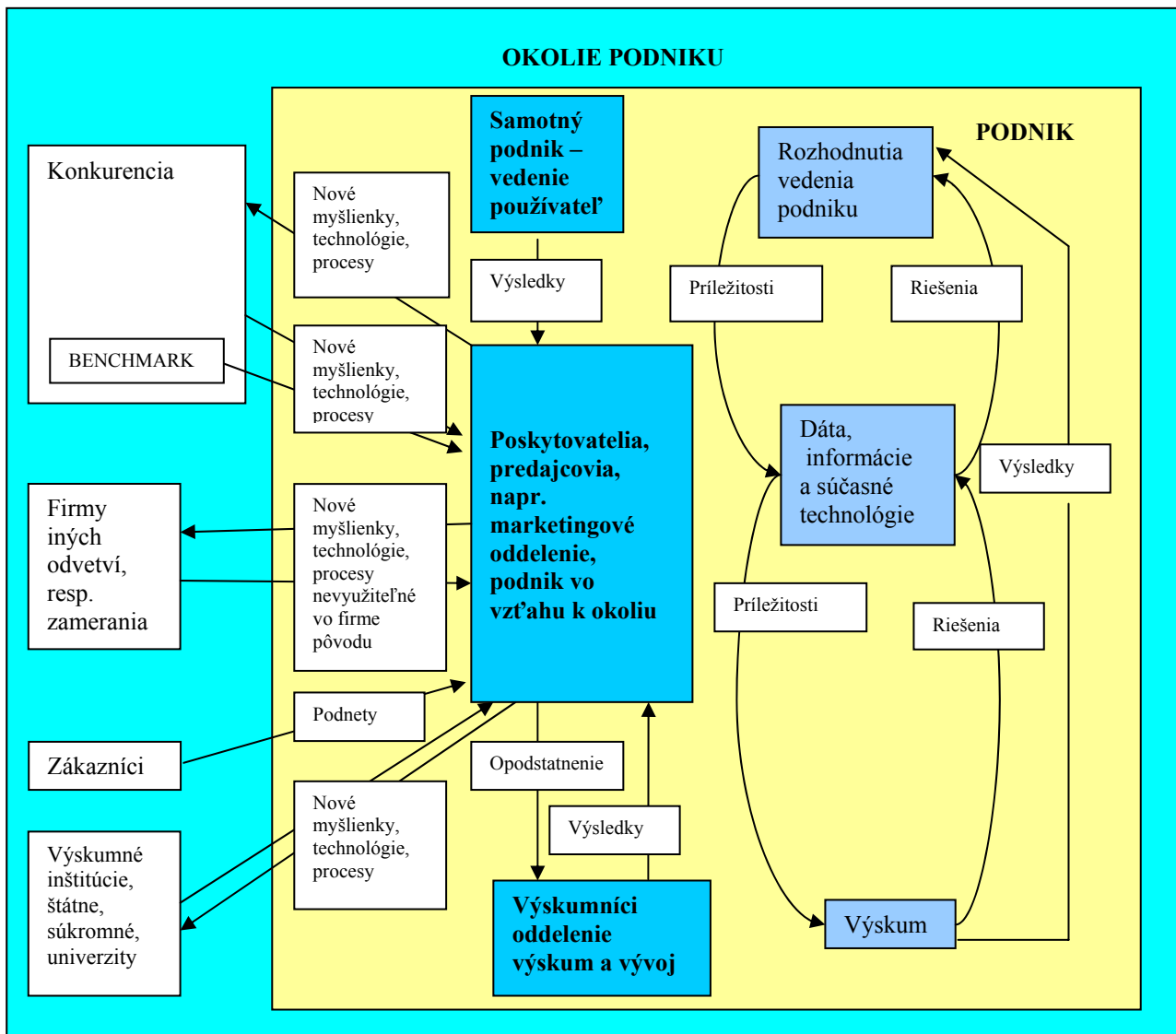
Millennium Pharmaceuticals (americká farmaceutická firma) vyvinula obchodný model, pomocou ktorého si ponechala právo na svoje duševného vlastníctvo, ktoré vyvinula a poskytuje naň licenciu viacerým farmaceutickým firmám. Pre každý špecifický trh zabezpečuje exkluzivitu na poskytnuté výsledky.

Tento model, vytvoril situáciu, pomocou ktorej potenciálna hodnota duševného vlastníctva bola rozdelená medzi pôvodcu aj užívateľa inovácie:

- Firma Millennium si ponechala vlastníctvo a preto mohla vytvárať ďalší dodatočný príjem z poskytovania licencií iným firmám.
- Veľké farmaceutické firmy ťažili z tohto duševného vlastníctva, ktoré potrebovali, pretože náklady, ktoré by si spôsobili jeho úplným nadobudnutím by boli značne vyššie ako platenie za licenciu.

Príklad firmy Millennium Pharmaceuticals znázorňuje obidva úžitky z koncepcie otvoreného inovačného systému a dôležitosť obchodného modelu pre dosiahnutie úplnej potenciálnej hodnoty.

Obrázok 2: Vzťahy podniku k okoliu v koncepcii systému otvorených inovácií



2.3 Vonkajšie vzťahy v koncepcii systému otvorených inovácií

Vzťah podnik - zákazník

Zákazník poskytuje podniku prostredníctvom marketingového prieskumu podnety na produktové inovácie. Procesné inovácie, uplatnenie nových technológií, materiálov a spôsobu výroby býva iba sprievodným javom reakcie na potreby zákazníkov vo vzťahu k úžitkovým vlastnostiam podniku. Keďže produktové inovácie sú v podnikoch oveľa častejšie zavádzané ako procesné inovácie, prínos z adaptácie na požiadavky zákazníkov je značný. Navyše holistický model technologických inovácií vyzdvihuje dizajn a súbor úžitkových vlastností produktu, ktoré chce firma dosiahnuť za najdôležitejší podnet technologického pokroku v súčasnosti. Vzťah podnik a zákazník je z pohľadu podnetu pre inováciu jednosmerný.

Vzťah podnik - štátne výskumné inštitúcie a univerzity

Výskumné inštitúcie a univerzity (na Slovensku nedostatočne využívané) a ich výsledky sú pre podnik prínosom, pričom podnik týmto inštitúciám poskytuje základňu, dôležitú pre preskúmanie

určitých javov, procesov a technológií v praxi. Je na týchto dvoch partnerských inštitúciách, vzťahy akého charakteru si medzi sebou určia.

Vzťah podnik – podniky iného odvetvia, resp. zamerania

Takéto dva podniky nie sú v konkurenčné vzťahu, preto sa medzi nimi môže vytvoriť vzťah obchodný v rámci výmeny nových myšlienok, technológií alebo procesov. Podmienkou takéhoto vzťahu je poskytnutie alebo využívanie inovácie, ktorá nenašla využitie v podniku pôvodu. Medzi tieto podniky patria aj dodávatelia podniku, kde obchodný vzťah je už určený, ale s novým materiálom alebo zariadením do podniku sekundárne vstupujú aj inovácie.

Vzťah podnik – konkurencia

Osobitou kategóriou v tomto vzťahu je vzťah podnik – benchmark. Benchmark tu vystupuje ako „nechcený“ poskytovateľ nových myšlienok v prevažne procesných inováciách. Rozdiel medzi vzťahom ku konkurencii, ako takej a k benchmarku je hlavne vo vedomej snahe podniku prispôsobiť sa benchmarku a v nutnosti prispôsobiť sa okoliu a podmienkam, ktoré vo vonkajšom prostredí utvára konkurencia, prípadne sa od tejto konkurencie líšiť. V tomto vzťahu prevláda opäť vplyv zákazníka, ktorého požiadavky sú hlavným podnetom inovácie produktu a následne technológií a procesov vo firme rovnako pre podnik ako pre jeho konkurenciu.

ZÁVER

Využívanie koncepcie systému otvorených inovácií je pre dnešné podniky nevyhnutné. Predstavuje prínos pre ne samé, najmä v oblasti prísunu nových myšlienok a technológií pre vlastný výrobný proces alebo proces poskytovania služieb, ale zabezpečuje pre ne aj dodatočné príjmy z výsledkov vlastného výskumu, ktoré nie sú využiteľné pre ich podnikateľskú činnosť. Okrem tohto, koncepcia systému otvorených inovácií, zabezpečuje rýchlejší pokrok v rámci celej spoločnosti a podnikateľského prostredia jednotného trhu. Je známe, že inovácie hrajú významnú úlohu v ekonomickom raste. Úlohou koncepcie systému otvorených inovácií je tento proces urýchliť a umožniť efektívnejšiu alokáciu dostupných zdrojov.

LITERATÚRA

1. Zaušková, A.: Manažment inovačných aktivít na podporu podnikateľských služieb pre malé a stredné podniky. Monografia. Zvolen: TU, 2004, 128 s. ISBN 80-228-1311-7.
2. Maťová, H., Nosáľová, L.: Corporate Reputation and its Protection. In: The Growth and Development in Forestry and Wood Industry. Scientific book. Zagreb: University of Zagreb, 2004, p. 13-17. ISBN 953-6307-73-1.
3. Loučanová, E.: Smerovanie invencií a inovácií v drevospracujúcom priemysle. In: Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie „Marketing a obchod 2004 – Rok európskej integrácie“. Zvolen: Ústav pre výchovu a vzdelávanie pracovníkov lesného a vodného hospodárstva SR, 2004, s. 156 – 159. ISBN 80-89100-20-1.
4. www.QuickMBA.com (2003)

KONTAKT

Marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárska fakulta, Technická univerzita vo Zvolene
T. G. Masaryka 2117/24, 960 53 Zvolen
E-mail: rhornak@vsld.tuzvo.sk, kajan@vsld.tuzvo.sk

Komplexná analýza dopytu po masle

Ing. Elena Hošková - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre

ÚVOD

Výživová a potravinová politika je dôležitou súčasťou ekonomiky každého štátu. Jej uplatňovanie súvisí s rozvojovým stupňom danej krajiny. Vyspelé ekonomiky používajú nástroje na zvýšenie osvedy obyvateľstva a zlepšenie jeho stravovacích zvyklostí. Vypracováva sa tzv. systém odporúčaných výživových dávok, v rámci ktorých sú určené odporúčané dávky jednotlivých potravín v súlade s racionálnou výživou a zabezpečením najdôležitejších prvkov potravy.

CIEĽ, MATERIÁL A METÓDY PRÁCE

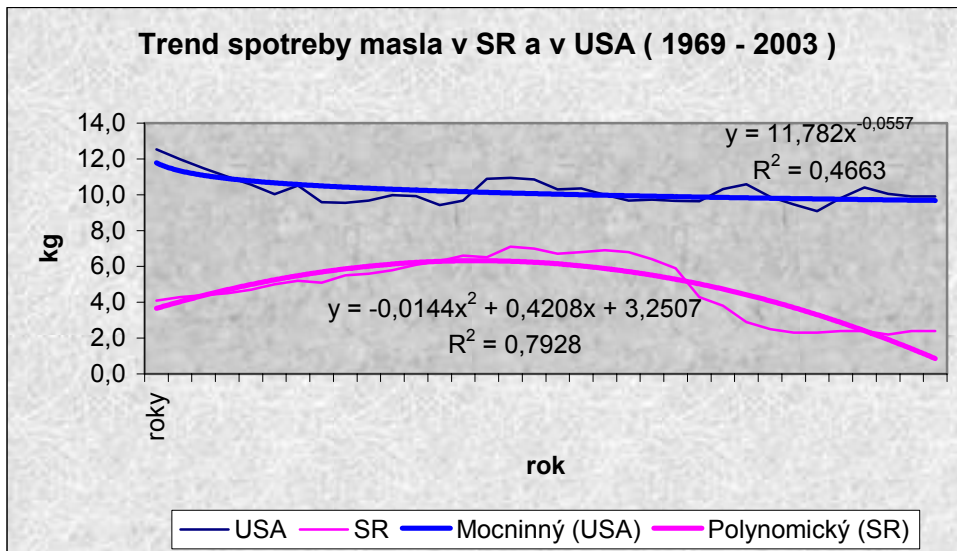
Analyzovať doterajší vývoj spotreby masla na Slovensku a komparovať ho so žiadúcim vývojom spotreby podľa odporúčaných výživových dávok a vývojom spotreby v Spojených štátoch amerických. Určiť determinanty, ktoré vplyvajú na spotrebu masla a kvantifikovať silu ich vplyvu na spotrebu. Pre naplnenie cieľov bola použitá regresná analýza, na základe ktorej sme odhadli funkciu dopytu po masle. Odhadnuté parametre regresnej rovnice dopytu sme použili ako vstupné údaje pre potreby senzitivnej analýzy dopytu. K ekonometrickému spracovaniu kvantitatívnych dát sme použili štatistický program SAS a užívateľský program Excel. Regresná analýza je zameraná na odhady hodnôt jednej premennej (vysvetľovanej alebo závisle premennej) zodpovedajúcich daným hodnotám iných premenných (vysvetľujúcich alebo nezávisle premenných) a na priebeh závislosti medzi týmito hodnotami. Popis priebehu závislosti je prevádzaný výberom vyrovnávajúcej analytickej funkcie.

K analýzám boli použité informačné zdroje Štatistického úradu Slovenskej republiky, Výskumného ústavu ekonomiky poľnohospodárstva a potravinárstva , Ústavu vedecko - technických informácií pôdohospodárstva, Situačné a výhľadové správy, materiály Ministerstva pôdohospodárstva Slovenskej republiky, Zelená správa, Roľnícke noviny, Fakty ďalšie časopisy, webové stránky, ako aj iná dostupná literatúra.

Spotreba masla

Spotreba masla v oboch štátoch súvisí s tradíciou a zvyklosťami obyvateľstva. Odporúčaná výživová dávka na Slovensku je 2,8 kilogramu na obyvateľa a rok. Skutočná priemerná spotreba masla je v Spojených štátoch amerických dvakrát vyššia ako v Slovenskej republike. Spotreba v USA má mierne klesajúci trend a vystihuje ju najlepšie mocninová funkcia. Index determinácie je však veľmi nízky. Model teda vysvetľuje iba 47 % zmien v časovom rade. Spotrebu masla v USA zrejme ovplyvňujú najmä iné činitele, ako je čas.

Spotrebu masla v SR vystihuje polynomický model, v USA mocninový model. Podľa odhadnutých záporných koeficientov pri čase v oboch štátoch je spotreba masla klesajúca. V USA so zvýšením času o 1 percento sa zníži spotreba masla o 0,06 percenta. Spotreba dosiahla svoje maximum (7,1 kg) v roku 1984. Maximálna spotreba v Slovenskej republike je nižšia, ako minimálna spotreba v USA, ktorá je 9,1 kg (1997). Maximum spotreby masla v Spojených štátoch amerických je 12,5 kilogramu (1969). Vypočítaný index determinácie je v odhadnutom modeli spotreby masla na Slovensku príliš nízky. Podľa neho polynomický model vysvetľuje len 46,63 % zmien v časovom rade vývoja spotreby masla. Treba však povedať, že pri polynomickej modeli vyšiel tento index determinácie zo skúmaných modelov najvyšší. Oveľa preukaznejšia je hodnota R^2 v odhadnutom polynomickej modeli vývoja spotreby na Slovensku. Tento vysvetľuje 79,28 % zmien v časovom rade.



Zdroj: ŠR SR, www.usda.gov, vlastné prepočty

Rozdiel medzi maximálnou a minimálnou hodnotou v USA je 3,4 kilogramy, na Slovensku 4,9 kilogramov. Od roku 1995 spotreba masla v Slovenskej republike zodpovedá odporúčaným výživovým dávkam. Od roku 1969 do roku 1994 sme spotrebovávali neúmerne veľa živočíšnych tukov. Táto situácia sa vďaka osvete a substitúcie masla rastlinnými tukmi zlepšila.

Tabuľka 1: Vývoj spotreby masla v kilogramoch na obyvateľa a rok v SR

Rok / potravina	Maslo
1994	2,9
1995	2,5
1996	2,3
1997	2,3
1998	2,4
1999	2,4
2000	2,2
2001	2,4
2002	2,4
2003	2,2
OVD	2,8
<i>03/94</i>	<i>0,77</i>
<i>03/OVD</i>	<i>0,79</i>

Zdroj: Štatistický úrad, vlastné výpočty

Odhad dopytu po masle

Predpoklady analýzy

- Maslo je superior tovar, t.j. so zvyšovaním príjmu sa bude zvyšovať i dopyt po ňom.
- Medzi spotrebovaným množstvom masla a jeho cenou by mala byť negatívna korelácia.
- Rastlinné oleje a tuky a maslo sú za určitých predpokladov substitúty, krížová cenová elasticita by mala byť potom záporná.
- Bravčovú masť a maslo tiež možno považovať za substitúty, preto krížová cenová elasticita aj medzi týmito dvoma potravinami by mala byť záporná.

Tabuľka 2: Testy pre jednotlivé modely odhadu dopytu po masle

Testy	Lineárny model	Mocninový model	Exponenciálny model
adjusted R ²	0,6368	0,5777	0,6164
F tabuľkové	6,26	6,26	6,26
F vypočítané	13,35	8,49	11,17
T tabuľkové	2,77	2,77	2,77
koeficient pri premennej	T vypoč./Pvalue	T vypoč./Pvalue	T vypoč./Pvalue
RP _{mas}	-2,3 / 0,08	-1,57 / 0,15	-2,08 / 0,1
RP _{mast}	0,64 / 0,559	0,4 / 0,71	0,72 / 0,51
RP _{marg}	4,08 / 0,01	3,04 / 0,04	3,61 / 0,022
RP _{ol}	-5,6 / 0,007	-3,62 / 0,02	-4,62 / 0,009
RI	0,69 / 0,52	- 0,33 / 0,76	0,43 / 0,69

Zdroj: vlastné prepočty

kde: Q_{mas}- spotreba masla v kg na obyvateľa a rok, RP_{mas} – reálna cena masla v Sk na kilogram, RP_{mast} – reálna cena bravčovej masti v Sk na kilogram, RP_{ol} – reálna cena rastlinného oleja v Sk na kilogram, RI – reálny príjem na obyvateľa a rok

Najvyšší korigovaný index determinácie vyšiel pri lineárnom modeli. tento vysvetľuje 63,68 percent zmien v časovom rade vývoja spotreby masla. F vypočítané je pre všetky modely vyššie ako F tabuľkové na hladine významnosti 0,05, t.j. zvolené nezávisle premenné vysvetľujú zmeny závisle premennej s 95 percentnou spoľahlivosťou. Najpresnejší odhad koeficientov pri jednotlivých premenných sme dosiahli tiež lineárnym modelom. Koeficient pri reálnej cene masla je odhadnutý s 92 percentnou spoľahlivosťou, pri premennej reálna cena margarínu je koeficient odhadnutý s 99 percentnou spoľahlivosťou, reálna cena oleja 99,3 percent. Na koeficient pri reálnej cene bravčovej masti a reálnom príjme sa môžeme spoľahnúť len na 50 percent. Spolu so zmenou uvedených nezávisle premenných sa bude meniť aj spotreba masla s pravdepodobnosťou vyššie uvedenou. Keďže je väčšina koeficientov spoľahlivých, prijímame lineárny model ako najvhodnejší na popísanie daného vzťahu .

Odhadnutý dopyt po masle:

Lineárny model:

$$Q_{mas} = -0,014 RP_{mas} + 0,019 RP_{mast} + 0,17 RP_{marg} - 0,12 RP_{ol} + 7,6.E^{06}RI$$

Ak sa zvýši reálna cena masla o sto korún za kilogram, zníži sa jeho dopytované množstvo o 1,4 kilogramu na obyvateľa a rok. Spolu so zvýšením reálnej ceny bravčovej masti o sto korún za kilogram sa zvýši dopyt po masle o 1,9 kilogramu na obyvateľa a rok. Ak sa zvýši reálna cena margarínu o sto korún za kilogram, zvýši sa dopyt po masle o 17 kilogramov na obyvateľa a rok. Zvýšenie reálnej ceny oleja o sto korún za kilogram vyvolá zníženie dopytu po masle o 12 kilogramov. Zvýšenie reálneho príjmu na obyvateľa a rok o tisíc korún spôsobí zvýšenie dopytu po masle o 0,0076 kilogramu na obyvateľa a rok.

Mocninový model:

$$\ln Q_{mas} = -0,46 \ln RP_{mas} + 0,28 \ln RP_{mast} + 2,7 \ln RP_{marg} - 2,07 \ln RP_{ol} - 0,06 \ln RI$$

$$Q_{mas} = RP_{mas}^{-0,46} \cdot RP_{mast}^{0,28} \cdot RP_{marg}^{2,7} \cdot RP_{ol}^{-2,07} \cdot RI^{-0,06}$$

Zvýšenie reálnej ceny masla o jedno percento spôsobí zníženie dopytovaného množstva masla o 0,46 percent. Ak sa zvýši reálna cena bravčovej masti o jedno percento, zvýši sa dopyt po masle o 0,28 percenta. Spolu so zvýšením reálnej ceny margarínu o jedno percento sa zvyšuje dopyt po masle o 2,7 percenta. Percentuálne zvýšenie reálnej ceny oleja spôsobí zníženie dopytu po masle o 2,07 percenta. Ak sa zvýši príjem o jedno percento, zníži sa dopyt po masle o 0,06 percenta.

Exponenciálny model:

$$\ln Q_{\text{mas}} = -0,0055 RP_{\text{mas}} + 0,009 RP_{\text{mast}} + 0,066 RP_{\text{marg}} - 0,04 RP_{\text{ol}} + 2,01 E^{-06} RI$$
$$Q_{\text{mas}} = 0,99^{RP_{\text{mas}}} \cdot 1^{RP_{\text{mast}}} \cdot 1,068^{RP_{\text{marg}}} \cdot 0,96^{RP_{\text{ol}}} \cdot 1^{RI}$$

Ak sa zvýši reálna cena masla o korunu za kilogram, zníži sa dopytované množstvo masla o 0,01 percenta. Zvýšenie reálnej ceny margarínu spôsobí zvýšenie dopytu po masle o 0,068 percenta. Ak sa zvýši reálna cena olej, zníži sa dopyt po masle o 0,04 percenta.

Tabuľka 3: Výsledky senzitivnej analýzy pri dopyte po masle

elasticita / model	lineárny model	mocninový model
cenová elasticita dopytu	-0,55	-0,46
krížová cenová elasticita (masť)	0,30	0,28
krížová cenová elasticita (margarín)	3,14	2,76
krížová cenová elasticita (olej)	-2,06	-2,07
príjmová cenová elasticita	0,16	-0,06

Zdroj: vlastné výpočty

ZÁVER

Vypočítaná cenová elasticita dopytu hovorí, že ak sa zvýši reálna cena masla o jedno percento, dopytované množstvo sa zníži o 0,55 podľa lineárneho, resp. o 0,46 podľa mocninového modelu. Cenová elasticita dopytu je záporná, t.j. že je dodržaný zákon dopytu a je väčšia ako - 1, t.j. dopyt po masle je cenovo neelastický. Krížová cenová elasticita dopytu po masle vzhľadom na cenu masla je kladná, nadobúda hodnotu 0,30 pri lineárnom a 0,28 pri mocninovom modeli. So zvyšovaním ceny masla sa bude zvyšovať i dopyt po masle, t.j. že tieto tovary slovenskí spotrebitelia považujú za substitúty. Tak isto nahrádzajú spotrebu margarínu spotrebou masla, pretože so zvýšením reálnej ceny margarínu o jedno percento sa zvýši dopyt po masle o 3,14, resp. o 2,76 percenta. Vzhľadom na záporný koeficient krížovej cenovej elasticity dopytu po masle vzhľadom na cenu oleja sú maslo a olej komplementy. Ak sa zvýši reálna cena oleja o jedno percento, zníži sa dopyt po masle o 2,06 podľa lineárneho, resp. 2,07 podľa mocninového modelu. Pri výsledkoch príjmovej elasticity sa výsledky v jednotlivých modeloch výraznejšie líšia. Keďže však lineárny model vyšiel preukaznejší, oprieme sa o to, že so zvyšovaním reálneho príjmu o jedno percento sa zvýši dopyt po masle o 0,16 percenta. Maslo je teda superior statok, a keďže je príjmová elasticita nižšia ako 1, ide o nevyhnutný statok, t.j. základnú potravinu. Výsledky analýzy dopytu po masle potvrdili naše predpoklady s jednou výnimkou. Predpokladali sme totiž, že maslo a olej sú substitúty (alebo by za určitých okolností mohli byť). Výsledky to ale nepotvrdili.

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. SYROVÁTKA, P. 2003. Výdaje za potraviny českých domácností a Engulv zákon. In Zemědělská ekonomika, č. 49, 2003, s. 487 – 495.
2. SYROVÁTKA, P. 2004. Příjmová pružnost výdajů za potraviny u průměrné české domácnosti. In Zemědělská ekonomika, č. 50, 2004, s. 309 – 316.
3. TRUSKOVÁ, I.: <http://www.vyzivapredce.sk/vyz.html/03/01/2005>

Europeizácia v kontexte SZBP EÚ a jej vplyv na zahraničnú politiku členských štátov

Ing. Jana Hošková - Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave

ABSTRACT

In this paper work I try to explain why there is no great interest in studying the process of Europeanization among the scholars in the second pillar of the European Union. The Common Foreign and Security Policy of the EU was constituted by the Treaty of the EU from Maastricht in 1991. The cooperation among the Member states is prevalingly intergovernmental, therefore out of communitarization. I argue, that Europeanization acts also here, mainly implicitly through the emerging institutions (rules and EU organs). Basic theories of international relations fail to explain such a cooperation. In the second part I focus shortly on the influence of CFSP on foreign policy of the Member states.

ÚVOD

Europeizácia sa plne prejavila v procesoch externej integrácie, tzv. *widening* (rozširovanie) a internej integrácie, tzv. *deepening* Európskej únie. Tieto procesy prebiehajú s rôznou intenzitou v závislosti od okamihu rôzne dlhého časového obdobia, v ktorom sa EÚ nachádza. Obidva procesy zahŕňajú nespočetné množstvo parciálnych procesov, ktoré môžu obsahovať napríklad aproximáciu práva, internalizáciu európskych noriem, prijímanie a budovanie spoločnej európskej identity, postupujúcu komunitarizáciu jednotlivých politík, intenzívnejšiu spoluprácu v druhom a treťom pilieri, následnú inštitucionalizáciu. Europeizačný proces môže nadobúdať konkrétnu podobu pôsobením na konkrétny členský štát a konkrétnu oblasť záujmu. Niektorí autori (napr. Torreblanca, Boerzel a Risse) potvrdzujú, že europeizácia sa v počiatočnom výskume chápala všeobecne ako dopad európskeho integračného procesu na členské štáty. Až neskôr začali vznikať výskumné štúdie o vplyve EÚ a jej inštitúcií (v zmysle pravidiel i orgánov EÚ) na jednotlivé oblasti politiky a politickú štruktúru⁴⁰ a s využitím metódy indukcie. Spoločná zahraničná a bezpečnostná politika EÚ (ďalej len SZBP) je zvláštnym prípadom. Doteraz sa nevenovalo veľa pozornosti fenoménu europeizácie v tejto politike z dôvodu pomalého integračného procesu, ktorý naráža na mnohé prekážky.

Europeizačný proces pôsobí v procese vytvárania SZBP EÚ dvoma smermi:

1. „top-down“ perspektíva – európske inštitúcie ovplyvňujú zahraničnú politiku jednotlivých štátov
2. „bottom-up“ perspektíva – zahraničná politika jednotlivých štátov ovplyvňuje SZBP EÚ⁴¹.

V tejto práci sa budem venovať teoretickému vysvetleniu europeizačného procesu v členských štátoch a jeho pôsobeniu v rámci druhého piliera EÚ – SZBP. Pri analýze uprednostním a zároveň sa obmedzím na „top-down“ perspektívu tohoto procesu. Je potrebné vziať do úvahy niektoré teórie, ktoré vysvetľujú konštituovanie a spoluprácu členských štátov v rámci európskej zahraničnej politiky a na ich základe vyvodit' závery pre ďalší možný postup europeizácie v tejto oblasti medzivládnej spolupráce. V prvej kapitole sa venujem teoretickým zdôvodneniam spomaleného europeizačného procesu v oblasti SZBP EÚ. Druhá kapitola sa zaoberá vplyvom SZBP na zahraničnú politiku členských štátov.

⁴⁰ Boerzel, T., Risse, T.: When Europe Hits Home: Europeanization and Domestic Change. EUI Working Paper RSC 2000/56, European University Institute, San Domenico.

⁴¹ Hošková, J.: Europeizácia v kontexte Spoločnej zahraničnej a bezpečnostnej politiky EÚ a jej vplyv na Slovenskú republiku. In: Zborník z konferencie Vedecké aspekty vstupu SR do EÚ. Bratislava, 2004.

TEORETICKÝ VSTUP DO PROCESU EUROPEIZÁCIE V OBLASTI ZAHRANIČNEJ POLITIKY EÚ

Problematikou europeizačného procesu v rámci SZBP sa zaoberá pomerne málo odborníkov. Je to zdôvodnené aj tým, že SZBP sa začala konštituovať až na základe Zmluvy z Maastrichtu prijatej v roku 1991. Táto zmluva vstúpila do platnosti v roku 1993 a jej články J.1 až J.11 o SZBP nahradili dovtedajšie Európske politické spoločenstvo fungujúce na základe spoločných stretnutí a nezáväzných konzultácií. Nová „spoločná“ politika nevyžadovala konštituovanie nových orgánov EÚ, dokonca vylúčila niektoré z ich angažovania v tejto oblasti (Európsky súdny dvor) alebo obmedzila ich právomoci (slabá úloha Európskej komisie a Európskeho parlamentu). Okrem toho, členské štáty si stále zachovávajú výraznú nezávislosť v tvorbe svojej zahraničnej politiky, aj keď sú povinné oboznamovať o svojich zámeroch a stratégiách ostatné členské štáty. Soetendorp (1999) tvrdí, že „zahraničná a bezpečnostná politika zostáva poslednou dôležitou baštou štátnej suverenity a členské štáty EÚ považujú zahraničnú politiku za doménu európskych národných štátov.“⁴² Všetky tieto skutočnosti vysvetľujú nedostatočný výskum spoločnej zahraničnej politiky, resp. jej podceňovanie. Podľa H. Sjursenovej⁴³ mnohí autori hodnotia SZBP na základe politických výsledkov. Niekedy ich analýzy obsahujú normatívne prvky, ktoré naznačujú, ako treba konať a stanovujú explicitne alebo implicitne cieľ vytvoriť zo SZBP efektívny nástroj, ktorý by slúžil jednotlivým štátom. EÚ nebola schopná prostredníctvom SZBP účinne zakročiť proti krízam v Juhoslávii, Kosove a nedokázala sa dohodnúť na spoločnom postupe v Iraku. Torreblanca (2003) tvrdí, že okrem M. Smitha európska zahraničná politika nezaujala významnú pozíciu vo výskumnej agende europeizácie. Zmenami v zahraničnej politike členských štátov, ktoré boli vyvolané SZBP, sa zaoberá aj B. Tonra (konkrétne skúma vplyvy európskych inštitúcií na zahraničnú politiku Írska, Dánska a Holandska⁴⁴), J. Torreblanca (okrem iného analyzoval postoje dvoch najsilnejších politických strán k SZBP a zistil, že europeizačný proces bol rýchlejší počas vlády PSOE ako vlády PP, a v zahraničnej politike Španielska sa presadili rôzne zahraničnopolitické stratégie⁴⁵) a niektorí ďalší.

Na druhej strane sa sformovali teórie, ktoré umožňujú vysvetliť progresívne rastúcu kooperáciu medzi členskými štátmi v oblasti SZBP. Podľa Smitha⁴⁶ teórie inštitucionalizmu poskytujú potrebné vysvetľovacie mechanizmy. Na tomto základe sa viacerí autori odvolávajú na postačujúci empirický výskum SZBP, ktorý dokazuje, že europeizácia pôsobí aj v tejto oblasti. Európske politické spoločenstvo začalo pracovať v roku 1974 ako diskusné fórum členských štátov EÚ, prešlo určitými inštitucionálnymi zmenami, až v roku 1991 sa konštituoval samostatný druhý pilier – SZBP EÚ. Počínajúc Maastrichtskou zmluvou cez Amsterdamskú a Zmluvu z Nice sa táto spolupráca postupne rozširovala a zintenzívnila. Je ťažké nájsť vysvetlenie podstaty tejto spolupráce dominantnými teóriami medzinárodných vzťahov, najmä teóriou realizmu a neorealizmu. Aplikácia monokauzálnych teórií kooperácie, ako je realizmus, je podľa Smitha (2004) problematická pre oblasť Európskej zahraničnej politiky. Táto teória postavená na základoch klasického realizmu Morgenthaua tvrdí, že kooperácia štátov v oblasti zahraničnej politiky je podmienená ich národnými záujmami.⁴⁷ Z toho vyplýva, že realizmus nedokáže vysvetliť postupujúcu spoluprácu členských štátov v druhom pilieri a jeho inštitucionalizáciu. Štáty mnohokrát obchádzajú základnú kalkuláciu *costs-benefits* (náklady-výhody). Vzťahom medzi inštitúciami a spoluprácou členských štátov sa zaoberá práve teória

⁴² Soetendorp, B.: *Foreign Policy in the European Union*. Essex: Pearson. PI, 1999.

⁴³ Sjursen, H.: *Understanding the Common Foreign and Security Policy: Analytical Building Blocs*. Arena Working Paper 9/03.

⁴⁴ Tonra, B.: *Denmark and Ireland. The Foreign Policies of European Union Member States*. I. Manners and R. Whitman. Manchester: Manchester University Press, 2000.

⁴⁵ Torreblanca, J. I.: *Ideas, Preferences, Institutions: Europeanization of Spanish Foreign Policy*: ARENA Working Papers, WP 01/26.

⁴⁶ Smith, M.: *Europe's Foreign and Security Policy. The Institutionalization of Cooperation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

⁴⁷ Tamže, str. 2.

inštitucionalizmu prameniaca z liberálnych teórií zahŕňajúcich interdependenciu a inštitúcie, ktorá môže byť vhodným nástrojom na vysvetlenie europeizačného procesu v oblasti SZBP.

ANALÝZA VPLYVU SZBP EÚ NA ČLENSKÉ ŠTÁTY

EÚ môže v zásade pôsobiť na členské štáty a niektoré vybrané politiky proaktívne, a to prostredníctvom svojich inštitúcií, teda orgánov a pravidiel prijímaných na tejto úrovni, ktoré sú pre ne záväzné. Tento spôsob zodpovedá teórii inštitucionalizmu. Formujúce sa inštitúcie druhého piliera v niektorých prípadoch ovplyvňujú zahraničnú politiku členských štátov. To znamená, že domáce inštitúcie sa značne prispôbili a „misfit“⁴⁸ (nehoda) týchto inštitúcií s európskymi je veľmi malý. V tejto súvislosti možno spomenúť spoločné deklarácie k medzinárodným konfliktom, spoločné akcie a spoločné stratégie v prípade Ruskej federácie, Ukrajiny a oblasti Stredomoria. Tieto sa klasifikujú ako nástroje SZBP EÚ. EÚ môže teda pôsobiť preventívne

Podruhé, SZBP EÚ má malý vplyv na niektoré oblasti zahraničnej politiky členských štátov, ak tieto nie sú v pôsobnosti inštitúcií EÚ a zároveň v nich má členský štát silný záujem. Nehoda medzi inštitúciami oboch úrovní môže byť významná, adaptačné tlaky sú obmedzené. Členský štát má snahu preniesť niektoré oblasti záujmu na európsku úroveň, ak je presvedčený, že môže vo svoj prospech dosiahnuť viac v súčinnosti s európskymi inštitúciami. V tomto prípade dochádza k tzv. politickému „uploading“. Ak členský štát chce postupovať v danej oblasti sám, túto možnosť má, hoci už len v obmedzenej miere.

Potreba, otázky, ktoré nemajú pre členské štáty primárny význam, môžu byť postúpené inštitúciam EÚ. V tomto prípade sa očakávajú značné adaptačné tlaky a z toho vyplývajúci „downloading“ čiže prijatie európskych právnych úprav danej oblasti členskými štátmi.

Poštvrté, EÚ môže v porovnaní s prvým bodom reagovať na vzniknutú situáciu v medzinárodných vzťahoch, najmä pri medzinárodných krízach a konfliktoch. V tomto prípade sa neočakáva významný adaptačný tlak na domáce inštitúcie členských štátov.

ZÁVER

Môžeme konštatovať, že europeizácia pôsobí aj oblasti Spoločnej zahraničnej a bezpečnostnej politiky EÚ, i keď jej vplyv nie je taký výrazný ako v komunitárnych politikách. Formuje sa skôr evolučnou cestou ako direktívnou, pretože jednotlivé členské štáty odovzdávajú svoje právomoci len veľmi opatrne. Postupná inštitucionalizácia vedie k nárastu komplexnosti vzťahov medzi štátmi a nevyhnutnosti kooperácie aj napriek nejasej kalkulácii nákladov a výhod. Preto europeizácia (v zmysle top-down) je významným prvkom formovania SZBP a jej výskum sa bude zintenzívňovať.

⁴⁸ Boerzel, T., Risse, T.: When Europe Hits Home: Europeanization and Domestic Change. EUI Working Paper RSC 2000/56, European University Institute, San Domenico. Pojem „misfit“ alebo nehoda medzi inštitúciami (T. Boerzel) je súčasťou základnej terminológie europeizácie. Risse, Caporaso a Cowles pracovali s pojmom „goodness of fit“, ktorý má podobne vyjadrovať stupeň adaptačného tlaku na domáce inštitúcie zo strany európskych inštitúcií.

Vývoj reálnej konvergenzie krajín strednej Európy ku ekonomike Európskej únie

Ing. Jana Hudáková - Ekonomická fakulta TU Košice

ABSTRACT

Development of the Central European countries' real convergence to the EU economy

In connection with the enlarging of the EU in 2004 and also entering EMU in future (adopting euro), discussions on nominal and real convergence have intensified. Nominal convergence means meeting Maastricht criteria. Real convergence is catching-up of per capita income levels and institutional structures. The purpose of this article is to evaluate the approximation of the real parameters – real convergence- and conditions of the Slovak (Hungarian, Czech and Polish) economy to those of the EU-15 economy.

The main indicator of the real convergence is gross domestic product per capita (GDP/p.c.) at purchasing power parity (or expressed in EUR). The other indicators that can be observed are price levels, labour productivity, GDP growth rates, foreign trade etc.

In all four analyzed countries GDP/p.c. and price levels are much below the EU level. Slovakia is on 3rd place in GDP/p.c. with 47,8% in 2002, the Czech Republic reached the highest level 59,2% of the average of EU level. Price levels are on average at 50% EU level (e.g. in 2002: Poland – 60,9%, Czech Republic – 46,9%, Hungary – 48,7% and Slovakia –40,9%)

In GDP rate growth, all V-4 countries, besides the Czech Republic, have recorded a significantly higher rate of economic growth than have EU-15, so the convergence of these economies was increasing.

It is very realistic to expect high rate of economic growth in future (especially in Slovakia about 4-5% yearly) compared to the EU economy (2-3%) so it can be said that the convergence will be only gradual.

VÝVOJ REÁLNEJ KONVERGENCIE KRAJÍN STREDNEJ EURÓPY KU EKONOMIKE EURÓPSKEJ ÚNIE

Jedným z cieľov vstupu krajín strednej Európy do Európskej únie je zvýšenie a priblíženie životnej úrovne ich obyvateľov k štandardom vyspelých trhových ekonomík. Rozdiely v úrovni produkcie na obyvateľa a cenových hladín tak núkajú porovnanie, ako ďaleko sú krajiny strednej Európy od svojho cieľa vzdialené. V tomto článku sa preto venujem zhodnoteniu a porovnaniu vývoja reálnej konvergenzie krajín strednej Európy, t.j. Slovenskej republiky (v porovnaní s ostatnými sa jej budem venovať trochu podrobnejšie), Maďarska, Poľska a Českej republiky ku ekonomike Európskej únie (EÚ-15).

Podstata reálnej konvergenzie

V súvislosti s rozširovaním Európskej únie v minulom roku a prijatím eura ako národnej meny v budúcnosti v teraz už členských štátoch, sa môžeme často stretnúť s pojmami reálna resp. ekonomická a nominálna konvergenzia.

Nominálna konvergenzia je podmienkou vstupu do menovej únie a zahŕňa plnenie tzv. Maastrichtských kritérií, potrebných na vstup do eurozóny. Ide o päť špecifických kritérií: kritérium fiškálneho deficitu, verejného dlhu, dlhodobej úrokovej miery, miery inflácie a menového kurzu. Slovensku sa zatiaľ darí spĺňať kritérium výmenného kurzu, verejného dlhu a s miernym prekročením referenčnej hodnoty aj kritérium fiškálneho deficitu a inflácie.

Reálna konvergenzia, naopak nie je podmienkou vstupu do eurozóny a preto ani prístup k jej hodnoteniu a charakteristike nie sú jednotné. Vo všeobecnosti reálna konvergenzia predstavuje

približovanie resp. dobiehanie ekonomickej úrovne, reálnych parametrov a hospodárskej úrovne ekonomiky jednej krajiny k ekonomike inej krajiny.

Reálna a nominálna konvergencia sa navzájom nevylučujú, naopak, sú vzájomne podmienené, sú komplementárnymi prvkami stratégie smerovania do menovej únie, z čoho vyplýva potreba ich paralelného uskutočňovania.

Ako už bolo spomenuté, pod reálnou konvergenciou rozumieme približovanie sa hospodárskych výkonností, životných úrovní, konkurencieschopnosti a iných reálnych parametrov jednotlivých štátov, krajín, prípadne ich regiónov. Za základný indikátor reálnej konvergenencie sa považuje hrubý domáci produkt na obyvateľa (HDP/obyv.) vypočítaný na základe parity kúpnej sily. Ide o najsúhrnejší ukazovateľ, ktorý vyjadruje ekonomickú silu danej národnej ekonomiky, a ktorý odráža aj životný štandard ich rezidentov. Ďalšími sledovanými ukazovateľmi sú napr. úroveň produktivity práce, rast HDP, cenová hladina, vývoj reálnych miezd a zamestnanosti, ale aj vývoj zahraničného obchodu.

Proces približovania výkonností dvoch ekonomík sa môže diať dvomi spôsobmi, jednak prostredníctvom rôzneho hospodárskeho rastu v jednotlivých ekonomikách a približovaním sa cenovej hladine EÚ, jednak existenciou inflačného diferenciálu a apreciáciou reálneho výmenného kurzu.

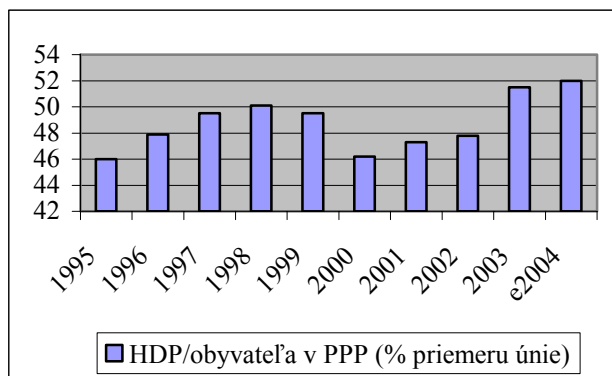
KOMPARÁCIA REÁLNEJ KONVERGENCIE JEDNOTLIVÝCH EKONOMÍK STREDNEJ EURÓPY

Najvýznamnejším ukazovateľom na ohodnotenie stavu reálnej konvergenencie je HDP na obyvateľa v parite kúpnej sily (PPP) resp. prepočítaný na eurá. Druhou dôležitou veličinou je úroveň cenovej hladiny v analyzovaných krajinách v porovnaní s cenovou hladinou v EÚ.

Slovenská republika

Z porovnávania úrovne HDP/obyv. v PPP na Slovensku s ekonomikou EÚ vyplýva, že Slovensko dosahuje v súčasnosti približne polovičnú úroveň výkonnosti EÚ (graf 1). Odhady na rok 2004 hovoria o úrovni takmer 52%. Situácia však nie je rovnaká vo všetkých regiónoch. Kým v bratislavskom regióne HDP/obyv. v PPP predstavuje takmer 98% priemeru EÚ, na východnom Slovensku je to približne iba 35% [2] Ako vidno z grafu 1 v priebehu posledných rokov došlo k výraznému zlepšeniu tohoto ukazovateľa. Každý rok dôjde k zvýšeniu o niekoľko desiatín bodov. Výnimku tvoria roky 1999 a 2000 kedy došlo k poklesu hospodárskeho rastu v dôsledku uplatňovania reštriktívnej makroekonomickej politiky.

Graf 1: Vývoj HDP/obyv. Slovenska k EÚ (e- odhad)



Ak by bol HDP/obyv. vyjadrený v EUR, Slovensko by dosahovalo zhruba 20%-nú úroveň EÚ. Dynamika rastu za posledné obdobie by ale ukazovala zvýšenie takmer o štvrtinu aj napriek spomínanej stagnácii.

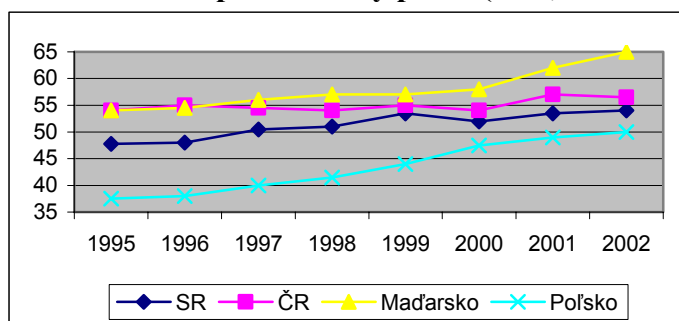
Z porovnania rastu HDP na Slovensku a v EÚ (tabuľka č.1) je možné vidieť, že rast slovenskej ekonomiky prevyšuje rast EÚ (výnimkou sú roky 1999 a 2000). V rokoch 2002 - 2004 to bolo dokonca

o viac ako 3 percentuálne body. V roku 2005 sa očakáva rast slovenskej ekonomiky na úrovni približne 5% a ekonomiky EÚ na asi polovičnej úrovni.

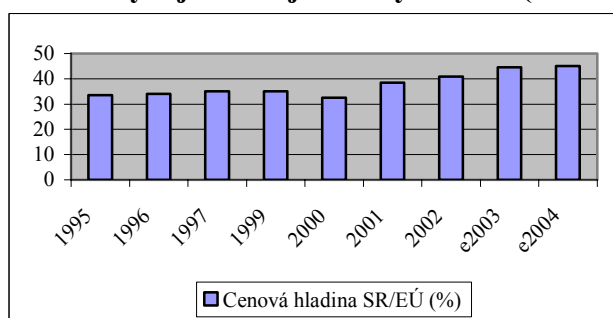
Rast HDP je úzko spätý s rastom produktivity práce (výrobných faktorov). Je teda nevyhnutné aby ekonomický rast bol založený na raste produktivity práce pri kontrole nákladových faktorov (t.j. reálne mzdy). Slovensko zaznamenáva výrazný odstup v produktivite práce za EÚ (graf č. 2), v roku 2002 to bolo asi 54% priemeru EÚ. Nižšiu úroveň produktivity práce dosahuje už len Poľsko. Pre podporu ekonomického rastu a tým zlepšovanie konvergenčného procesu je teda nevyhnutné zvyšovať úroveň tak produktivity práce ako aj ostatných výrobných faktorov. Jednou z možností, na ktorú sa spolieha aj slovenská vláda sú priame zahraničné investície (napr. prostredníctvom tzv. spillovers).

Približovanie výkonnosti slovenskej ekonomiky k EÚ sa môže diať aj prostredníctvom zvyšovania cenovej hladiny. Napriek faktu, že nominálny menový kurz Skk/EUR za posledných 10 rokov deprecioval o takmer 20%, reálny výmenný kurz aprecioval vďaka rýchlejšiemu rastu inflačného diferenciálu. Takto došlo aj k výraznejšiemu rastu cenovej hladiny na Slovensku a tým priblíženiu k hladine EÚ (graf č. 3). Prepočítané na paritu kúpnej sily, jej súčasná úroveň predstavuje asi 45% (odhad pre rok 2004) priemernej cenovej úrovne EÚ. Predstavuje to posledné miesto spomedzi analyzovaných krajín.

Graf 2: Úroveň produktivity práce (PPP, EU = 100%)

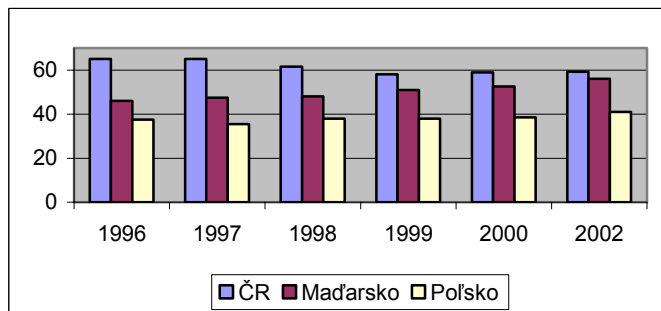


Graf 3: Vývoj cenovej hladiny SR/EÚ (e-odhad)



Česká republika

Na základe porovnania HDP/obyv. z grafu č. 4 sa ukazuje, že v Českej republike síce od roku 1996 do roku 1999 dochádzalo k zhoršovaniu tohto ukazovateľa, ale stále úroveň HDP/obyv. bola vyššia ako na Slovensku a aj v Maďarsku a Poľsku. V súčasnosti úroveň HDP/obyv. v PPP v Českej republike dosahuje približne 60% úrovne EÚ (rok 2002 – 59,2%). Je to rozdiel 10% oproti Slovensku.

Graf 4: HDP/obyvateľa v PPP (EU = 100)

V prípade rastu reálneho HDP už situácia nie je taká pozitívna (viď tab. č. 1). Česká ekonomika sa vyznačuje medzi porovnávanými krajinami najmenšou dynamikou rastu. Väčšinu rokov rast ekonomiky EÚ prevyšoval rast českej ekonomiky, v poslednom období nastalo ale zlepšenie, v roku 2004 česká ekonomika dosiahla rast na úrovni 3,1%.

Tabuľka č.1: Reálny rast HDP v krajinách strednej Európy a v EÚ (v PPP)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
SR	6,5	5,8	5,6	4,0	1,3	2,2	3,3	4,4
ČR	5,8	4,4	-0,8	-1,0	0,5	3,3	3,1	2,0
PL	7,1	6,0	6,9	4,8	4,0	4,0	1,0	1,3
HU	1,4	1,4	4,5	4,9	4,2	5,2	3,7	3,2
EÚ-15	2,3	1,5	2,4	2,9	2,8	3,5	1,5	0,4

Zdroj: NBS, Newton Holding

Kým na Slovensku vzrástla produktivita práce od roku 1995 do roku 2002 asi o 7%, v Čechách v posledných rokoch nenastal nejaký výrazný nárast (graf 2). Celková úroveň je však vyššia ako na Slovensku a v Poľsku (približne 56% v roku 2002).

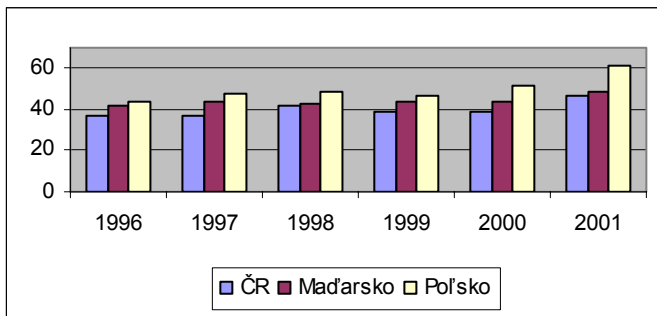
V prípade približovania cenových hladín Česká republika spolu so Slovenskom dosahujú najnižšie výsledky z krajín V-4. V roku 2001 cenová hladina v Čechách dosiahla takmer 47% cenovej úrovne v EÚ (graf 5).

Poľsko

Spomedzi analyzovaných krajín Poľsko dosahuje najslabšie výsledky práve v HDP/obyv. (viď graf 4). Dosahuje niečo cez 40% úrovne EÚ, konkrétne v roku 2002 to bolo 41,1%. Aj keď to predstavuje posledné miesto medzi krajinami V-4, pomaly sa tento ukazovateľ zvyšuje aj vďaka rastu produktivity práce a vyššiemu rastu HDP oproti ekonomike EÚ. Aj keď rast ekonomiky sa v posledných rokoch spomalil (tab. 1) na úroveň 1-2% oproti predchádzajúcim 4-6%-tám, dôležité je že tento rast ekonomiky je podporený rastom produktivity práce. Poľsko totiž spolu s Maďarskom zaznamenalo najvýraznejší rast v úrovni produktivity práce. V roku 1995 dosahovala produktivita práce v Poľsku približne 37%, kým v roku 2002 to bolo takmer 51% (graf 2).

Ako vidno na grafe 5 pri porovnávaní úrovne cenových hladín, práve Poľsko dosahuje najvyššiu úroveň z priemeru EÚ. Podobne aj rast cenovej hladiny je najvýraznejší. Kým v roku 2000 to bolo asi 52% priemeru EÚ, v roku 2001 takmer 61%, čo je nárast o takmer 10%.

Graf 5: Vývoj cenovej hladiny vybraných krajín k EÚ (PPP, EU = 100)



Maďarsko

Pri porovnaní na základe HDP/obyv. sa Maďarsko nachádza na 2. mieste (viď graf 4). Každý rok dochádza k zvyšovaniu tohto ukazovateľa a dobiehaniu Českej republiky. V roku 2002 HDP/obyv. v Maďarsku predstavovalo 56,1% priemeru EÚ (oproti českým 59,2%, poľským 41,1% a slovenským 47,8%). Cenová hladina v Maďarsku v roku 2002 dosiahla 48,7% úrovne EÚ (graf 5).

V produktivite práce dosahuje Maďarsko najvyššiu úroveň a spolu s Poľskom aj najvýraznejší rast spomedzi analyzovaných krajín. Ako vidno na grafe 2, v roku 2002 dosiahla produktivita práce v PPP takmer 65% úrovne EÚ, teda viac ako 10% oproti Slovensku. Je teda jasné, že rast ekonomiky je aj tu podporovaný výrazným zvyšovaním produktivity práce. Aj keď došlo v posledných rokoch k spomaleniu rastu ekonomiky asi 1- 1,5%, stále tento rast prevyšuje rast HDP v EÚ (tabuľka 1). Spolu so Slovenskom predstavuje tú dynamickejšiu dvojicu z tejto skupiny.

Na základe porovnania HDP/obyv. v PPP, ako základného ukazovateľa reálnej konvergencie je možné skonštatovať, že najvyššiu úroveň zatiaľ dosahuje Česká republika, potom Maďarsko, Slovensko a nakoniec Poľsko. Aj keď Česká republika dosahuje zatiaľ najvyššiu úroveň v tomto ukazovateli, a Slovensko sa nachádza až na 3. mieste, situácia sa môže zmeniť alebo dokonca obrátiť, pretože slovenská ekonomika sa považuje za jednu z najdynamickejších z tejto štvorice resp. z celej desiatky nových členských štátov. Rýchlejší rast HDP sa očakáva už len v Baltických štátoch. Okrem Českej republiky, tempo rastu HDP v ostatných analyzovaných krajinách od roku 1993 fakticky trvale prevyšovalo tempo rastu EÚ, čo znamená, že dochádzalo k procesu ekonomického dobiehania EÚ (ktoré sa realizovalo aj prostredníctvom reálnej apreciácie výmenných kurzov). Vo všeobecnosti ak by sme chceli porovnať (predovšetkým na základe HDP/obyv.) tieto 4 krajiny s ostatnými novými členmi EÚ (Cyprus, Slovinsko, Malta, Estónsko, Litva a Lotyšsko), nachádzali by sa niekde v strede rebríčka. Najnižšiu konvergenciu zaznamenali len Baltické štáty.

OČAKÁVANÝ VÝVOJ REÁLNEJ KONVERGENCIE V BUDÚCNOSTI

Na základe doteraz uskutočnených reforiem, formovania stabilného ekonomického a aj politického prostredia je realistické očakávať, že reálna konvergencia krajín V-4 bude pokračovať aj v budúcnosti. V súčasnosti je to (ešte) stále atraktívny región predovšetkým pre zahraničných investorov a rast investícií sa očakáva ešte aj v blízkych rokoch. To všetko bude mať pravdepodobne vplyv na rast zahraničného obchodu a taktiež ďalší prílev priamych zahraničných investícií a bude vytvárať tlak na zhodnotenie domácej meny. Konvergencia sa tak bude diať prostredníctvom apreciácie nominálneho menového kurzu a zvyšovania inflačného diferenciálu. Od samotného prílevu priamych zahraničných investícií sa tiež očakáva zvyšovanie produktivity práce a tým aj ekonomického rastu. Na Slovensku sa to očakáva predovšetkým od veľkých investícií v automobilovom priemysle (Hyundai Kia, PSA Peugeot Citroen), ktorých vplyv by sa mal prejaviť po naštartovaní výroby a zvýšiť tak produkciu a exportnú výkonnosť našej ekonomiky. Celkovo rating slovenskej ekonomiky je na úrovni Českej republiky a Maďarska, ale s výhľadom pozitívnym na rozdiel od našich susedov s výhľadom stabilným. Viaceré inštitúcie (NBS, analytici TREND-u,

ČSOB) očekávají v tomto roku rast slovenskej ekonomiky na úrovni 5%, v ďalších rokoch 4 – 5%. Keďže v súčasnosti dosahuje Slovensko približne 50% úrovne HDP/obyv., a pri očakávanom 5%-nom raste slovenskej ekonomiky a 2%-nom raste ekonomiky EÚ, čas za ktorý dosiahne slovenská ekonomika 75% ekonomiky EÚ – 15 je možné vypočítať z nasledujúceho vzorca

$$50.(1,05)^n / (1,02)^n = 75\%$$

kde n predstavuje počet rokov potrebných na dosiahnutie 75%-nej úrovne. Z vyššie uvedeného vzorca vyplýva, že ide o 13,983 resp. 14 rokov. Rovnaký vzorec je možné použiť na výpočet počtu rokov potrebných na dosiahnutie 75%-nej úrovne ekonomiky EÚ po rozšírení, t.j. EÚ – 25. V súčasnosti dosahujeme asi 60% úrovne EÚ – 25, predpokladaný rast HDP EÚ – 25 je 3%, teda spomínaných 75% dosiahneme za 11,601 rokov.

Ako vidno na týchto príkladoch táto prognóza je reálna len pri dlhodobom udržateľnom a vyššom ekonomickom raste ako v EÚ, ktorý je predpokladom zvyšovania výkonnosti ekonomík a tým zlepšovania ekonomickej (reálnej) konvergenencie ku ekonomike EÚ. Samozrejme tento rast by mal byť podporený zvyšovaním produktivity práce ale aj ostatných výrobných faktorov.

ZÁVER

Článok bol zameraný na analýzu a zhodnotenie stavu reálnej konvergenencie maďarskej, slovenskej, českej a poľskej ekonomiky ku ekonomike Európskej únie. Ide o porovnanie HDP na obyvateľa, rastu HDP, úrovne produktivity práce a cenovej úrovne, čo sú základné indikátory reálnej konvergenencie.

Aj keď vyhladky do budúcnosti i prognózy sú optimistické a súčasná situácia v jednotlivých štátoch je hodnotená pozitívne, čaká nás ale aj našich susedov ešte dlhá a ťažká cesta konvergenencie smerom k EÚ.

LITERATÚRA

1. Ekonomický mesačník ČSOB 12/04
2. Fifek, Edmund – Fifeková, Elena: Reálna pripravenosť SR na členstvo v EÚ.
3. Kolektív: Konvergence k EU: Vyšší životní úroveň za vyšší ceny? Makroanalýza Newton Holding, a.s. 9/2001
4. Kolektív: Makroekonomický vývoj Slovenska: Další tygr? Makroanalýza Newton Holding, a.s. 6/2003
5. Lalinský, Tibor: Evaluation of the SR economy's real convergence to the EU economy. Biatec, Volume XI, 10/2003
6. www.nbs.sk

KONTAKT

Katedra financií, Ekonomická fakulta TU Košice
Boženy Němcovej 32, 040 01 Košice
Email: jana.hudakova@tuke.sk

Využitie metód benchmarkingu v manažmente firmy

Ing. Viktor Hulík, Silvia Kecerová - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre

ABSTRAKT

Výsledky podniku sú produktom vnútropodnikových procesov. Manažment týchto procesov vyžaduje: stanovenie cieľov, tvorbu postupov na dosiahnutie cieľov a poskytnutie potrebných personálnych, finančných a materiálnych kapacít. Na zabezpečenie dodržania stanoveného plánu a analyzovanie odchýlky od tohto plánu, po splnení úloh, je potrebné vytvoriť vhodný hodnotiaci systém. Implicitne tento postup umožňuje kontinuálne zlepšenia všetkých aktivít. Často však kontinuálne zmeny nestačia na vzrast výkonnosti na požadovanú úroveň určovanú trhom a konkurenciou - je potrebné dosiahnuť diskontinuálnu zmenu výkonnosti a konkurencieschopnosti. Takúto zmenu možno dosiahnuť hľadaním a aplikáciou nových spôsobov a ciest na dosiahnutie "skokovej" zmeny výkonnosti vnútropodnikových procesov. Vhodnými metódami hľadania, nachádzania a optimálneho využívania takýchto nových spôsobov a ciest umožňujúcich diskontinuálny vzrast výkonnosti sú metódy benchmarkingu. Benchmarking je kontinuálne a systematické porovnávanie vlastnej výkonnosti v produktivite, kvalite a výrobnom procese s podnikmi a organizáciami predstavujúce špičkové výkony.

KLÚČOVÉ SLOVÁ: benchmarking, konkurencieschopnosť, kvalita

ABSTRACT

The result of enterprise are products of inside processes in the enterprise. Management of these processes for making the grades and providing necessary personal, finance and material capacity. It is very important to make proper system of rating to ensure keeping of plan and work study. Implicitly this management allows continual improving of all activities. For increasing of productivity determined by market and competition is important to achieve discontinual change of productivity and competitiveness. This change can be achieved by searching and applying of new ways to achieve discontinual change of productivity inside processes in the enterprise. Appropriate method for searching and applying of new ways of discontinual change of productivity is benchmarking. Benchmarking is continual and systematic comparing of own productivity, quality and precesses of production with enterprises and organization, which make world - class output.

KEY WORDS: benchmarking, competitiv, quality

ÚVOD

V posledných rokoch vstúpil benchmarking do popredia najmä u malých a stredných podnikov ako dôležitý nástroj na zlepšenie výkonnosti, zvýšenie miery výmeny skúseností, uvedomovaním si vlastných slabých stránok. Globalizácia odvetví a z nich vyplývajúci sa zvyšujúci konkurenčný tlak nútia podniky aplikovať metódy benchmarkingu. Zdokonaľovanie kvality nemožno robiť bez porovnávania sa s podnikmi v odbore. Ak sa podnik v kvalite zlepšuje rýchlejším tempom, môže časom získať lepšiu konkurenčnú pozíciu na trhu. Porovnávanie slúži aj ako jeden z prostriedkov stanovenia správnych cieľov alebo na analýzu postavenia podniku v konkurenčnom prostredí.

CIEĽ A METODIKA

V teoreticko-metodologickej rovine sa príspevok zaoberá v širších súvislostiach aspektami benchmarkingu ako relatívne novej, obsahovo a terminologicky nevyjasnenej problematike. Pri spracovávaní danej problematiky sa uplatnili metódy komparatívnej analýzy a syntézy.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Referenčné porovnávanie benchmarking je definované ako meranie vlastnej výkonnosti voči najlepším podnikom v danej oblasti v kľúčových indikátoroch výkonnosti s cieľom zistiť, ako oni dosahujú vynikajúcu výkonnosť a použiť túto informáciu pre vlastné úsilie sa im vyrovnat', prípadne ich predčiť'. Hlavným zmyslom benchmarkingu je definovanie budúcej úrovne vlastnej výkonnosti na základe analýzy a porovnania súčasného stavu. **Základné druhy benchmarkingu:**

- interný (vnútorný) benchmarking - porovnávanie procesov i organizačných jednotiek v rámci podniku,
- konkurenčný benchmarking - porovnávanie s priamymi konkurentmi v danej oblasti podnikania,
- funkčný benchmarking - porovnávanie podobných kľúčových operácií a funkčných oblastí naprieč rôznymi odvetviami,
- generický benchmarking - porovnávanie základných podnikateľských funkcií naprieč odvetviami,
- zákaznícky benchmarking - porovnanie toho, čo podnik ponúka s tým, čo zákazník očakáva od výrobcu,
- strategický benchmarking – je to porovnanie a analýza najlepších podnikov v nekonkurenčnom odvetví k určení možností zmien strategického charakteru v rámci kľúčových podnikateľských procesov,
- taktický benchmarking - porovnávanie podnikateľských procesov,
- procesný benchmarking - porovnávanie podnikateľských procesov v rámci určitého priemyselného odvetvia.

Členenie benchmarkingu najčastejšie používané Komisiou EÚ a OECD:

- Podnikový benchmarking - efektívny nástroj vzdelávania manažmentu stimulujúci k stratégii kontinuálneho zlepšovania
- Branžový (odvetvový) benchmarking - metodológia benchmarkingu pri ktorej sú mnohé princípy podnikového benchmarkingu aplikované i na skupinu podnikov daného odvetvia
- Benchmarking rámcových podmienok - metodológia benchmarkingu zameraná na kľúčové faktory ovplyvňujúce operačné prostredie podnikov a tým majú vplyv na konkurencieschopnosť

Úspešný benchmarking vyžaduje:

- vysokú poznatkovú (vedomostnú) úroveň - snažiť sa začať na celoeurópskej poznatkovej úrovni
- používanie najmodernejších informačných techník a metódik
- informačnú previazanosť umožňujúcu získať rýchle a "širokoplošné" informácie podmieňujúce rýchle nadodvetvové hodnotenia
- systematický prístup
- výber vhodných partnerov pre benchmarking

Priebeh benchmarkingu

Rozsiahly projekt benchmarkingu je potrebné rozčleniť na jednotlivé na seba logicky naväzujúce fázy. Prednosti fázovej koncepcie:

- vytvorenie ohraničených a prehľadných častí,
- redukcia rizika možného prerušenia,
- flexibilita - dobrou prispôsobiteľnosťou na rôzne rámcové podmienky,
- krokové znižovanie neistôt a nepresností.

Pri prechode z jednej fázy do ďalšej môžu byť uskutočňované spoločné diskusie partnerov benchmarkingu. Cieľom takýchto diskusií je prezentácia vlastných výsledkov v danej fáze, ako aj vzájomná výmena skúseností a zhodnotenie potenciálov zlepšenia, resp. ich konkretizácia. Najčastejšie sa používa členenie do nasledovných päť fáz:

Fáza 1: Definícia a plánovanie

1. definovanie cieľov benchmarkingového projektu
2. vytvorenie projektovej skupiny / plánovanie organizácie projektu
3. schematická prezentácia cieľového procesu a jeho dokumentácia

4. stanovenie metód získavania interných údajov
5. identifikácia potenciálnych benchmarkingových partnerov / kontaktovanie partnerov

Fáza 2: Interná analýza

1. získanie základných údajov sledovaného procesu
2. konkretizácia sledovaného procesu
 - modelovanie a analýza procesu
 - doplňovanie relevantných hodnotiacich veličín a výkonových indikátorov
 - získavanie ďalších potrebných interných údajov

Fáza 3: Porovnávanie a analýza / identifikácia potenciálov zlepšenia

1. porovnávanie základných hodnotiacich parametrov
2. výber vhodných parametrov pre benchmarkingový proces
3. získavanie údajov u benchmarkingových partnerov
 - spoločná tvorba podrobného dotazníka
 - návšteva benchmarkingových partnerov - vzájomná konzultácia
4. porovnávanie a hodnotenie
5. identifikácia silných stránok - potenciálov zlepšenia
6. vlastná interpretácia výsledkov

Fáza 4: Plán opatrení / príprava implementácie

1. interná prezentácia výsledkov
2. stanovenie reálnych cieľov a určenie priorít
3. vypracovanie plánu opatrení / stanovenie stratégie zlepšenia
4. vypracovanie plánu projektu

Fáza 5: Realizácia / implementácia zlepšení

1. realizácia a riadenie jednotlivých akcií a opatrení
2. overovanie realizácie (kontrola dosiahnutia cieľov)
3. interná prezentácia výsledkov / ukončenie projektu
4. zhodnotenie a dokumentácia výsledkov projektu

Benchmarking na podnikovej úrovni v malých a stredných podnikoch je uskutočňovaný v úzkej spolupráci manažmentov podnikov, s konzultantmi Centier benchmarkingu majúcich prístup k databázam Národných centier benchmarkingu iných krajín, v rámci Globálnej siete benchmarkingu. Benchmarking je sponzorovaný hospodárskymi komorami, vládami, s cieľom zvyšovať konkurencieschopnosť podnikov a vytvárať tak predpoklady zvyšovania konkurencieschopnosti hospodárstva krajiny. Z tohoto dôvodu je benchmarking priamo i nepriamo podporovaný nielen vládami a uvedenými hospodárskymi združeniami, ale i Komisiou EÚ, ktorá priamou finančnou podporou sa snaží vytvárať podmienky pre rozvoj "Európskeho podnikového benchmarkingu". Za účelom zvyšovania výkonnosti a konkurencieschopnosti malých a stredných podnikov iniciovala Komisia EÚ "Benchmarkingovú iniciatívu" (REACTE), s cieľom umožniť porovnávanie výkonnosti malých a stredných podnikov v Európe. Zistením "Európskej najlepšej praxe" (European Best Practices) by sa mali dosiahnuť výrazné celoeurópske synergické efekty pre malé a stredné podniky zvyšujúce konkurencieschopnosť EÚ ako hospodárskeho priestoru.

ZÁVER

Benchmarking je ďalší zo súčasných trendov ako zdokonaľovať vnútro podnikový manažment výroby. Táto metóda je založená na porovnávaní vlastných ukazovateľov s konkurentmi, príp. najlepšími podnikmi vo svojom odbore. Benchmarking doslova znamená nivelačná značka, teda porovnávací ekvivalent. Jeho prednosťou je pomerne rýchle získavanie najlepších manažérskych riešení, a to exkurziami a štúdiom osvedčených poznatkov zo špičkových firiem. Možnosť krátkou cestou osvojiť si hotové úspešné manažérske riešenia je zrejme hlavná príčina, pre ktorú si tento spôsob zdokonaľovania manažmentu získava zástancov. Dôležité je však vedieť vybrať vhodný podnik na porovnávacie analýzy, ďalej metodika získavania poznatkov a kvalifikovaní pracovníci, ktorí sú

schopní robiť komparatívne štúdie a výsledky dokážu adaptovať do vnútro podnikového manažmentu výroby.

LITERATÚRA

1. Benchmarking in Europe - Working together to build competitiveness. Published by PSI Group England 2000
2. Fisher, John G.: How to improve performance through benchmarking, Kogan Page, 1996
3. Šajbidorová, M. 2004. Podniková kultúra v podnikateľských subjektoch PPK. In: Zborník vedeckých príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie „K aktuálnym problémom v PPK po vstupe SR do EÚ“, Nitra: SPU, s. 1032 - 1036, ISBN 80-8069-367-6
4. <http://benchnet.com/>
5. <http://enaps.com/>

KONTAKT

Katedra manažmentu a marketingu, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre

Trieda Andreja Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovenská republika

E-mail: viktor.hulik@fem.uniag.sk, silvien21@yahoo.com

Štatistické meranie efektívnosti jednotlivých regiónov Slovenska pomocou indikátora *HPHpc*

Ing. Ľubica Hurbánková - Fakulta hospodárskej informatiky EU v Bratislave

ABSTRACT

In this paper we present one of the most important indicators for efficiency measuring of national economy – *gross added value per capita (HPHpc)*. We suggest *HPHpc* – relative indicator of gross added value (HPH) and population (N_{0-100}) as an integrating output indicator, which we construct as product of labour input effectivity, labour productivity, labour input demandingness, degree of activity and relative weights of employees, resp. population. We tried to apply this model on concrete values of particular regions in Slovakia for years 1997 and 2002.

ÚVOD

V posledných rokoch sa medzi odbornou ekonomickou i laickou verejnosťou veľa diskutuje o regionálnych disproporciách, o rýchlejšom ekonomickom napredovaní, resp. zaostávaní jednotlivých regiónov. Jedným z najvýznamnejších indikátorov na posúdenie ekonomickej úrovne regiónu je *hrubá pridaná hodnota na obyvateľa (HPHpc)* – pomerový ukazovateľ hrubej pridanej hodnoty a počtu obyvateľov. Pri posudzovaní úrovne *HPHpc* je dôležité prihliadať na faktory, ktoré ju ovplyvňujú. V ekonomicko-štatistických analýzach intenzitných veličín (akou je aj *HPHpc*) majú veľký význam modely, v ktorých sú faktory späté multiplikatívnou väzbou.

1. MULTIPLIKATÍVNY MODEL FAKTOROV *HPHpc*

Rozklad *intenzitnej veličiny HPH per capita* vo forme multiplikatívnej väzby faktorov definujeme takto:

$$HPHpc_i = \frac{HPH_i}{N_{0-100i}} = \frac{HPH_i}{\dot{UNP}_i} * \frac{HPH_i}{ZAM_i} * \frac{\dot{UNP}_i}{HPH_i} * \frac{ZAM_i}{PRAC_i} * \frac{PRAC_i}{N_{15+i}} * \frac{N_{15+i}}{N_{0-100i}} \quad (1)$$

kde *HPHpc* – Hrubá pridaná hodnota na obyvateľa v Sk/obyv,

HPH – Hrubá pridaná hodnota v mil. Sk,

N_{0-100} – Počet obyvateľov k 1.7. referenčného roku t v o fyz. osobách,

\dot{UNP} – Úplné náklady práce v mil. Sk,

ZAM – Počet zamestnancov vo fyz. osobách,

PRAC – Počet pracujúcich vo fyz. osobách,

N_{15+} – Počet obyvateľov starších ako 15 rokov vo fyz. osobách,

i – jednotlivé kraje SR na základe NUTS 3.

Definícia extenzitných veličín

Hrubá pridaná hodnota v základných cenách je vypočítaná ako rozdiel medzi produkciou v základných cenách a medzispotrebou v kúpnych cenách. Produkcia pozostáva z produktov vytvorených počas bežného účtovného obdobia a medzispotreba sa skladá z hodnoty výrobkov a služieb spotrebovaných vo výrobnom procese ako vstupy, s vylúčením investičného majetku, ktorého spotreba je zachytená ako spotreba fixného kapitálu.

Úplné náklady práce sú súhrnom nákladov za stanovenú jednotku času, ktoré zamestnávatel' vynakladá v súvislosti so získavaním a výchovou pracovných síl, s odmeňovaním za prácu a so zabezpečením sociálnych potrieb pracovných síl podľa záväzkov, ktoré voči nim prijal. Sú súčtom priamych a nepriamych nákladov práce znížených o subvencie.

Pojmom **počet obyvateľov** označujeme obyvateľov, ktorí majú centrum svojho ekonomického záujmu⁴⁹ na danom území.

Pracujúci podľa Výberového zisťovania pracovných síl (ďalej VZPS) sú osoby vo veku od 15 rokov, ktoré v sledovanom (referenčnom) týždni vykonávajú aspoň jednu hodinu prácu za mzdu, plat, alebo prácu za účelom dosiahnutia zisku, vrátane osôb pracujúcich v zahraničí. Môže ísť o prácu na plný alebo skrátený úväzok, stálu, dočasnú, príležitostnú alebo sezónnu prácu. Medzi pracujúcich sú zahrnutí aj vypomáhajúci členovia domácností podnikateľov, ktorí za svoju činnosť nepoberajú žiadnu mzdu ani odmenu, profesionálni príslušníci ozbrojených zložiek, ako aj osoby v civilnej službe. Za pracujúcich sa považujú tiež osoby, ktoré majú prácu, ale v sledovanom týždni nepracujú pre chorobu, dovolenku, riadnu materskú dovolenku, školenie, zlé počasie, v dôsledku štrajku a výluky, s výnimkou osôb na dlhodobom neplatenom voľne a osôb na ďalšej materskej dovolenke.

Zamestnanci podľa VZPS sú osoby vo veku od 15 rokov, ktoré v sledovanom týždni vykonávajú aspoň jednu hodinu prácu za mzdu alebo plat. Medzi zamestnancov patria aj členovia produkčných družstiev⁵⁰.

Tieto extenzívne veličiny budú ďalej použité pri tvorbe z nich odvodených intenzívnych veličín a tieto následne na meranie efektívnosti jednotlivých regiónov SR.

2. ANALÝZA MODELU

Vzťah (1) môžeme upraviť takto:

$$HPHpc_i = \frac{HPH_i}{N_{0-100i}} = \frac{HPH_i}{\dot{UNP}_i} * \frac{HPH_i}{ZAM_i} * \frac{\dot{UNP}_i}{HPH_i} * \frac{ZAM_i}{PRAC_i} * \frac{PRAC_i}{N_{15+i}} * \frac{N_{15+i}}{N_{0-100i}} \quad (1)$$

$$HPHpc_i = \frac{HPH_i}{N_{0-100i}} = u_i * v_i * n_i * s_{Z_i} * s_{ZAM_i} * s_{P_i} \quad (2)$$

Definícia intenzívnych veličín

u_i – účinnosť pracovného vstupu (koľko Sk hrubej pridanej hodnoty sa vytvorí z 1 Sk úplných nákladov práce),

v_i – produktivita zamestnanca (koľko Sk hrubej pridanej hodnoty pripadá na jedného zamestnanca),

n_i – náročnosť pracovného vstupu (koľko SR úplných nákladov práce treba viazať na 1 Sk hrubej pridanej hodnoty),

s_{Z_i} – relatívne váhy počtu zamestnancov (aký podiel z počtu pracujúcich tvoria zamestnanci – v %),

s_{ZAM_i} – stupeň zamestnanosti (aký podiel obyvateľov z pracovného potenciálu⁵¹ skutočne pracuje – v %),

s_{P_i} – relatívne váhy počtu obyvateľov (aký podiel z celkového počtu obyvateľov tvoria obyvatelia starší ako 15 rokov – v %).

Zo vzťahu (2) vidíme, že indikátor – $HPHpc$ konštruujeme ako súčin účinnosti pracovného vstupu, produktivity zamestnanca, náročnosti pracovného vstupu, stupňa zamestnanosti a relatívnych váh počtu zamestnancov, resp. počtu obyvateľov. Pomocou indexnej analýzy môžeme kvantifikovať relatívny vplyv jednotlivých faktorov na vývoj $HPHpc$. Ide o zdynamizované statického modelu, ktoré dosiahneme porovnaním ukazovateľov zo vzťahu (2) za dve sledované obdobia [vzťah (3)].

⁴⁹ Obyvateľstvo realizuje svoju ekonomickú funkciu (výrobnú, spotrebnú atď.) na území národnej ekonomiky dlhšie ako 1 rok.

⁵⁰ Členovia produkčných družstiev sú osoby, ktoré sú členmi poľnohospodárskych a výrobných družstiev a majú k danej organizácii aj pracovný vzťah.

⁵¹ Pracovný potenciál – počet obyvateľov starších ako 15 rokov

$$\frac{HPHpc_{i,t}}{HPHpc_{i,t-1}} = \frac{HPH_{i,t}}{HPH_{i,t-1}} = \frac{N_{0-100,i,t}}{N_{0-100,i,t-1}} = \frac{u_{i,t}}{u_{i,t-1}} * \frac{v_{i,t}}{v_{i,t-1}} * \frac{n_{i,t}}{n_{i,t-1}} * \frac{S_{Z,i,t}}{S_{Z,i,t-1}} * \frac{S_{ZAM_{i,t}}}{S_{ZAM_{i,t-1}}} * \frac{S_{P,i,t}}{S_{P,i,t-1}} \quad (3)$$

Model budeme aplikovať na konkrétne hodnoty za jednotlivé kraje SR za roky 1997 a 2002 (viď tab. č. 1).

Tabuľka č. 1: Vybrané extenzitné ukazovatele vstupov a výstupu hospodárskeho procesu za jednotlivé regióny SR za roky 1997 a 2002

Kraj	HPH _i (mil. Sk)		ÚNP _i (mil. Sk)		ZAM _i (fyz. osoby)	
	1997	2002	1997	2002	1997	2002
Bratislavský	159 186	256 112	62 801	113 111	336 241	349 667
Trnavský	70 337	99 354	24 957	41 578	178 442	182 844
Trenčiansky	66 896	100 274	35 787	49 210	231 764	211 442
Nitriansky	72 484	107 982	38 072	48 604	241 625	217 181
Žilinský	67 252	101 602	32 599	51 541	249 111	222 935
Banskobystrický	65 844	103 563	39 958	49 151	246 415	218 062
Prešovský	58 454	88 677	33 209	44 468	233 627	211 903
Košický	80 153	126 870	41 699	57 217	273 808	228 125
SR	640 606	984 434	309 082	454 880	1 991 033	1 842 159

Prameň: www.statistics.sk, Úplné náklady práce za roky 1997 a 2002, Regionálny hrubý domáci produkt a ukazovatele regionálnych účtov SR 1995 – 2000, vlastné výpočty

Pokračovanie tab. č. 1

Kraj	PRAC _i (fyz. osoby)		N _{15+ i} (fyz. osoby)		N _{0-100 i} (fyz. osoby)	
	1997	2002	1997	2002	1997	2002
Bratislavský	360 900	377 266	505 150	512 491	618 958	599 009
Trnavský	190 434	202 574	438 000	458 431	549 139	550 888
Trenčiansky	250 071	232 491	483 950	501 151	610 181	604 212
Nitriansky	259 060	240 893	576 800	593 975	717 327	711 569
Žilinský	264 497	248 162	532 600	557 692	688 768	692 736
Banskobystrický	262 739	238 331	527 950	544 996	663 931	660 756
Prešovský	249 103	236 687	580 500	618 526	775 280	792 405
Košický	292 105	250 013	588 950	616 530	759 630	767 020
SR	2 128 909	2 026 417	4 233 900	4 403 792	5 383 214	5 378 595

Prameň: www.statistics.sk, Regionálne porovnania v Slovenskej republike za roky 1997 a 2002.

Ďalšia analýza bude spočívať vo výpočte intenzitných ukazovateľov za jednotlivé regióny SR podľa vzťahov (1), (2) a (3). Tieto výpočty sú uvedené v tab. č. 2.

Tabuľka č. 2: Kvantifikácia intenzitných ukazovateľov modelu HPHpc za jednotlivé regióny SR za roky 1997 a 2002 a ich vývoj

Kraj	HPHpc _i		
	1997	2002	2002/1997
Bratislavský	257 184	427 560	1,6625
Trnavský	128 086	180 352	1,4081
Trenčiansky	109 633	165 958	1,5138
Nitriansky	101 047	151 752	1,5018
Žilinský	97 641	146 668	1,5021
Banskobystrický	99 173	156 734	1,5804
Prešovský	75 397	111 909	1,4843
Košický	105 516	165 406	1,5676
SR	119 001	183 028	1,5380

Prameň: vlastné výpočty

Pokračovanie tab. č. 2

Kraj	u _i			v _i		
	1997	2002	2002/1997	1997	2002	2002/1997
Bratislavský	2,5348	2,2643	0,8933	473 428	732445	1,5471
Trnavský	2,8183	2,3896	0,8479	394 173	543381	1,3785
Trenčiansky	1,8693	2,0377	1,0901	288 638	474239	1,6430
Nitriansky	1,9039	2,2217	1,1669	299 986	497198	1,6574
Žilinský	2,0630	1,9713	0,9555	269 968	455747	1,6882
Banskobystrický	1,6478	2,1070	1,2787	267 208	474925	1,7774
Prešovský	1,7602	1,9942	1,1329	250 202	418479	1,6726
Košický	1,9222	2,2173	1,1536	292 734	556142	1,8998
SR	2,0726	2,1642	1,0442	321 746	534391	1,6609

Prameň: vlastné výpočty

Pokračovanie tab. č. 2

Kraj	n _i (Sk)			s _{Zi} (%)		
	1997	2002	2002/1997	1997	2002	2002/1997
Bratislavský	0,3945	0,4416	1,1195	0,9317	0,9268	0,9948
Trnavský	0,3548	0,4185	1,1794	0,9370	0,9026	0,9633
Trenčiansky	0,5350	0,4908	0,9174	0,9268	0,9095	0,9813
Nitriansky	0,5252	0,4501	0,8570	0,9327	0,9016	0,9666
Žilinský	0,4847	0,5073	1,0465	0,9418	0,8983	0,9538
Banskobystrický	0,6069	0,4746	0,7821	0,9379	0,9150	0,9756
Prešovský	0,5681	0,5015	0,8827	0,9379	0,8953	0,9546
Košický	0,5202	0,4510	0,8669	0,9374	0,9125	0,9734
SR	0,4825	0,4621	0,9577	0,9352	0,9091	0,9720

Prameň: vlastné výpočty

Pokračovanie tab. č. 2

Kraj	SZAMi			SPi		
	1997	2002	2002/1997	1997	2002	2002/1997
Bratislavský	0,7144	0,7361	1,0304	0,8161	0,8556	1,0483
Trnavský	0,4348	0,4419	1,0163	0,7976	0,8322	1,0433
Trenčiansky	0,5167	0,4639	0,8978	0,7931	0,8294	1,0458
Nitriansky	0,4491	0,4056	0,9030	0,8041	0,8347	1,0381
Žilinský	0,4966	0,4450	0,8960	0,7733	0,8051	1,0411
Banskobystrický	0,4977	0,4373	0,8787	0,7952	0,8248	1,0372
Prešovský	0,4291	0,3827	0,8917	0,7488	0,7806	1,0425
Košický	0,4960	0,4055	0,8176	0,7753	0,8038	1,0367
SR	0,5028	0,4602	0,9151	0,7865	0,8188	1,041

Prameň: vlastné výpočty

3. INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV MODELU HPH_{pc}

Vypočítané intenzitné ukazovatele za Bratislavský kraj môžeme interpretovať nasledovne:

- V roku 2002 bola v Bratislavskom kraji vytvorená hrubá pridaná hodnota na jedného obyvateľa vo výške 427 560 Sk, čo je v porovnaní s rokom 1997 nárast o 66,25%. Môžeme pozorovať, že Bratislavský kraj sa značne vymyká priemerným hodnotám tohto indikátora, resp. dosahuje viac než dvojnásobné hodnoty oproti ostatným krajom.
- Z 1 Sk úplných nákladov práce sa v roku 2002 vytvorilo 2 264 254 Sk hrubej pridanej hodnoty, t. j. 0.8933 – násobok roku 1997.
- Na jedného zamestnanca pripadalo v roku 2002 732 445 Sk hrubej pridanej hodnoty, čo znamená 1,5471-krát vyššiu hodnotu ako v roku 1997.
- V roku 2002 bolo potrebné viazať na 1 Sk hrubej pridanej hodnoty 0,4416 Sk úplných nákladov práce, v porovnaní s rokom 1997 je to nárast o 11,95 %.
- 92,68 % z pracujúcich predstavovali v roku 2002 zamestnanci, t. j. pokles o 0,52 % oproti roku 1997.
- 73,61 % z pracovného potenciálu skutočne pracovalo v roku 2002, čo znamená 1,0304-krát vyšší podiel ako v roku 1997.
- V roku 2002 85,56 % z celkového počtu obyvateľov je starších ako 15 rokov, čo predstavuje nárast o 4,83 % v porovnaní s rokom 1997.

Analogicky by sme mohli interpretovať ukazovatele vypočítané vo všetkých ôsmich krajoch SR.

ZÁVER

Na základe dosiahnutých výsledkov môžeme konštatovať:

- Najväčší nárast HPH na 1 obyvateľa v roku 2002 oproti roku 1997 bol zaznamenaný v Bratislavskom kraji a to o 66,25 % a najmenší v Trnavskom kraji o 40,81 %.
- Účinnosť pracovného vstupu v sledovanom období najviac vzrástla v Banskobystrickom kraji 1,1669 – násobne. Najvyšší pokles tohto intenzitného ukazovateľa bol v Trnavskom kraji o 15,21 %.
- Najvyšší nárast v produktivite zamestnanca sa prejavil v Košickom kraji, pričom produktivita v roku 2002 bola 1,8998-krát vyššia v porovnaní s rokom 1997. Naopak, najmenší nárast bol zaznamenaný v Trnavskom kraji a to o 37,85 %.
- Náročnosť pracovného vstupu najviac poklesla v Banskobystrickom kraji a to o zvýšila v kraji a to o 21,79 %, naopak najviac vzrástla v Trnavskom kraji o 17,94 %.
- Podiel zamestnancov na pracujúcich vo všetkých krajoch poklesol v roku 2002 oproti roku 1997, najmenej v Bratislavskom kraji 0,9948 – násobne a najviac v Žilinskom kraji 0,9538 – násobne.

- Stupeň zamestnanosti sa najviac zvýšil iba v dvoch krajoch, a to v Bratislavskom o 3,04 % a v Trnavskom o 1,63 %. Najvyšší pokles o 18,24 % bol zaznamenaný v Košickom kraji.
- Vo všetkých ôsmich krajoch bol zaznamenaný nárast podielu obyvateľstva staršieho ako 15 rokov na celkovej počte obyvateľov, čo je dôsledkom neustále sa znižujúcej pôrodnosti a zlepšovania úmrtnostných pomerov. Tento nárast bol najvyšší v Bratislavskom kraji, kde dosiahol 1,0983 – násobok hodnoty roku 1997 a najnižší v Košickom kraji o 3,67 %.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. Hurbánková, Ľ.: Možnosti analýzy a porovnávania HDP na obyvateľa v krajinách V4. In: Zborník príspevkov – Participácia doktorandov na vedeckovýskumnej činnosti. Bratislava: 2004.
2. Hurbánková, Ľ.: Porovnanie regiónov Slovenska pomocou ukazovateľa hrubý domáci produkt na obyvateľa. In: Zborník príspevkov – Výpočtová štatistika. Bratislava: SSDS, 2004
3. Pardelová, R. – Bolgáč, J.: Produkčné funkcie na báze údajov z regionálnej štatistiky. In: Ekonomika a informatika 1/2004. Bratislava: FHI EU, 2004
4. Regionálne porovnania v Slovenskej republike 1997, 2002. Bratislava: ŠÚ SR, 2002
5. Regionálny hrubý domáci produkt a ukazovatele regionálnych účtov SR 1995 – 2000. Bratislava: ŠÚ SR, 2002
6. Úplné náklady práce 1997, 2002. Bratislava: ŠÚ SR, 2004
7. Výberové zisťovanie pracovných síl 1994 – 2002. Bratislava: ŠÚ SR, 2004
8. www.statistics.sk

Funkcia obalov ako súčasť marketingového komunikačného mixu

Ing. Juraj Janech - Obchodná fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

Vast majority of the Slovak food producers can be considered, from the European point of view, firms of regional importance. After the EU entry the activities of the Slovak producers have been intensified. The firms have looked for possible collaboration with foreign firms for several reasons, be it know-how transfer, investment realization, scope extension, competitiveness promotion etc. Achieving success on the market in the year 2005 is even more difficult than it was in the year 2004. Popularity of discount products for “miraculous” low prices with the end consumer has reduced sales for all food producers in Slovakia.

Only a few firms, which invest sufficient funds to systematic marketing communication, can afford to increase the prices of their products without the sales volume being impacted by that.

The firms are not even making use of the potential of those means of marketing communication, which are free and the application of which does not require further costs. One such means is labels on the packing, or the design of the product. **Principle of successful marketing communication** in the conditions of the Slovak market is simple. **It is necessary to prefer using low-cost means.**

Marketingový komunikačný mix sú všetky aktivity k prenosu informácii o výrobku, ktorý má byť predstavený a všetky aktivity pre spojenie s potencionálnymi zákazníkmi a ostatnou verejnosťou. **Marketingový komunikačný mix** sa skladá z 5 hlavných nástrojov komunikácie – **reklama, podpora predaja, public relations, osobný predaj, priamy a on-line marketing**¹. V každej z týchto oblastí sa používajú rôzne taktiky. Všeobecne sa dá povedať, že rozhodnutie o marketingovej komunikácii zahŕňa rozhodovanie o tom čo povedať, komu to povedať a ako často to povedať. Tieto rozhodnutia obsahujú „komunikačné stratégie“ spoločností. Vývoj stratégie zahŕňa zistenie cieľa poslucháčov, divákov, čitateľov a spotrebiteľov a ich charakteristík, stanovenie komunikačných cieľov (napr. pripravenie spotrebiteľov na to, aby si výrobok uvedomoval, aby sa mu páčil, alebo vyvolať pre svoj výrobok preferenciu), rozhodnutie o komunikačných kanáloch (či kanály s osobami, alebo bez osôb) stanovenie rozpočtu na komunikáciu a rozhodovanie o tom, ako monitorovať účinnosť komunikácie a spätnú väzbu so spotrebiteľom⁴.

Prevažnú väčšinu slovenských výrobcov potravín môžeme považovať z európskeho hľadiska za podniky regionálneho významu. Po vstupe do EU sa aktivity slovenských výrobcov zintenzívnili. Podniky hľadajú možnosti spolupráce so zahraničnými firmami či už z dôvodu transferu know-how, realizácie investícií, rozšírenia svojho pôsobenia, zvýšenia konkurencieschopnosti a pod. Presadiť sa na trhu v roku 2005 je ešte ťažšie ako v roku 2004. **Obľuba diskontných výrobkov** u konečného spotrebiteľa za „zázračne“ nízke ceny **znižila predaj všetkým výrobcov potravín na Slovensku**. Zatiaľ jediný diskontný reťazec LIDL prevažnú väčšinu ponúkaných výrobkov dováža zo zahraničia, ostatní konkurenti reagujú na jeho vstup ponukou diskontných výrobkov taktiež prevažne vyrábaných v zahraničí. **Tlak na dodávateľov** sa pri rokovaniach o podmienkach dodávok v roku 2005 extrémne zvýšil a podľa môjho názoru **dosiahol hraničných hodnôt**. Niektorí dodávatelia, ktorí neboli dostatočne pripravení odolávať tlakom svojich odberateľov, hlavne medzinárodných obchodných reťazcov, uzatvorili zrejme nevýhodné zmluvy a ohrozili svoju budúcu existenciu. V roku 2005 viacero slovenských výrobcov potravín ukončí svoju činnosť.

Hlavným dôvodom sú klesajúce tržby podnikov. Firmy zvládli vývoj a výrobu dobrého produktu ale už vo zvýšenej miere aj medzinárodná konkurencia výrobcov a zahraničných obchodných reťazcov spôsobuje neustály pokles realizačných cien výrobkov. **Zvýšiť cenu svojich výrobkov bez dopadu na objem predaja dokáže len niekoľko podnikov**, ktorí investujú dostatočné prostriedky do

systematickej marketingovej komunikácie. Priemerný slovenský výrobca potravín zvyčajne dokáže sprístupniť svoje produkty len slovenským potencionálnym zákazníkom resp. maximálne v malom rozsahu aj zákazníkom v okolitých krajinách. Kontinuálny predaj slovenských potravín za bežné resp. vyššie ceny na okolitých trhoch je skôr rarita ako bežná prax. Malé, niektoré stredné alebo nové podniky nevyužívajú na komunikáciu so svojimi súčasnými a potenciálnymi koncovými zákazníkmi, dodávateľmi a verejnosťou ani tie prostriedky marketingovej komunikácie, ktoré sú takmer zadarmo a ich uplatnenie nevyžaduje ďalšie prostriedky.

Jedným z takýchto prostriedkov sú nápisy na obaloch, resp. dizajn výrobkov. Každý aj ten najmenší výrobca musí pred uvedením výrobku na trh pripraviť a vyrobiť vhodný obal. Životný cyklus niektorých výrobkov sa skraca, neustále prebiehajú legislatívne zmeny a snaha pripraviť atraktívnejší obal ako konkurencia núti výrobcov potravín pripravovať nové grafické návrhy obalov alebo robiť zmeny na používaných obaloch. To je **ideálna príležitosť ako vylepšiť, zaktualizovať svoje posolstvo** a intenzívnejšie využiť obal ako jeden z mála, ak nie jediný nástroj marketingovej komunikácie. Základom však musí byť schopnosť produktu alebo značky dodávať zákazníkovi stálu kvalitu, hodnotu a uspokojenie.³

Výrobcovia si často mýlia nápis na obale resp. obrázok za skutočnú značku. Všeobecne platí, že značka ktorá je len zapísaná v registri ochranných známk a je bez dlhodobej a trvalej komunikačnej podpory nebude úspešná². Konkurenčný tlak, požiadavky odberateľov a kúpna sila slovenských spotrebiteľov neumožňuje výrobcovi premietnuť náklady na marketingovú komunikáciu do cien výrobkov. **Funkcia obalov ako súčasť marketingového komunikačného mixu je nenahraditeľná.**

Ako príklad ideálneho dlhodobého využívania obalov uvádzam ďalšie výsledky projektu na propagáciu diétného suchára prostredníctvom zmeny názvu výrobku a zvýšenia informačnej úlohy obalu. *Diétny suchár je výrobok, ktorý môžeme považovať za komoditu Spoločnosť BONAVITA 4 roky úspešne nakupuje a ďalej predáva diétny suchár pod vlastnou značkou DOBRÝ ŽIVOT od slovenského výrobcu s regionálnou pôsobnosťou. Grafický dizajn tohto obalu sa zásadne odlišuje od obalov konkurentov i napriek tomu, že vznikol už pred 4 rokmi. Je novátorský svojím atraktívnym spracovaním, použitím pozitívnej značky DOBRÝ ŽIVOT, rozsahom informácií o spôsobe použitia výrobku a zároveň dvojjazyčným prevedením.*

Spoločnosť BONAVITA predpokladala v roku 2004 po prvý krát od zahájenia používania nového obalu stagnáciu resp. mierny pokles predaja diétného sucháru. Hlavným dôvodom bol neustále veľmi veľký cenový rozdiel medzi suchárom DOBRÝ ŽIVOT a ostatnými suchármi na trhu – 15 až 20 %. Po dohode s výrobcou začiatkom roku zahájila predaj nového druhu sucháru menšej veľkosti s názvom Diétny suchárik špeciál DOBRÝ ŽIVOT. Pri príprave nového obalu využila pomerne veľký obal na rozšírenie nápisov a fotografií. Po prvý krát sa na slovenskom trhu objavili na obale sucháru texty formujúce dôvody, pre ktoré by si mal spotrebiteľ kúpiť suchárik - železná rezerva namiesto čerstvého chleba. Na obale sú vyobrazené a popísané štyri možné spôsoby ako suchárik konzumovať. Zároveň na obale zostala informácia o používaní sucháriku pri žalúdočných problémoch a pribudla informácia o kvalitnejšom zabalení obsahu v papierovej škatuľke. Časť textu sa venuje popisu rozdielu medzi bežným suchárom a suchárikom špeciál. Všetky tieto zmeny slúžia na zvýšenie vnímania hodnoty konečným zákazníkom a ako argumenty pre nákupcov odberateľov pre zdôvodnenie cenového rozdielu. Výsledok predaja v roku 2004 znovu potvrdil očakávania marketérov – predaj diétného sucháru poklesol o 15 %, spotrebiteľia i napriek ešte vyššej cene prijali nový diétny suchárik špeciál a plán predaja bol splnený na 133%. Celkový výsledok predaja sucháru a sucháriku spolu bol nárast v kusoch o 18% a tržby vzrástli vzhľadom na vyššiu cenu sucháriku až o 20%. Takýto výsledok sa podaril len u niekoľkých výrobkov.

Princíp úspešnej marketingovej komunikácie v podmienkach slovenského trhu je jednoduchý. Každá firma má obmedzené prostriedky, ktoré môže vynaložiť na marketingovú komunikáciu. Preto musí vybrať tie, ktoré budú pre ňu najúčinnnejšie. **Prednostne je nevyhnutné využívať nízkonákladové prostriedky.** Ich význam a účinok netreba podceňovať a marketingoví

pracovníci musia prestať snívať iba o televíznej reklame a veľkom zázračnom tresku. **Postupnou aplikáciou rôznych prostriedkov marketingovej komunikácie sa k zvýšenému predaju dopracujeme oveľa spoľahlivejšie.**

LITERARÚRA

1. KOTLER, Ph.: *Marketing management*, Grada 10. rozšírené vydanie, 2001
2. PELSMACKER,P.-GEUNES,M.-BERGH,J.: *Marketingová komunikace*, Grada, Praha, 2003
3. SCHIFFMAN, L. - KANUK, L.: *Nákupní chování*, Computer Press, Brno 2004
4. CLEMENTE, M.N.: *Slovník marketingu*, Computer Press, Brno 2004
5. BONAVIDA SERVIS spol. s r.o.: *Prehľad predaja výrobkov*, 2003, 2004

System controllingu a jeho vzťah k základným činnostiam podniku

Ing. Jaroslav Janík - Fakulta podnikového manažmentu EU v Bratislave

ANNOTATION

Controlling is very important managerial activity of monitoring a plan's implementation and taking corrective action as needed. Controlling is process of evaluating and correcting activities to keep the organization on course. It means that function of controlling is very important for company.

The aim of this article is to explain the system of controlling in company, to interpret the meaning and function of this controlling system and to explain interrelations between controlling system and company basic activities.

ÚVOD

Podnikateľské subjekty nepôsobia na trhu len so snahou prežívať, ale z dlhodobého hľadiska produkovať nadhodnotu a tým podporovať rast podnikateľskej výkonnosti a celkovej hodnoty podniku. Pri zabezpečení týchto cieľov sa podnik, a to nezávisle na jeho veľkosti, stretáva s dvoma vývojovými tendenciami:

- okolie podniku sa vyznačuje narastajúcou dynamikou, nestabilitou, tendenciou ku skokovým zmenám,
- podnikový proces sa v dôsledku rastu, technického pokroku a rastúcej deľby práce stáva stále komplexnejším.

VÝZNAM A MIESTO CONTROLLINGU V PODNIKU

Aby tieto ciele podnik naplnil, musí uskutočňovať množstvo činností, ktoré sú navzájom previazané a jedna bez druhej sa nedá uskutočniť. V podniku to všetko začína plánovaním, ktoré stanoví ciele a prostriedky na ich dosiahnutie, a končí kontrolou, ktorá zabezpečí zhodnotenie celého procesu, čiže spätnú väzbu. Celý tento proces musí byť zabezpečený kvalitnými informáciami.

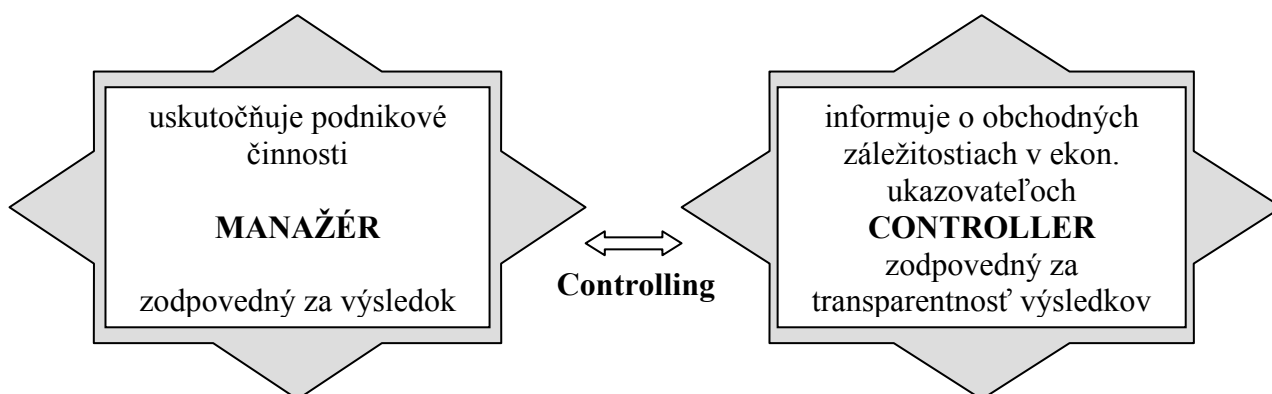
A tu vystupuje úloha controllingu. V súčasnosti sa chápe controlling ako súhrn všetkých dielčích riadiacich činností, ktoré koordinujú plánovanie, kontrolu, ako i informačné zabezpečenie. Controlling teda tvorí subsystém celkového riadiaceho systému podniku. Z tohto hľadiska sa potom controlling chápe ako:

1. nástroj riadenia, ktorého funkciou je koordinácia plánovania, kontroly a budovania informačnej databázy s cieľom zlepšiť podnikové plánovanie,
2. nástroj riadenia, ktorý zodpovedá za zber informácií, ich spracovanie a štrukturovanie pre potreby rozhodovania podnikových manažérov.

O controllingu v podniku však možno hovoriť najprv vtedy, keď existuje celopodnikový koordinovaný systém pre plánovanie, kontrolu a informačné zabezpečenie k podpore vedenia. Pri tom nie je dôležité, či je k tomu účelu zriadené nejaké centrálné miesto alebo oddelenie s označením controlling. Podstatné je, že sú všetky najdôležitejšie úlohy controllingu organizačne zakotvené a uskutočňujú sa vo vzájomnom súlade.

Tieto úlohy controller neuskutočňuje samostatne ale ich vníma v prepojení s manažérom.

Schéma č.1: Súhra medzi manažérom a controllerom



Základnou úlohou controllingu potom je:

- zostaviť smernice pre plánovanie a kontrolu,
- zisťovať skutočný stav vývoja skúmaného objektu,
- porovnávať skutočný stav s predpokladaným, doterajším a dosahovaným stavom v porovnávaných objektoch, a tak zisťovať vznikajúce odchýlky alebo rozdiely voči porovnávanému stavu,
- analyzovať príčiny vzniku zistených odchýlok identifikáciou základných determinujúcich faktorov, odhaľovaním základných príčinných súvislostí a kauzálnych vzťahov – vypracovanie a zhodnotenie informácií typu „úloha/skutočnosť“, ktoré sú nutné pre plánovanie a kontrolu,
- na základe výsledkov analýzy poskytovať informácie pre ďalšie plánovacie a rozhodovacie procesy zamerané za iniciovanie spätných väzieb slúžiacich na reguláciu a korekciu predovšetkým v oblasti plánovania, ale aj v ostatných manažérskych funkciách, tak aby správanie sa podniku bolo v súlade s jeho zámermi a vytýčenými cieľmi.

Tieto úlohy by sa dali začleniť aj do nasledujúcich oblastí:

- plánovanie – podpora pri administratívnom zaistení, koordinácii a samotnom zostavení podnikových plánov,
- kontrola – porovnávanie skutočného stavu s plánovaným, stanovenie odchýlok a príčin vzniku daných odchýlok,
- informačné zabezpečenie – tvorba informácií pre potreby plánovania a kontroly,
- výkazníctvo a interpretácia – zostavovanie výkazov, analýza a interpretácia priebehov jednotlivých činností,
- hodnotenie a poradenstvo – poradenstvo pre manažérov vo všetkých oblastiach riadenia.

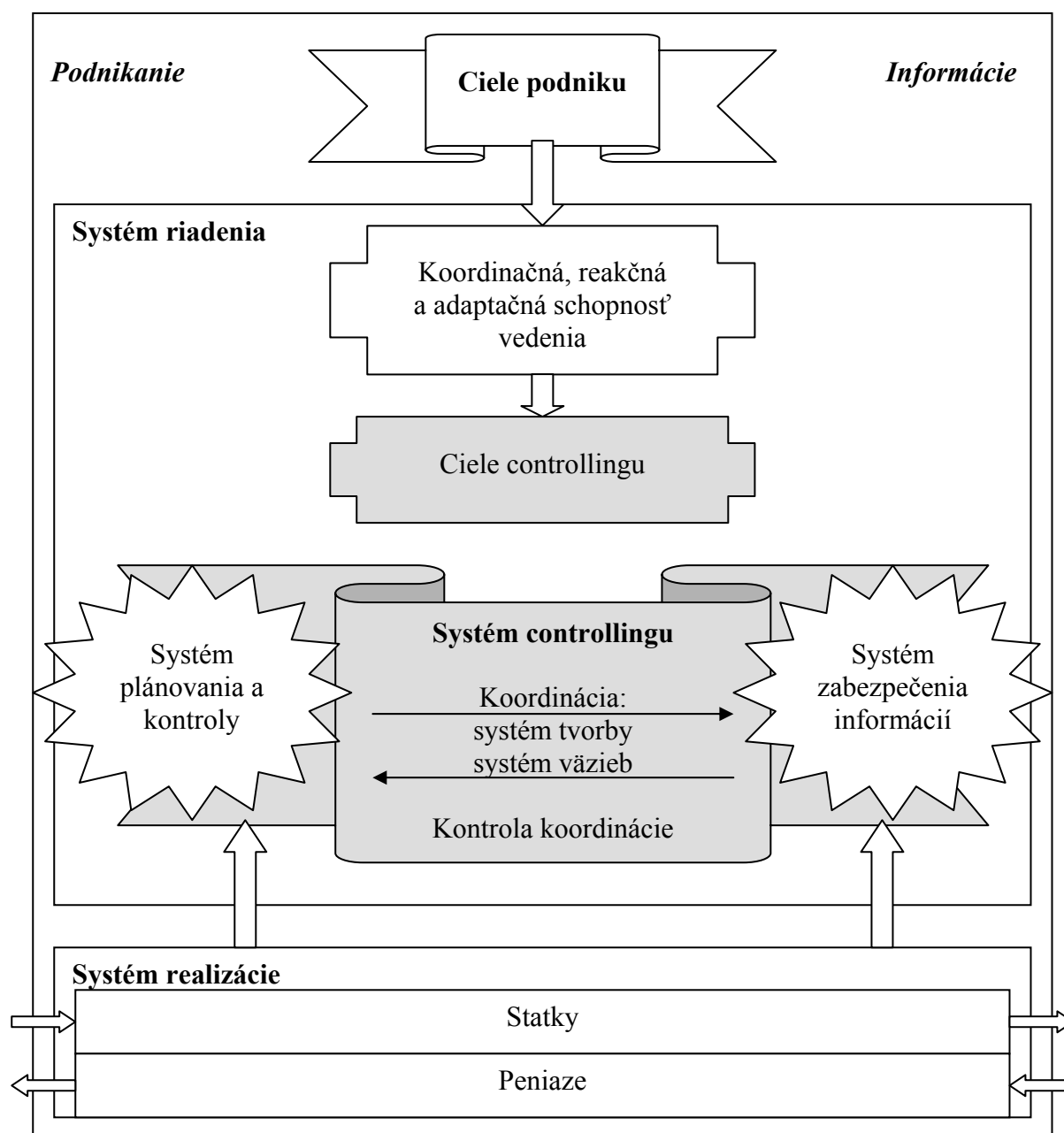
Tabuľka č.1: Základné úlohy controllingu

Cieľ	Úloha
Zabezpečenie plánovania	<ul style="list-style-type: none"> - neustála analýza a tvorba cieľov, - podpora pri vývoji nových stratégií, - stanovenie metodiky plánovania, - technicko-ekonomická podpora plánovania, - integrácia výpočtovej techniky.
Zabezpečenie kontroly	<ul style="list-style-type: none"> - skvalitnenie kontroly prostredníctvom informácií o odchýlkach, - neustále sledovanie skutočnosti, - uskutočňovanie kontrolných prepočtov, - zabezpečenie súladu medzi cieľmi a činnosťou vnútro podnikových útvarov.
Integrácia plánovania a kontroly	<ul style="list-style-type: none"> - zabezpečenie súladu medzi plánmi a kontrolnými nástrojmi, - zohľadnenie kontrolných informácií pri úprave plánov, - uskutočňovanie priebežnej kontroly plnenia plánov.

Zabezpečenie informácií	<ul style="list-style-type: none"> - zistenie informačných potrieb a informačných tokov, - tvorba správ pre top manažment, - rozpracovanie informácií pre nižšie stupne riadenia, - zabezpečenie spätnej väzby stredisko – top manažment, - zhospodárenie informačných tokov v podniku
Prispievať k harmonizácii jednotlivých fáz riadenia	<ul style="list-style-type: none"> - zosúladiť plánovací, kontrolný a informačný systém, - zosúladiť informačné potreby s informačnými službami, - priradiť k plánovacím procedúram adekvátne informácie,

Vychádzajúc z definovaných úloh controllingu je na rozhodnutí podniku, aké konkrétne čiastkové úlohy zverí controllingu. Dôležité je vymedziť vzťah medzi manažmentom a controllinom podniku. Manažment rozhoduje, má zodpovednosť, controlling inšpiruje, hodnotí, analyzuje, kontroluje a dáva odporúčania. Controlling v podniku je vysoko kvalifikovaným poradenstvom manažérov. Samozrejme, že controlling neurobí zo dňa na deň zázraky, ale pokiaľ bude mať priestor, významne podporí rozhodnutia manažérov na všetkých stupňoch riadenia.

Schéma č.2 : Systém controllingu



Vybudovanie systému controllingu s zodpovedajúcou počítačovou podporou je celkom nevyhnutné, pokiaľ podnik chce obstať v konkurencii (v závislosti na veľkosti podniku). Teda aj slovenské podniky sa s tým musia vysporiadať. Čo je teda dôležité, keď podnik chce vybudovať systematický controlling?

Minimálny systém musí zahrňovať obidva navzájom postavené základné kamene, „informačné zabezpečenie“ rovnako ako „plánovanie a kontrola“, ktoré musia byť navzájom prepojené.

Controlling teda nie je v podniku izolovaný ale je úzko prepojený s ostatnými podnikovými činnosťami. Systém controllingu je zobrazený v nasledujúcej schéme.

Z predchádzajúcej schémy vyplýva, že controllingový systém predstavuje riadiaci subsystém zameraný na koordináciu plánovania, kontroly a zabezpečenia potrebných informácií z informačného systému podniku za účelom dosiahnutia stanovených cieľov podniku.

Vytvorenie integrovaného plánovacieho a kontrolného systému umožňuje v rámci controllingového systému vytvoriť a uplatňovať tzv. *subsystém riadenia pomocou odchýlok*, ktorý sa v praxi často využíva.

Tento subsystém pozostáva z týchto dielčích činností:

- stanovenie plánu (plánovací systém),
- stanovenie skutočnosti (kontrolný systém),
- stanovenie odchýlok medzi plánom a skutočnosťou,
- formulácia opatrení na odstránenie nepriaznivých odchýlok a využitie kladných odchýlok,
- stanovenie plánu a prognózy vývoja na ďalšie obdobie.

ZÁVER

Samotné podniky si musia uvedomiť svoju situáciu, v akej sa nachádzajú, a pozíciu na trhu, ktorý je charakteristický stále sa meniacim prostredím. Preto v súčasnosti sa zvyšuje potreba kvalitne uskutočňovaných základných činností v podniku.

Vnímanie úlohy controllingu umožňuje pre podnikové vedenie pomocou plánovania a kontroly cielene prispôsobiť zmenám externého prostredia a tým plniť dispozičné koordinované úlohy podnikového riadenia.

Controller má ako „spolupilot“ vybudovať pre vedenie podniku východiskovú pozíciu, stále sledovať a o zistených hodnotách informovať vedenie, aby mohol podnik udržať už nadobudnutú cestu.

Všeobecné povedané controller má koordinujúcu úlohu. Tejto úlohe predchádza motivačná úloha. Controller má pôsobiť ako „predavač plánu“. Má motivovať všetkých manažérov, aby plnili plánované úlohy.

Dôležitá je delba práce medzi vedením podniku a controllingom na úseku plánovania. Controlling sa stará o to, že sa plánuje, vedenie podniku o to, čo sa plánuje.

LITERATÚRA

1. Kalafutová L., Foltínová A.: Vnútropodnikový controlling. Bratislava: Elita, 1998, ISBN 80-8044-054-9
2. JANÍK, J.: Finančné plánovanie ako významná súčasť plánovacích procesov. In. Management, Economic and Business in new Europe. Brno: VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ, 2003, ISBN 80-214-2382-X
3. Rajnoha R.: Podnikové plánovanie. Zvolen: Bratia Sabovci s.r.o., 2001, ISBN 80-89029-11-6

KONTAKT

E-mail: jjanik@centrum.sk

The importance of the inland waterway transport in Europe

Ágnes János - Faculty of regional policy and management studies UP in Pecs

There is no competitive economy without a well-developed transport network. Transport is crucial for European economic competitiveness. This sector of the economy accounts for more than €1000 billion in other words over 10% of the EU's gross domestic product, and employs more than 10 million people. Transport also helps bring Europe's citizens closer together, and the Common Transport policy is one of the cornerstones of the construction of Europe.

The objectives of the European Commission in the field of transport for the years to come are reflected in the White Paper "**European transport policy for 2010: Time to decide**". These objectives include: improving road safety and making safety a priority for all modes; preventing congestion and shifting transport flows to rail and inland waterways; tackling congestion in the skies by the creation of a single European sky; promoting passengers' rights; ensuring a high quality of transport services; carrying out major infrastructure work; managing globalization; opening-up of the international rail freight market which will enable rail companies to provide competitive European services and meet the demands of industry.

However, the current volume of traffic in Europe is well below potential capacity. Sea transport is not just a means of carrying goods from one continent to another; it is a real competitive alternative to land transport. For this reason, certain shipping links, particularly those providing a way around. The evidence shows that as yet this is not always the case: for example, 75 % of the timber exported by Finland to Italy crosses Germany and the Alps although it could be carried by sea. The European Union has an important natural asset: a dense network of rivers and canals linking up the basins of the rivers which flow into the Atlantic and the North Sea (37%), and more recently linked up to the Danube basin by the Rhine–Main–Danube Canal. In the six Member States which can use this network, inland waterway transport carries 9 % of goods traffic. If we include the countries preparing for accession, and the Danube basin as far as the Black Sea, that brings the total number of Member States which can use this network to 12 and the annual volume of goods carried to 425 million tonnes. Inland waterway transport complements sea transport perfectly. It is being used increasingly by the major North Sea ports, which use the inland waterways for a large part of their inward and outward container traffic. Some of the countries too which are not connected up to the north-west European network have their own systems, such as the Rhône, the Po or the Douro, which are becoming increasingly important at regional level, but also in the development of river–sea transport thanks to technical progress in designing vessels suitable for both river and sea.

Inland waterway transport is energy-efficient and quiet, and takes up little space. In terms of energy efficiency and the weight of goods which can be moved one kilometre by one litre of fuel, the figure for road haulage is 50 tonnes, for rail haulage 97 tonnes and for inland waterways 127 tonnes (38).

Moreover, the capacity of the inland waterways is considerably underused in terms of infrastructure and vessels. They could handle much greater volumes of traffic than at present. This is because national infrastructure investment policies have given priority to other modes of transport without maintaining the inland waterways and without eliminating existing bottlenecks on the network. As the abandonment of the Rhine–Rhône canal shows, any new canal construction project can have a potentially negative environmental impact and should be assessed in very close detail.

Further development of inland waterway high quality/price ratio of the services provided, since they have modern equipment and better developed links with the rest of the world. Though Community rules already allow service-providers access to the port services market, they are often unable to exercise this right satisfactorily. For this reason, in February 2001 the Commission proposed a new legislative framework to lay down new, clearer rules setting high quality standards for access to the port services market (pilotage, cargo-handling and stevedoring) and laying down more transparent

rules of procedure. Steps must also be taken to simplify the rules governing operation of ports themselves so that the port authorities are no longer both umpire and player when it comes to port management.

Further development of inland waterway services and short-sea shipping also depends on an efficient port service based on the principles of regulated competition. Throughout the 1990s, there was a rapid emergence of feeder, or hub, ports which serve as the gateways to Europe, where the ships port management. Experience has shown that short-sea shipping requires efficient, integrated commercial services. Thought should be given to bringing together all the links in the logistics chain (consignors, shipowners and any others involved in the shipping industry, plus road, rail and inland waterway operators) in a one-stop shop to make intermodal transport by sea and inland waterway as reliable, flexible and easy to use as road transport.

The development of advanced electronic services in ports can also improve operational reliability and safety. Active cooperation between the various partners, in particular through electronic data interchange, enhances both the quality and the efficiency of the intermodal transport chain. Various Community measures designed in particular to renew the fleet and to fully open up the inland waterway market have enabled the sector to achieve a growth rate of more than 10 % over the last two years in most countries which have a large inland waterway network.

The most dynamic markets are those for container transport, but also niche markets such as waste transport, which could expand. Modernisation and diversification of the fleet have also made it possible to meet customers' needs better. operation of locks, lack of transshipment equipment, etc.) which prevent the uninterrupted passage of vessels throughout the year. The free movement of vessels is also hampered by the diversity of legal systems with different rules, particularly on technical specifications for vessels and pilots' certificates. This mode of transport needs to be made more reliable, efficient and accessible.

Europe has over 30 000 kilometres of canals and rivers that link together hundreds of key towns and areas of industrial concentration which are already providing safe and reliable services to freight businesses and, to a lesser extent, passengers.

The core network links the Netherlands, Belgium, Luxembourg, France, Germany and Austria via a myriad of easily accessible rivers and canals, carrying cargo such as heavy materials, bulk industrial goods, building products, containers, oversized loads and waste. And although the arteries of this network include large rivers such as the Rhine and Danube, many smaller towns, villages and industrial areas are also easily accessible by numerous tributaries and canals.

Smaller networks exist in other Member States. Several hundred inland ports and landing stages along the network provide access and links with other modes of transport. The ports offer efficient and reliable services, and all the necessary logistical support that businesses need to get their goods to their final destination. Their position, at the heart of Europe's trading routes, means they are perfectly placed to offer intermodal connections to road, rail and sea lanes.

Despite the availability of this dense and flexible network, there is still a massive amount of capacity on the waterways that is not being exploited. Freight transport by inland waterways accounts for 7 % of total inland transport – 125 000 million tonne-kilometres in 2000 – whereas road and rail carry 74 % and 14% respectively.

(Bearing in mind that only half of the EU Member States have interconnected navigable inland waterways). In some regions and the hinterland of seaports, such as Benelux and northern France, 'modal share' of inland waterway transport is much higher and can reach up to 43 % (in terms of tonne-kilometres).

Although investment in waterway infrastructure may have suffered over the past 20 years, shipping firms and the profession have been committed to improving the fleet that uses Europe's inland waterway system. As a result, much of the fleet is now designed to carry a variety of different cargoes. The fleet is equipped with modern navigational and safety systems and highly trained staff. This is also due to the market liberalisation and the fleet capacity policy, which the EU has successfully pursued

over the last decade to promote inland waterway transport. It means that the industry has well and truly moved away from the old-fashioned 'coal barge' image.

As a result, more freight is moving off the roads, resulting in recent growth for the waterways industry. New freight markets have emerged, such as the transport of dangerous, chemical, refrigerated and high-value consumer goods, as well as increased passenger services. One important recent trend has been the increase, especially since 2000, of container transport. Further growth is expected in the container sector as more and more businesses realise the value of inland waterway transport within the supply chain. As part of the White Paper's strategy, the Commission is committed to further assisting the sector in adapting to new market needs. For example, it wants to bring more harmonisation in the technical standards of vessels throughout the Community's inland waterway network.

The Commission is also encouraging the deployment of modern information and communication technologies, especially aimed at improving traffic and transport management on the inland waterways. River information services (RIS) have been developed as part of the EU research project Indris, and are now being deployed on the inland waterway network. RIS is an information service that can be accessed via telephone or the Internet providing up-to-date information about fairway and traffic, the voyage, and port and terminal operations. This streamlined information exchange will make navigation more efficient.

Using the inland waterways to transfer goods offers value to customers because of its low costs and efficient operations. Most vessels can transport 127 tonnes of freight per litre of fuel, in comparison to 97 for rail and 50 for road. This is partly because inland waterway vessels use the natural flow of waterways, together with engine power to provide propulsion.

Also, because of their sheer size they offer economies of scale that road transport cannot provide. Inland waterway transport also provides an advantage in terms of reliability, because it does not suffer from the same congestion problems that currently restrict the roads or rail. On the major part of the network, navigation can take place 24 hours a day, seven days a week, offering complete flexibility of travel.

As a result, shipping firms can send out ships without having to plan in a delay factor, safe in the knowledge that goods will still reach their destinations on time. This is particularly useful considering recent trends in goods transport which have seen customers demanding that hauliers provide a 'just-in-time' service.

Safety is also a main asset of inland waterway transportation. Vessels are required to comply with the most stringent of standards and regular tests by classification societies and shipping inspectors. Vessels equipped to carry dangerous goods or liquid chemicals are specially designed with safety as a priority and often built with a double hull. Many are fitted out with fume extraction equipment, so that any dangerous fumes emitted from the cargo tanks can be extracted before they come into contact with the air. The number of accidents in inland waterway transportation is extremely low. In the event of an accident, damage to personnel and material is very limited. Therefore, the industry offers customer safety margins that cannot be matched by other modes. This is also good news in a commercial sense, as a good safety record merely add to the mode's overall reliability for users. The reliability and flexibility of service that inland waterways offer has encouraged Dutch steel company Corus Staal to transport its products from Ijmuiden down the Rhine or the North Sea canal rather than use the roads. As a result, it now transports to the Ruhr region and France exclusively by inland waterways and has reduced its use of road haulage by 7 000 trucks per year.

The socio-economic costs of various types of transport – such as accidents, air pollution, climatic change, noise pollution, congestion, effects on the countryside and the urban environment – revealed that road transport accounted for 91.5% of the costs, air transport for 6%, rail transport for 2%, but inland navigation a tiny 0.5%. Together with its low fuel consumption, this makes inland waterway transport one of the most sustainable forms of transport. Emissions in particular are dropping even further as newer vessels are introduced with more efficient engines. As a result, emissions caused by

inland waterways have dropped by a quarter over the past 20 years. In this context, the carbon dioxide emission forecasts for the inland navigation sector could well meet, and probably even exceed, the Kyoto targets. The Commission will reinforce these developments by including emission standards for inland waterway vessels. Therefore, choosing inland waterway transport will improve the sustainability of the European transportation system.

Inland navigation has the potential to be one of the most intermodal forms of transport due to the fact that – apart from direct factory-to-factory transports - in general, one or two transshipments are necessary. The shipping industry has made a virtue of necessity and is continuously adapting its logistics. Its success can be seen in the growth in container transport over the past few years. Inland ports on the waterway network offer logistical solutions, acting as ‘nodal points’ for customers’ supply chain needs. And the industry is well aware of the growing opportunity to attract more users.

The European Federation of Inland Ports points out that: ‘...further growth in the container sector is likely and inland ports will continue their investment efforts in this field in order to further improve their position in the transport market.’ Improving intermodality means speeding up goods transfer at intermodal exchanges by modern and efficient transshipment facilities. The EU supports the idea of inland ports becoming real intermodal platforms providing links with rail, road and sea. Standard loading units will ensure that the size of pallet or container that is used to transport goods on a ship can be easily transferred and carried on haulage trucks or trains. Interchanges may also see the creation of a new work force – the freight integrator – dedicated to providing intermodality and to organising logistic transport chains.

Currently, the EU is preparing for the accession of several States in central and eastern Europe (Bulgaria, the Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, Slovakia and Slovenia). Immediately after enlargement, both new and old Member States will be in a better position to trade amongst each other and many businesses will have increased opportunities. As a result, freight forwarders and shipping companies can expect increased demand for efficient and reliable transport. Six of these central and eastern European candidate countries already have fairly extensive inland waterway networks. These will be linked to the existing core western European network, increasing it by another 9 000 km on which EU standards will apply. With enlargement, the Danube will become the backbone of the east-west waterway connection. Together with the Rhine, it will provide a key link between the Black Sea and North Sea, offering enhanced transport opportunities for businesses seeking new markets in an enlarged Europe.

CONCLUSION

Facts and figures on inland waterway transport in the European Union

- navigable network: 30 000 km;
- Community fleet: around 11 500 vessels (mainly self-propelled goods vessels);
- total loading capacity fleet: 11 million tonnes;
- total performance Community fleet in 2000: 125 000 million tonne-kilometres;
- modal share in 2000: 7 %

The waterways industry, with its spare network capacity and modern fleet, is immediately available to use and can offer cheap, reliable and sustainable transport to thousands of businesses across Europe. Inland waterway transport is ready to play a key role in shifting traffic off roads. By removing key physical, technological or bureaucratic bottlenecks, inland waterway transport will become even more effective, offering a quality service to freight forwarders – in terms of price and reliability – against which other land modes cannot easily compete. In addition, the use of inland waterways will actually contribute to the improvement of the environment due to its cleanliness and efficiency. The forthcoming enlargement of the EU will lead to an expansion of the inland waterway network providing industries and freight forwarders with increased opportunities. The capacity and opportunities are there for the shipping industry and freight forwarders to realise. Taking steps towards them are all that is required to win new business for inland waterway transport.

BIBLIOGRAPY

1. *Seitz Manfred*: Donaunachrichten, Ausgabe 9, 2002. dec. 15
2. *Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie*: Pilotprogram zur Entwicklung von intermodalen Verkehren und zur Förderung von Projekten im Kombinierten Verkehr auf der Wasserstrasse Dunau, 219/2001
3. *Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie*: Handbuch der Donauschiffahrt, 2002 Wien
4. *ECORYS Transport and Partners*: Market observation for the inland waterway sector, Annual Report Rotterdam, 2003
5. *European Economic and Social Committee Brussels*: Towards a Pan-European system of inland waterway transport, 2003
6. *European Commission Brussels*: White Paper European Transport Policy for 2010
7. *Kessel & Partner Studiengesellschaft für den Kombinierten Verkehr*: Bestimmung des Marktpotentials für den Transport von stapelfähigen Wechselbehältern in der Binnenschiffahrt, 2002
8. *K. Van Miert*: High level cargo on the Trans-European Transport Network, Report 2003/06/27
9. *J. Wöhring*: Schiffahrt vereinheitlichen, Die internationale Wochenzeitung für Verkehrswirtschaft, 2003/06/13

Vplyv systému manažérstva kvality na proces nakupovania organizácie

Ing. Lujza Jurkovičová - Obchodná fakulta EU v Bratislave

1. SYSTÉM MANAŽÉRSTVA KVALITY

Manažérstvo kvality je súčasťou systému manažérstva organizácie. Systém manažérstva kvality je podľa ST EN ISO 9000:2001 systém manažérstva na usmerňovanie a riadenie organizácie s ohľadom na kvalitu. V popredí je otázka, prečo by sa mala firma zaoberať a orientovať na zavedenie systému manažérstva kvality vo svojom podniku a tým sa zaujímať o zavedenie a udržiavanie efektívneho systému riadenia. Odpoveďou je, že firmy si v uvedomujú meniacu sa orientáciou zákazníka, jeho vzrastajúce nároky a zvyšujúce sa požiadavky na kvalitu. Preto záujem o zavedenie systému manažérstva kvality prejavujú predovšetkým organizácie, ktoré chcú získať konkurenčnú výhodu, alebo organizácie, ktoré chcú nadobudnúť dôveru, že dodávatelia uspokojia ich požiadavky na produkt. Dnešná silná pozícia mnohých z nich na slovenskom trhu, je potvrdením, že urobili dobre, keď zaviedli v organizácii systém manažérstva kvality. A teda nielen požiadavka kvality zo strany spotrebiteľov a zákazníkov, ale hlavne tvrdé konkurenčné prostredie sú príčinou, prečo čoraz viac firiem venuje pozornosť systému manažérstva kvality v podnikových procesoch a výstupoch svojho podnikania. Zavedenie systémov manažérstva kvality v organizácii má vplyv na všetky jej zložky a súčasti. Systém manažérstva kvality poskytuje dôveru organizácii a jej zákazníkom, že organizácia je schopná poskytovať produkty, ktoré trvalo spĺňajú požiadavky.

Manažérstvo kvality je súčasťou systému manažérstva organizácie. Prijatie systému manažérstva kvality musí byť strategickým rozhodnutím organizácie. Vrcholový manažment môže využiť pri vedení organizácie osem zásad manažérstva kvality:

1. zameranie sa na zákazníka,
2. vodcovstvo/vedenie,
3. zapojenie pracovníkov,
4. procesný prístup,
5. systémový prístup k manažérstvu,
6. trvalé zlepšovanie,
7. rozhodovanie na základe faktov,
8. vzájomné výhodné vzťahy s dodávateľmi.

Dôležité je vypracovanie integrovaného systému manažérstva kvality, ktorý pozostáva z navzájom nadväzujúcich etáp zabezpečujúcich podporu riadenia. Sú to etapy:

- **definovanie systému riadenia,**
- **zavedenie systému riadenia,**
- **kontrolu a hodnotenie systému riadenia,**
- **zlepšovanie systému riadenia.**

Jednotlivé etapy obsahujú samostatné oblasti, riešenie ktorých je kľúčové pre celkové zvládnutie problematiky riadenia podniku. Pri zavádzaní manažérstva kvality je nevyhnutné pre jednotlivé etapy, aby organizácia definovala, plánovala a uplatňovala procesy merania, analýzy a permanentného zlepšovania, aby systém manažérstva kvality spĺňal vopred stanovené požiadavky. Počas procesu zavádzania systému manažérstva kvality musí organizácia uskutočňovať preverky pomocou vhodných metód a to jednak na priebežné odstraňovanie nedostatkov a jednak na priebežné zlepšovanie. Neoddeliteľnou súčasťou zlepšovacích procesov, ktoré predstavujú trvalú činnosť, sú zistenia interných auditov. **Interné audity** sú základom vyhlásenia o zhode, audity vykonávané **druhou stranou** uskutočňujú zákazníci organizácie a audity vykonávané **treťou stranou** uskutočňujú nezávislé externé auditorské organizácie. Tie zvyčajne poskytujú certifikát alebo registráciu zhody s požiadavkami, napr. podľa normy ISO 9001:2000. Návod na audit poskytuje norma ISO 19011:2000.

1. Definovanie systému manažérstva kvality

V tejto etape pôjde o definovanie organizácie, ktorá pozostáva z modelu organizačnej štruktúry a procesného modelu. Bude nasledovať popísanie pravidiel fungovania organizácie s použitím systémovej, riadiacej, pracovnej a iných druhov dokumentácie. Zabezpečenie procesov jej tvorby, riadenej distribúcie, zmenového konania a archivácie, ktoré sú tiež jej súčasťou.

2. Zavedenie systému manažérstva kvality

Zavedeniu nástrojov na podporu systémového a operatívneho riadenia organizácie do prevádzky musí predchádzať systematické vzdelávanie zamestnancov v oblasti procesov, ktoré sa v organizácii vykonávajú a za ktoré zodpovedajú. Úspešné zavedenie systému manažérstva kvality je zároveň spojené aj so vzdelávaním zamestnancov v tejto oblasti.

3. Kontrola a hodnotenie systému manažérstva kvality

Zabezpečenie kontroly realizácie procesov organizácie v súlade so zadanými a popísanými pravidlami vo forme interných auditov, vnútorných a funkčných kontrol a následné hodnotenie systému manažérstva kvality založené na univerzálnom hodnotiacom systéme prispôbenom na hodnotenie zamestnancov, dodávateľov, procesov alebo iných aspektov je ďalšou dôležitou oblasťou v problematike riadenia.

4. Zlepšovanie systémom manažérstva kvality

Zlepšovanie vykonávaných procesov na základe realizácie nápravných opatrení prijatých ako výsledok realizovaných kontrol, vhodným použitím získaných znalostí organizácie, ako aj individuálnych znalostí a efektívno-aktívnym spolupodielaním sa všetkých zamestnancov spoločnosti na návrhoch zlepšení môže predstavovať zmenu potrebného prvku systému riadenia. Zavedený systém poskytne dôveru organizácii a jej zákazníkom, že organizácia je schopná poskytovať produkty, ktoré trvalo spĺňajú stanovené požiadavky.

2. SYSTÉM MANAŽÉRSTVA KVALITY A JEHO VPLYV NA PROCES NAKUPOVANIA ORGANIZÁCIE

Význam systému manažérstva kvality spočíva v tom, že obsahuje všetky potrebné časti vo vzájomnej súčinnosti, aby prinášali všetkým jeho užívateľom úžitok. Zavedenie systému manažérstva kvality v organizácii by malo byť realizované s cieľom na zefektívnenie jednotlivých procesov v organizácii a to aj procesu nakupovania.

Nákup organizácií môžeme charakterizovať ako rozhodovací proces, v ktorom si formálne organizácie spresňujú požiadavky na nákup tovarov a služieb, identifikujú, posudzujú a vyberajú z rôznych alternatív produktov a dodávateľov. Rozhodovacie zložky, teda všetci jednotlivci a skupiny, ktorí sa zúčastňujú na procese rozhodovania o nákupe, majú spoločné ciele a nesú riziko a zodpovednosť za urobené rozhodnutia a sú označované ako *centrum nákupu*. Centrum nákupu nie je stabilne určené a nemožno ho identifikovať ako formálnu zložku. Je to zoskupenie úloh, ktoré vykonávajú rôzni pracovníci pre rôzne druhy nákupov. Koncepcia centra nákupu, teda identifikácia kto sa zúčastňuje na nákupných rozhodnutiach, ktoré rozhodnutia ovplyvňuje, aké je jeho postavenie a veľkosť vplyvu, aké kritériá sa budú používať pri posudzovaní a rozhodovaní o nákupe, atď., to všetko by malo byť v procese zavádzania systému manažérstva kvality presne definované, malo by byť predmetom plánovania, analýzy a kontroly s cieľom dosahovania trvalého zlepšovania.

V rámci procesov nakupovania si má organizácia vybrať svojich dodávateľov podľa ich schopnosti dodávať produkty alebo poskytovať služby požadovanej kvality. Na tento účel si organizácia zvolí vhodné metódy a stanovuje si tiež kritériá hodnotenia, opakovaného hodnotenia, prípadne zmeny voľby dodávateľov. Všetky výsledky hodnotenia sa zaznamenávajú a dokumentujú. Dokumenty používané v súvislosti s nakupovaním musia obsahovať potrebné a jednoznačné

informácie o produkte, a tam, kde je to vhodné, musia obsahovať aj požiadavky na schvaľovanie produktu, prípadne na systém manažmentu dodávateľa.

Organizácia, ktorá produkty nakupuje, musí súčasne stanoviť potrebné opatrenia na overovanie nakupovaného produktu. Podľa dohody sa môžu overovacie činnosti uskutočniť aj u dodávateľa pri presnej špecifikácii spôsobu a metód overovania, ako aj stanovení podmienok uvoľnenia produktu do používania.

Požiadavky na zavedenie systému manažerstva kvality v procese nakupovania musia byť zamerané na:

- zavedenie jednoznačných pravidiel pre identifikovanie všetkých fáz nákupných procesov realizovaných v organizácii a priradenie právomocí a zodpovednosti za ich realizáciu s naviazaním na organizačnú štruktúru,
- komplexné popísanie postupov v nákupnom procese a ich aktualizácia v závislosti od potrieb jednotlivého procesu alebo organizácie ako celku,
- vytvorenie, evidovanie, prehľadná kategorizácia a distribúcia organizačných znalostí vo forme systémovej, riadiacej, pracovnej alebo inej dokumentácie,
- vzdelávanie pracovníkov zúčastňujúcich sa procesu nakupovania,
- podpora vykonávania funkčných kontrol vedúcimi pracovníkmi po jednotlivých realizovaných nákupoch so zaznamenaním postupov a popisom jednotlivých fáz nákupného rozhodnutia. Pravidelná aktualizácia dokumentácie,
- zefektívnenie operatívneho riadenia zavedením jednotných pravidiel pre organizáciu porád a úloh z nich vyplývajúcich, ako aj všetkých organizačných úloh vôbec,
- zlepšenie komplexnej informovanosti všetkých zamestnancov v oblastiach, ktoré sa týkajú ich práce a povinností,
- zvýšenie kultúry vnútrofirmej komunikácie s dodržiavaním stanovených zásad, organizačnej štruktúry a projektových tímov,
- sprehľadnenie komunikácie medzi vedúcimi pracovníkmi a podriadenými,
- zvýšenie informovanosti vedúcich pracovníkov o stave prác podriadených.

Zavedenie systému manažerstva kvality v organizácii so zameraním sa na proces nakupovania organizácie by malo mať nasledovný prínos:

- skvalitnenie, sprehľadnenie, zjednodušenie, a tým zefektívnenie nákupu organizácie,
- zníženie nákladov a minimalizovanie strát vznikajúcich z dôvodov nekvalitného rozhodovania,
- zníženie potreby operatívneho riadenia, prechod na systémove riadenie, čím dochádza k zefektívneniu využitia pracovného času, ako následok zníženia potreby operatívneho riadenia, a tým zväčšenie časového priestoru pre nerušenú, cieľavedomú prácu na hlavných procesoch v súlade s jednoznačne popísanými postupmi a metódami,

KONTAKT

Katedra tovaroznalectva, Obchodná fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave

E-mail: lujzajurkovicova@hotmail.com, saok@nexta.sk

Characteristic of business environment in SR – development and growth of small and medium sized enterprises

Ing. Ladislav Klement - Faculty of economics UMB Banská Bystrica

INTRODUCTION

By may 2005 it will have been one year, that Slovakia with other ten candidate countries entered European union structures. During pre-entering negotiations the Slovak republic engaged to realize various changes declared in National programme to adopt Acquis communautaire. This kind of national pre-entering programme was made for each candidates country. The Slovak republic before entering the European Union has reached all conditions covered by this national programme.

One chapter of this national programme was dedicated to small and medium enterprises. Developing and maintaining of business environment, which will lead and stimulate enterprises to their growth, development and competitiveness was a part of this chapter as well.

In this field have been done a lot of changes and reforms (tax reform, changes in institutional and legislative support), but there still exists many areas, to which government and other institutions should pay attention.

In this paper we try to characterise positive changes and successfully made reforms in business environment and to identify problem areas, which requires immediate and effective solutions.

1. CHARACTERISTIC OF BUSINESS ENVIRONMENT IN SR

One of the most important way of support for small and medium sized enterprises (SMEs) is an improvement of business environment, where administrative and legislative barriers are minimalised and it is easy to start doing business (access to loans, employing of people, innovations, effective law system) and also to finish enterpreneuring (quick and effective ways of business termination). This kind of support is wide spread, anti discriminating and doesn't deform competitiveness at the market.

In this part of our paper we want to characterise some factors of business environment attractivity in Slovakia, which are sorted to three basic categories – economic, legislative and institutional. Firstly we want to deal with foreign direct investments (FDI), which are very important source of improving the competitiveness of SMEs.

The willingness of foreign and domestic investors mirrors objectively features of business environment in a country.

FDI are the most important way of penetration of foreign capital into Slovakian business sphere and usually are connected with inflow of knowledge and technology transfer. The willingness of foreign and domestic investors to invest their free financial sources depends on many various factors. We mean factors influenced by internal structure of enterprise, subject of enterpreneuring, risk bearing and external factors, which can't be changed from enterprise side (state policy, rules of competitiveness, etc.).

Schedule 1 Development of FDI inflow to SR (1997 – 2003)

Amount of FDI	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Amount of FDI (SKK mil)	58107	78568	96038	177141	234396	315163	348306
Amount of FDI (USD mil)	1 671	2 128	2 272	3 738	4 836	7 872	10 580
Growth index	-	1,35	1,22	1,84	1,32	1,34	1,11

Source: <http://www.sario.sk>

In schedule 1 we can see inflow of FDI and its growth. Year 2000 was breaking year, because of great inflow of FDI, but on the other side, this inflow is mostly connected to privatisation of Slovak telecom. In 2001 there were privatisations of some Slovak banks and in 2002 privatisation of Slovak gas industry influenced the FDI inflow the most. According to some changes in tax system in SR and still relatively cheap but highly qualified labour force, we register in last two years increased interest of foreign investors to make also green fields investments.

By J. Mihalik (2001, p. 557), among factors that positively influence inflow of FDI belongs especially – the building up of industrial parks, the quality of infrastructure, flexibility of labour force, country geographical position, taxes and insurance payments, tax holidays and grants for newly created work places and requalification.

2. LEGISLATIVE FACTORS OF ATTRACTIVENESS OF BUSINESS ENVIRONMENT

Legislative environment in SR is full of changes and is partly opaque. Although there were made many changes in this field, there are still many laws and norms, which should be reevaluated and changed to serve for development and attractiveness of business environment. In this area we would like to orientate to the law on providing support for establishment of industrial parks and to law on providing support to foreign and domestic investors.

The law on providing support to foreign and domestic investors

This law was approval in 2001 and has important influence on quality of business environment. Former version, which was valid till year 2004, allowed drawing of a tax loan up to 50 % of legitimate expenditures, drawing of contribution up to 50 % of requalification expenditures and contribution to newly created work places.

At the present, after amendment of this law, investor has to invest at least 100 million Euros and create at least 400 new work places and there is no condition about type of investments (green field, brown field).

This amendment should make domestic and foreign investors equal in chances to get budgetary support. By our opinion this equalisation among domestic and foreign investors is very hard to do, because in Slovakia there are only few investors, who are able to invest such amount of money, to fulfil law conditions for obtaining support.

Tax holidays will be available only till the end of year 2006, because there were made many changes in tax system in Slovakia.

The law on providing support for establishment of industrial parks

According to the currently valid legal regulation of conditions for providing support for establishment of industrial parks, an industrial park is defined as an area on which industrial activity (production) or services of at least one entrepreneur are concentrated, and which is constituted for this purpose by the land use plan of the community or the land use plan of the zone. The industrial park is set up by the community, which needs to ensure financial resources in amount of at least 10 % of cost of establishment of industrial park.

Industrial parks are playing very important role in development and growth of towns and cities. They offer a space for creating cooperation among various types of enterprises and suppliers.

At the present there are 9 industrial parks in SR, ready to welcome foreign investors. They are Vrábľe, Kechnec, Devínska Nová Ves, Sládkovičovo, Levice, Malý Krtíš, Humenné, Senica and Strážske. First two of them were established from private sources and others from state budget. Except these 9 parks there are approximately 70 other places, in various level of completion. In comparison, in the Czech republic there are approximately 71 industrial parks. By our opinion main reasons of Slovak lagging in this area are difficult administrative procedures connected to establishing of industrial park, unclarified owner relations to land and bad infrastructure.

3. ECONOMIC FACTORS OF ATTRACTIVENESS OF BUSINESS ENVIRONMENT

For more limpidity of our paper we classified legislative changes and reforms in tax system to group of economic factors, because they mostly affect an economic aspect of doing business.

From January 2004 in Slovakia are valid new laws about tax system and insurance payments to insurance companies. Now we have an equal tax at high of 19 %. The main goal of this reform was to secure lower tax leak and to leave more money to enterprises for they development, growth and modernisation. With similar goals was made the insurance payments reform. Lower insurance payments for employers and employees should have caused a larger creating of new work places and support the decrease of unemployment rate.

But as you can see in schedule 2, the promised decrease was not so high and new obligation for employers to pay first 10 day of illness of their employees instead of insurance companies doesn't impact as stimulation for enterprises.

Schedule 2 Insurance payments before and after tax reform

Insurance payments	Insurance payments of employer	Insurance payments of employee	Insurance payments of sole proprietor
Totally before reform	38%	12,80%	49,80%
Totally after reform	34,40%	13,40%	47,15%

Source: ŽURAVOVÁ, V 2005. Zhodnotenie systému podnikovej a vnútropodnikovej hmotnej stimulácie a možnosti jeho zefektívnenia. Písomná práca na dizertačnú skúšku. s. 62.

The tax reform in Slovakia was so important in competition for foreign investors that also other countries are trying to imitate these changes. Austrian government plans to reduce their tax rate from income from 34 % to 25 %. Effective tax burden will decline to 21,9 %. Poland will decline tax rate to 19 % and effective tax burden will be 17 %. Czech republic wants to decrease tax rate till year 2006 to 24 %. Effective tax burden will be about 17,1 %. In comparison, in Slovak republic the level of effective tax burden is at the high of 16,8 % and average effective tax burden in European union is about 29,4 %.

Also taxation of dividends in Slovakia is from January 2004 cancelled. Slovakia is the only state among V4 where is no tax from dividends. By all positive effects it could have one or more negative effects. Companies could prefer to pay cheap dividends to foreign investors instead of leaving money in Slovakia and investing to development.

One of the main problems for enterprises in Slovakia, but also in other EU countries, is accessibility of financial resources. We want to concentrate on loan financing, because seed capital financing and financing through financial market is not very developed in Slovakia.

One of main reason of bad accessibility of bank loans could be a great portfolio of bad loans in banks provided to enterprises in the past. Although the rate of bad loans got well from 31,6 % in 1998 to 11,5% in 2002, it is still one of the highest rates in Central and Eastern Europe.

According to improved economic situation in Slovakia, in last years, banks are trying harder to offer to enterprises more suitable loans and they are changing liability conditions.

Besides bank sector, there are various institutions, which offer loans and grants to SMEs. We are concentrated on some of them in next chapter.

4. INSTITUTIONAL SUPPORT TO SMES

The main coordinator for SMEs in Slovakia is Ministry of Economy. Its main is creating the strategy of SMEs growth trough state support programmes. There are various programmes supporting the growth, competitiveness, innovations and export activities of SMEs.

The most important institutions in Slovakia, which are concentrated on supporting SMEs, are:

- National Agency for Development of SMEs with its network of Regional Information Centres and Business Innovation Centres is a basic institutional tool for development of SMEs in Slovakia. This institution provides and coordinates wide spread of grant schemes and educational programmes for SMEs;
- Slovak Guarantee and Development Bank (SZRB) is a specialised banking institution founded by the central body of state administration – the Ministry of Finance of the Slovak Republic. Thus, SZRB has become the first bank in Eastern Europe to focus on the support of small and medium-sized enterprises. Through its activities it implements the objectives of the Government of SR in the area of support of small and medium-sized enterprises as well as other goals of national economy. Therefore, it plays an important role in the banking system and in the system of state mechanisms and instruments.

The Bank provides support to the establishment, development, and stabilisation of small and medium-sized enterprises:

- providing guarantees for loans,
- granting indirect loans via selected commercial banks,
- granting direct loans especially to small and medium-size enterprises as well as towns and municipalities, housing cooperatives, agricultural and food-producing entities. These include short-term, mid-term and long-term investment or operation loans,
- i2-Slovakia – Exchange for Business Angels (“i2-Slovakia”) is a programme through which SZRB supports enterprises with innovative projects;
- Slovak Investment and Trade Development Agency (SARIO) In Slovakia and around the world, SARIO provides complex services to companies and individuals looking to make Slovakia a home for investment. Team of experts is ready to help with all parts of the investment process, from initial inquiries through to product manufacture and release;
- SARC – Slovak Centre For Science, Technology and Development – main coordinator for 5th and 6th Framework of European Union. Centre was created by Ministry of Education in SR to support SMEs and other institutions to participate in scientific programmes in EU.

Presented group of institutions presents and provides wide spread of activities, which are orientated on support for SMEs. On the other hand, institutional support in SR is a little bit difficult and SMEs could have problems to find suitable and relevant information about help they can obtain from state or EU.

CONCLUSION

The paper deals with characteristic of business environment in the Slovak republic. We tried to identify some problem areas in business environment in SR as well. We divided factors of environment attractiveness to three basic groups – economic, legislative and institutional factors. Of course, besides these factors, there are many others (like social factors and habits in doing business), which we didn't explore.

Among explored factors of attractiveness of business environment we can classify as positive factors tax reform, which applied an equal tax for all business and non-business subjects. At the present we can see positive effects from this reform in inflow of FDI in SR.

There are too frequent changes in legislative area in SR, so the system is aliasign and administratively difficult. This fact is often reproached to SR from abroad.

Institutional support for SMEs is wide and therefore many times too complicated to find quickly and effectively needed information. Also judicatory system in Slovakia is very slow and it takes a lot of time to get conviction from proceedings. Another big problem in administrative system in SR is widely enlarged corruption.

BIBLIOGRAPHY

1. Denník Hospodárske noviny

2. <http://www.nadsme.sk>
3. <http://www.sario.sk>
4. <http://www.sarc.sk>
5. <http://www.szrb.sk>
6. JANČÍK, Ľ. 2004. Nezdanené dividendy – bonus investorom. In: *Hospodárske noviny*. 14. 1. 2004. s. 1.
7. MIHÁLIK, J. 2001. *Medzinárodná komparácia sociálno-ekonomického rozvoja a konvergencia SR s EÚ*. 1. diel. s.l. : s.n., 595 s. ISBN nemá
8. Podnikateľské prostredie na Slovensku 2004. Biela kniha malých a stredných podnikov. 2004. NARMSP : Bratislava. 60 s. ISBN 80-88957-35-4.
9. ŽURAVOVÁ, V. 2005. Zhodnotenie systému podnikovej a vnútro podnikovej hmotnej stimulácie a možnosti jeho zefektívnenia. Písomná práca na dizertačnú skúšku. Banská Bystrica. 2005. 82 s.

CONTACT

Ekonomická fakulta, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici
Tajovského 10, 974 01 Banská Bystrica
E-mail: ladislav.klement@umb.sk, Tel.: +421 48 4462177

Balanced Scorecard – nástroj strategického riadenia firmy

Ing. Robert Kňážek, MBA - Obchodná fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

Balanced Scorecard tool for strategic management

The Balanced Scorecard is a modern tool that motivates staff to realize the organisation's vision. It does more than just measure performance. It is a management system that focuses the efforts of people, throughout the organisation, towards achieving strategic objectives. It gives feedback on current performance and targets future performance.

Measures are used in four broad areas - financial performance, customers, internal business processes, and learning and growth. These align individual, departmental, and organisational goals and identify entirely new processes for meeting customer and share-holder objectives.

The Balanced Scorecard can also be used to test, achieve feedback on, and update the organisation's strategy. It goes beyond short term management of the bottom line to providing a management system for long term investment in customers, employees, new product development and systems.

KEY WORDS: balanced scorecard, vision, strategy, financial performance

Organizácie dnes súťažia v dynamickom, zložitom prostredí. Je pre ne životne dôležité presne pochopiť ich ciele a metódy v záujme rýchleho dosiahnutia týchto cieľov. Balanced Scorecard predstavuje moderný nástroj, ktorý motivuje pracovníkov, aby uskutočnili víziu organizácie. Jeho poslaním je viac ako len meranie výkonnosti. Jedná sa o systém riadenia, ktorý zameriava úsilie ľudí v celej organizácii na dosiahnutie strategických cieľov. Poskytuje spätnú väzbu o aktuálnej výkonnosti a zameriava sa na budúcu výkonnosť. Inak povedané, Balanced Scorecard premieňa víziu a stratégiu organizácie na komplexný súbor výkonnostných a akčných mier, ktorý poskytuje základ pre strategické meranie a systém riadenia. Miere sa využívajú v štyroch všeobecných oblastiach - finančná výkonnosť, zákazníci, interné obchodné procesy a vzdelávanie a rast. Tieto zosúladujú individuálne, sekčné a organizačné ciele a identifikujú úplne nové procesy na splnenie cieľov zákazníkov a akcionárov. Balanced Scorecard sa môže použiť aj na otestovanie a aktualizáciu stratégie organizácie, ako aj na získanie spätnej väzby k nej. Presahuje krátkodobé riadenie dolnej úrovne a poskytuje systém riadenia pre dlhodobé investovanie do zákazníkov, zamestnancov, vývoja nových produktov a systémov.

VÝCHODISKÁ

Podniky sa nachádzajú v štádiu transformácie. V posledných desaťročiach bol zaznamenaný nástup informačnej éry. Toto prostredie vyžaduje od výrobných organizácií ako aj organizácií služieb nové schopnosti v záujme dosiahnutia konkurenčného úspechu. Schopnosť organizácie mobilizovať a využívať svoj nehmotný alebo neviditeľný majetok sa stala oveľa rozhodujúcejšou ako investovanie a riadenie fyzického, hmotného majetku. Napríklad, nehmotný majetok umožňuje organizáciám rýchlo zavádzať inovačné produkty a služby požadované cieľovými segmentami zákazníkov. Dnešné podnikateľské prostredie vyžaduje lepšie pochopenie zákazníkov a ich potrieb, zracionalizované interné procesy a vysoko kvalifikovaných pracovníkov, ktorí sú expertami v oblasti riešenia problémov. V záujme dosiahnutia tohto cieľa sa organizácie pokúšajú transformovať zameraním sa na spektrum zlepšovacích iniciatív, ako je celkové riadenie kvality, kalkulácia na základe aktivít a reinžiniering procesov. Tradičné prostriedky merania výsledkov boli prostredníctvom finančného vykazovania pomocou účtovného modelu vyvinutého pred stáročiami. Bohužiaľ tento model nezahŕňa oceňovanie nehmotného a duševného majetku podniku, ako sú vysokokvalitné produkty a služby,

motivovaní a kvalifikovaní zamestnanci, ústretové a odolné interné procesy a spokojní a verní zákazníci. Tento majetok je však rozhodujúcejší pre dlhodobú budúcnosť organizácie ako tradičný fyzický a hmotný majetok. Balanced Scorecard (BSC) dopĺňa miery minulej výkonnosti mierami hnacích faktorov budúcej výkonnosti. Hoci mnohé podniky už disponujú systémami merania výkonnosti, ktoré zahŕňajú finančné a nefinančné miery, často sa používajú iba na kontrolu a spätnú väzbu krátkodobých operácií na podnikovej úrovni. Balanced Scorecard zdôrazňuje, že finančné a nefinančné miery musia byť súčasťou informačného systému pre zamestnancov na všetkých úrovniach organizácie. Je taktiež vyvážený medzi objektívnymi ľahko kvantifikovanými výslednými mierami a subjektívnymi, trochu posudzovacími stimulačnými faktormi výkonnosti výsledných mier.

Okrem toho poskytuje strategický systém riadenia na realizáciu kritických procesov riadenia:

- vyjasniť a získať konsenzus ohľadne vízie a stratégie
- oznámiť strategické ciele, miery výkonnosti a stimulačné faktory na všetkých úrovniach
- prepojiť strategické ciele s cieľmi a ročnými rozpočtami
- určiť a spustiť strategické iniciatívy
- rozšíriť pravidelné systematické strategické posudzovania
- získať spätnú väzbu s cieľom učiť sa o stratégii a vylepšovať ju.

Balanced Scorecard vyplňa medzeru, ktorá existuje vo väčšine systémov riadenia – absencia systematického procesu na implementáciu a získanie spätnej väzby o stratégii organizácie. Využitím Balanced Scorecard môže byť organizácia zosúladená a zameraná na implementáciu dlhodobej stratégie. Balanced Scorecard takto tvorí základ pre riadenie organizácií informačnej éry. Zachováva finančné meranie ako rozhodujúci súhrn riadiacej a podnikateľskej výkonnosti, ale zdôrazňuje všeobecnejší a integrovanejší súbor meraní, ktoré spájajú súčasného zákazníka, interný proces, zamestnanca a výkonnosť systému s dlhodobým finančným úspechom. Mnohé podniky majú prehlásenia alebo vízie o poslaní. Tieto sú často pretavené do stratégií. Často práve tu končí a stratégie nie sú nikdy plne implementované. Poskytuje vedúcim pracovníkov komplexný rámec, ktorý pretavuje víziu a stratégiu podniku do integrovaného súboru výkonnostných a akčných mier, stupňovito zoradených v celej organizácii. Jasná formulácia výsledkov, ktoré vyžaduje organizácia, a stimulačných faktorov týchto výsledkov, energií, schopností a špecifických poznatkov ľudí v celej organizácii sú zosúladené s dosiahnutím dlhodobých cieľov. Zachováva využitie finančných mier, ako je prevádzkový zisk, návratnosť použitého kapitálu, ekonomická pridaná hodnota, atď. Z hľadiska zákazníka sú určené segmenty zákazníkov a trhov, v ktorých bude obchodná jednotka súťažiť. K základným výstupným mieram patrí spokojnosť zákazníka, udržanie zákazníka, získanie nových zákazníkov, ziskovosť zákazníka a podiel na trhu v cieľových segmentoch. Mali by byť zahrnuté aj stimulačné faktory, ktoré predstavujú faktory rozhodujúce pre zákazníkov na prechod k svojim dodávateľom alebo vernosti k nim. Z hľadiska interného podnikového procesu musia vedúci pracovníci určiť kritické interné procesy, v ktorých musí organizácia vynikať v záujme:

- zlepšenia motivačných faktorov, ktoré prilákajú a udržia zákazníkov na cieľových segmentoch trhu
- uspokojenia očakávaní akcionárov v súvislosti s vynikajúcimi finančnými návratnosťami.

Toto hľadisko zdôrazňuje dva základné rozdiely medzi tradičnými prístupmi a prístupom Balanced Scorecard k meraniu výkonnosti. Tradičné prístupy sa pokúšajú monitorovať a zlepšovať existujúce podnikové procesy. Prístup Balanced Scorecard však zvyčajne určí celkom nové procesy, v ktorých musí organizácia vynikať v záujme naplnenia cieľov zákazníka a finančných cieľov. Druhý rozdiel spočíva v zakomponovaní inovačných procesov. Tieto môžu často viesť k vývoju nových produktov alebo služieb. Perspektíva vzdelávania a rastu Balanced Scorecard určuje infraštruktúru, ktorú musí organizácia vybudovať na vytvorenie dlhodobého rastu a zlepšenia. Finančné ciele, ciele zákazníka a ciele týkajúce sa interných procesov v rámci Balanced Scorecard často odhalia rozdiely medzi existujúcimi schopnosťami ľudí, systémov a postupov a tým, čo je potrebné na ich dosiahnutie. Na zníženie týchto rozdielov budú musieť organizácie investovať do rekvalifikácie zamestnancov, rozšírenia informačnej technológie a systémov a zosúladenia organizačných postupov a bežnej praxe. Miery na báze zamestnancov zahŕňajú druhové výstupné miery - uspokojenie, udržanie, vzdelávanie a

zručnosti zamestnancov - a ich motivačné faktory, ako sú podrobné, podnikové špecifické indexy príslušnej kvalifikácie potrebnej pre nové konkurenčné prostredie. BSC je viac ako súbor kľúčových ukazovateľov výkonnosti alebo kritických faktorov úspechu. Prostredníctvom všetkým štyroch perspektív musí existovať medzi rôznymi cieľmi a mierami. Nasledujúci príklad, hoci iba čiastočne, názorne preukazuje, ako je to možné dosiahnuť. Vzdelávanie a zvyšovanie kvalifikácie obsluhy (cieľ týkajúci sa perspektívy vzdelávania a rastu) by mohli viesť k zníženiu doby cyklov (cieľ týkajúci sa perspektívy interného procesu), ktoré môže viesť k zvýšenej spokojnosti a vernosti zákazníkov prostredníctvom kratších dôb dodávky a teda väčšej tržbe (cieľ perspektívy zákazníka) vedúcej k zvýšeniu návratnosti použitého kapitálu (výstupná miera vo finančnej perspektíve). Tento reťazec príčiny a účinku by bol typicky odvodený spustením výstupných mier finančnej perspektívy a následne spracovaním perspektívnych vrstiev určujúcich príslušné motivačné faktory výkonnosti a miery na ceste. Výstupné miery vyžadujú motivačné faktory výkonnosti (alebo „akcie“) na vyjadrením toho, ako sa majú dosiahnuť tieto výsledky. Výkonnostné motivačné faktory vyžadujú výstupné opatrenia na stanovenie toho, či majú dopad, ktorý sa pôvodne očakával. Balanced Scorecard by mal mať príslušnú zmes výstupov (oneskorené ukazovatele) a výkonnostné motivačné faktory (hlavné ukazovatele). Malo by sa jednať aj o vyváženú zmes cez tieto štyri perspektívy. Napríklad, prevádzkové zlepšenia (perspektíva interného procesu), ako je zvýšená kvalita a znížené doby cyklu, nebude nevyhnutne viesť k zlepšeným finančným mieram, pokiaľ nie sú spojené reťazcom príčiny a účinku prostredníctvom perspektívy zákazníka s týmito mierami. Ak zlepšená prevádzková výkonnosť nezlepší finančnú výkonnosť, signalizuje to, že nebol správne stanovený reťazec príčiny a účinku a je potrebné revidovať plány realizácie stratégie organizácie. V súhrne BSC pretavuje víziu a stratégiu do cieľov a mier cez vyvážený súbor perspektív. BSC zahŕňa miery požadovaných výsledkov, ako aj procesy, ktoré budú stimulovať požadované výsledky pre budúcnosť. Balanced Scorecard je najlepšie definovaná pre strategické business jednotky, ktoré vykonávajú aktivity prostredníctvom plného hodnotového reťazca od inovácie, operácií, marketingu, distribúcie až po predaj a servis. Táto jednotka bude mať typicky vlastné produkty a výrobné zariadenia, zákazníkov, marketingové a distribučné kanály a samozrejme svoju vlastnú dobre definovanú stratégiu. Po stanovení pre takúto business jednotku sa Balanced Scorecard následne stáva základom pre oddelenia a funkčné jednotky v rámci obchodnej jednotky. Manažéri v rámci týchto oddelení a funkčných jednotiek môžu následne vytvoriť svoje vlastné hodnotiace karty, ktoré budú v súlade s hodnotiacou kartou a stratégiou obchodných jednotiek. Týmto spôsobom Balanced Scorecard prechádza stupňovito organizáciou.

ZAVEDENIE VYVÁŽENÉHO HODNOTIACEHO NÁSTROJA

Prvou úlohou je pretavenie stratégie organizácií do cieľov a mier pre každú zo štyroch perspektív. Tieto by mali byť špecifické pre stratégiu organizácií. Existujú však určité miery, ktoré sa často objavujú v hodnotiacich nástrojoch, ako je:

Perspektíva	Miera
Finančná	návratnosť investície a ekonomická pridaná hodnota
Zákazník	spokojnosť, udržanie, trh a účtovný podiel
Interná	kvalita, doba odozvy, náklad a zavedenie nových produktov
vzdelávanie a rast	spokojnosť zákazníka a dostupnosť informačného systému

Procesný model organizácie vytvára dôležité premostenie medzi strategickou a prevádzkovou úrovňou organizácie. Je chybné ak sa organizácia orientuje bezprostredne na návrh a implementáciu procesov bez jednoznačného prepojenia na víziu, strategické ciele a ich meradlá. Bez úzkej väzby na BSC systém nie je možné overiť nevyhnutnosť a relevantnosť jednotlivých procesov pre fungovanie organizácie a dosiahnutie vytýčených strategických cieľov. Spôsob merania procesov (KPI – kľúčové ukazovatele výkonnosti) musia byť vždy v súlade so stanovenými meradlami jednotlivých strategických cieľov. Vždy musí byť možné spätne vysledovať akým spôsobom jednotlivé procesy a ich meradlá ovplyvňujú úspešné naplnenie stratégie a s nimi súvisiace merania strategickej

výkonnosti. Pokiaľ je implementácia BSC robená s praktickým nadhľadom a rozvážne, môže sa mnoho organizácií konečne dočkať chvíle, kedy sa ich stratégie budú naplňovať.

LITERATÚRA

1. Friedag, Herwig R.; Schmidt, Dr. Walter, Balanced Scorecard at work, Haufe-Verlag, Freiburg 2003, ISBN 3-448-05570-0
2. Herwig R.; Schmidt, Dr. Walter, Taschenguide Balanced Scorecard, Friedag, Haufe-Verlag, München 2002, ISBN 3-448-04870-4

KONTAKT

Západoslovenská energetika, a.s.

Čulenova 6, 816 47 Bratislava

E-mail: knazekr@zse.sk

Redukované bayesovské odhady v lineárnej regresii

RNDr. Eva Kotlebová - Fakulta hospodárskej informatiky EU v Bratislave

Bayesovská štatistika na rozdiel od klasickej používa na odhad parametrov základného súboru nielen údaje získané náhodným výberom, ale do úvahy berie akékoľvek zmysluplné informácie o sledovanom parametri, ktoré sú k dispozícii ešte pred samotným výberom.

V klasickej štatistike považujeme odhadovaný parameter základného súboru za neznámu konštantu, pri bayesovskom poňatí ho vnímame ako náhodnú premennú s istým rozdelením. Spojením apriórnych informácií (získaných pred výberom) a informácií z výberového súboru vznikne tzv. aposteriórne rozdelenie, pomocou ktorého je možné realizovať rôzne indukčné závery (bodové a intervalové odhady, testovanie hypotéz ap.). Matematický model, ktorý umožňuje čo najpresnejšiu konštrukciu aposteriórneho rozdelenia, je založený na Bayesovej vete o podmienenej pravdepodobnosti:

$$P(A_i / B) = \frac{P(B / A_i) \cdot P(A_i)}{\sum_{i=1}^n P(B / A_i) \cdot P(A_i)},$$

kde A_1, A_2, \dots, A_n tvoria úplný systém disjunktných udalostí, ktorá sa využíva v prípade diskretných rozdelení náhodnej premennej. Pre spojité rozdelenia je aktuálna jej spojitá verzia v tvare:

$$f(\theta / x) = \frac{f(x / \theta) \cdot f(\theta)}{\int f(x / \theta) \cdot f(\theta) dx},$$

kde $f(\theta / x)$ je hustota aposteriórneho rozdelenia,

$f(\theta)$ je hustota apriórneho rozdelenia

a $f(x / \theta)$ je funkcia vierohodnosti.

V tomto článku sa však nebudeme zaoberať náhodnými premennými a ich rozdeleniami, ukážeme pomerne jednoduchý spôsob výpočtu regresného koeficienta, pri ktorom je možné použiť apriórnu informáciu, ak sú splnené isté podmienky.

Predpokladajme, že medzi veličinami, ktoré skúmame, by mohla existovať lineárna závislosť, ale regresný koeficient odhadujeme veľmi blízko k nule, pričom nevieme odhadnúť jeho znamienko. (Máme isté informácie, ktoré by naznačovali priamy vzťah medzi veličinami, ale takisto existujú argumenty, podľa ktorých je smernica regresnej priamky záporná.) Tieto naše pochybnosti môžeme považovať za istý druh apriórnej informácie, podľa ktorej považujeme regresný koeficient rovný nule.

Po spracovaní údajov z výberu nám naozaj môže vyjsť hodnota regresného koeficienta pomerne malé číslo (v absolútnej hodnote). Kvalitu regresného modelu zvyčajne overujeme pomocou F-štatistiky, ktorá nám umožňuje (pri stanovenej hladine významnosti) jednoznačné rozhodnutie o tom, či je model štatisticky významný alebo nie:

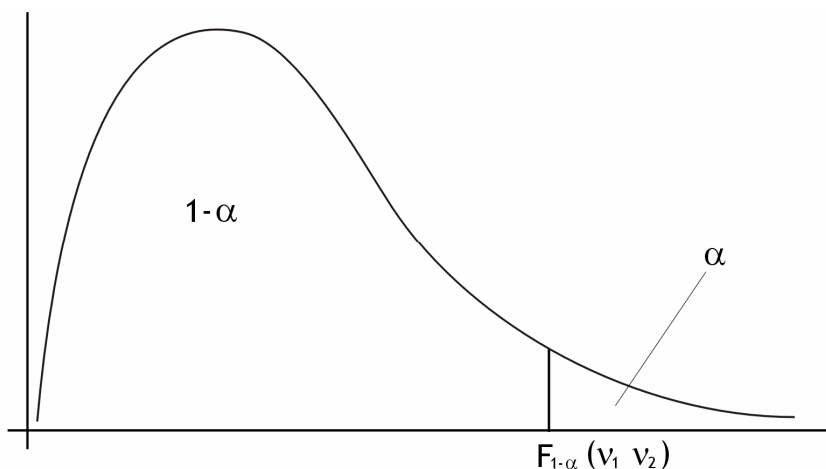
$$F = \frac{(n-2) \cdot \sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2},$$

\hat{y}_i – vyrovnané (teoretické) hodnoty závislej premennej

\bar{y} – priemerná hodnota závislej premennej

n – rozsah výberového súboru

Ak je hodnota tejto štatistiky väčšia ako kritická hodnota testu, hypotézu o nevýznamnosti modelu (t.j. hodnota regresného koeficienta je nulová), zamietame, a vypočítaný regresný koeficient plne akceptujeme. Ak je F-štatistika menšia ako kritická hodnota testu, položíme regresný koeficient rovný nule (resp. skúsime zostaviť nelineárny model).



Bayesovský prístup rieši problém „spojitejšie“. Podľa neho pri konečnom rozhodnutí zohráva úlohu nielen to, do ktorého intervalu patrí vypočítaná hodnota F-štatistiky, ale aj vzdialenosť tohto čísla od kritickej hodnoty. (Ak je totiž hodnota štatistiky len „o trochu“ väčšia ako kritická hodnota, považujeme model síce za vhodný, ale môžeme mať isté pochybnosti o správnosti nášho rozhodnutia.) V takomto prípade by sa mohla zohľadniť aj apriórna informácia (t.j. regresný koeficient je rovný nule). Čím by testovacia štatistika bola od kritickej hodnoty vzdialenejšia, tým by apriórna informácia strácala na sile.

Odhadovaný regresný koeficient by teda mohol byť váženým aritmetickým priemerom vypočítaného koeficienta a predpokladaného (teda nuly). Ako váhy použijeme zlomky:

$\frac{1}{F}$ pre apriórne predpokladanú nulu

a $1 - \frac{1}{F}$ pre regresný koeficient vypočítaný z výberu.

(Samozrejme, takto navrhnuté váhy platia len v prípade, ak je hodnota F-štatistiky väčšia ako kritická hodnota testu. Ak totiž leží v oblasti prijatia nulovej hypotézy, apriórna informácia aj samotný výber poskytujú rovnakú informáciu, takže nemusíme medzi nimi hľadať kompromisy.)

Bayesovský odhad smernice regresnej priamky je teda nasledovný:

$$BE(\beta_1) = \left(\frac{1}{F}\right) \cdot 0 + \left(1 - \frac{1}{F}\right) b_1 = \left(1 - \frac{1}{F}\right) b_1, \quad (*)$$

kde

$BE(\beta_1)$ je bayesovský odhad (bayes estimation) regresného koeficienta β základného súboru

b_1 je regresný koeficient vypočítaný z výberu.

Popísaný postup som aplikovala na údajoch z mikrocenza 2003, konkrétne som vybrala domácnosti z obce Bratislava - Staré mesto (vybraných 25 domácností). Pokúsila som sa nájsť vzťah medzi znakmi „Príjmy spolu“ a „Sociálne príjmy“.

Je naozaj problematické určiť, či sú tieto dva znaky priamo alebo nepriamo úmerné: dá sa predpokladať, že čím má niekto vyšší celkový príjem, tým je menej odkázaný na sociálne dávky. Ak však sociálne príjmy tvoria významnú časť celkových príjmov, sú tieto položky priamo úmerné.

Na výpočet koeficientov regresnej priamky som použila softvér STATGRAPHICS Plus. Výstup z procedúry Simple regression je takýto:

Regression Analysis - Linear model: $Y = a + b \cdot X$				
Dependent variable: Socialne prijmy				
Independent variable: prijmy spolu				
Parameter	Estimate	Standard Error	T Statistic	P-Value
Intercept	137906,0	21456,0	6,4274	0,0075
Slope	-0,261803	0,0897159	-2,91813	0,0075
Analysis of Variance				
Source	Sum of Squares	Df	Mean Square	F-Ratio
Model	2,65371E10	1	2,65371E10	8,52
Residual	7,47921E10	24	3,11634E9	
Total (Corr.)	1,01329E11	25		

Ako z výstupu vidno, hodnota regresného koeficienta je naozaj nízka: -0,261803, p-hodnota (0,0075) testu však pomerne jednoznačne poukazuje na nutnosť zamietnutia hypotézy o nulovej hodnote regresného koeficienta, takže je celkom rozumné nájsť kompromis vyššie popísaným spôsobom.

Bayesovský odhad regresného koeficienta vypočítame podľa vzťahu (★):

$$BE(\beta_1) = \left(\frac{1}{8,52} \right) \cdot 0 + \left(1 - \frac{1}{8,52} \right) \cdot (-0,26103) = (0,88263) \cdot (-0,26103) = -0,2304.$$

Ak teda zoberieme pri odhade regresného koeficienta do úvahy aj apriórnu informáciu (t.j. predpokladanú hodnotu okolo nuly s neurčitým znamienkom), dochádza k miernej korekcii regresného koeficienta vypočítaného z výberu. Podľa klasického prístupu so zvýšením príjmu o 1 000 Sk dochádza k zníženiu sociálneho príjmu v priemere o 261 Sk, podľa bayesovského odhadu je zníženie sociálneho príjmu o niečo nižšie – 230 Sk.

Podobný princíp, ako bol popísaný vyššie, sa používa aj pri odhade strednej hodnoty súboru, ktorý je časťou väčšieho celku. V tomto prípade možno za apriórnu informáciu považovať výberové údaje z celého súboru, aj keď analýza rozptylu nemusí jednoznačne preukázať zhodu stredných hodnôt jednotlivých podsúborov.

Aj keď bayesovský prístup využíva dostupné informácie komplexnejšie ako je to v klasickej štatistike, treba objektívne konštatovať, že apriórna informácia má často subjektívny charakter, takže závery vyplývajúce z analýzy nemusia byť pre každého plne akceptovateľné.

LITERATÚRA

1. Lee Peter M: BAYESIAN STATISTICS, 1989
2. Bernardo José M. – Smith Adrian F.M.: BAYESIAN THEORY, 1995
3. Pacáková V.: APLIKOVANÁ POISTNÁ ŠTATISTIKA, 2004
4. Wonnacot T.H. – Wonnacot R.J.: STATISTIKA PRO OBCHOD A HOSPODÁŘSTVÍ, 1993

Řízení výuky pomocí aktivizujících metod

Ing. Tomáš Kotrba - Prevádzkově-ekonomická fakulta MZLU v Brně

ABSTRAKT

Příspěvek se zabývá možností aplikace aktivizujících metod vyučování ve vysokoškolském vzdělávání. Součástí příspěvku je rozdělení těchto metod a jejich stručný popis. V praktické části příspěvku autor popisuje aplikaci vybraných aktivizačních metod v seminářích předmětu Personalistika.

KLÍČOVÁ SLOVA: aktivizující metody výuky, hry, diskusní metody, situační metody, inscenační metody, problémové vyučování

ABSTRACT

A contribution deals with possibility of application of activating methods of teaching in a higher education. One part of an article concerns division of these methods and their brief description. It is a practical part where author characterizes applications of the selected activating methods while teaching the Human resources management seminar.

KEY WORDS: Activating methods of teaching, games, discussion methods, situation methods, stage management methods, problematical teaching.

ÚVOD

Vzdělání pracovníci tvoří jednu z konkurenčních výhod každého podniku. Předpokladem je však kvalitní systém školství a především erudovaní učitelé na všech stupních studia. Také kvalita každého vyučujícího na vysoké škole není pouze odrazem jeho odborných znalostí, vědomostí, ale také didaktickou a metodickou aprobací. Během seminářů, jako jedné z forem vyučování na vysoké škole, převládá klasická monologická forma vyučování, která studentům předkládá učební látku bez nutnosti vlastního přemýšlení. Studenti jsou tak nuceny pouze k pasivní reprodukci mechanicky naučených frází.

CÍL A METODIKA

Tento příspěvek si klade za cíl přiblížit ostatním cvičícím (kolegům, studentům doktorského studijního programu) problematiku aktivizujících metod výuky, teoreticky tyto metody popsat a zhodnotit jejich klady a zápory. V praktické části se autor vyjadřuje k problémům, se kterými se při použití vybraných aktivizujících metod setkal.

Příspěvek je součástí podaného projektu „Evropská integrace pro pedagogy s posílením aktivizačních metod ve výuce“ v rámci Operačního programu Rozvoje lidských zdrojů MŠMT a také součástí části výzkumného záměru MSM 6215648904.

Na základě prostudované literatury uvedené v literárním přehledu a odborných konzultací s panem Doc. Ing. Pavlem Tomšíkem, CSc. byly vytvořeny vlastní aktivizační, diskusní hry a inscenace. Nové formy výuky byly aplikovány na seminářích Personalistiky, v rámci sylabu předmětu. Během seminářů byl kladen důraz na motivaci studentů, jejich aktivní zapojení do výuky, rozvoje argumentace, vyjadřování a celkovému zefektivnění seminářů. Zpětná vazba a samotné hodnocení předmětu bylo získáno elektronickou evaluací zmíněného předmětu v univerzitním informačním systému.

LITERÁRNÍ PŘEHLED

Smyslem aktivizujících metod výuky je získat větší zájem žáků o probíranou tematiku. Zapojit studenty více do procesu vzdělávání a z pasivních posluchačů vytvořit aktivní spolupracovníky, kteří se budou podílet na výuce. Pomocí klasických monologických metod (přednášení, vyprávění, popisování, vysvětlování) toho lze s těžší dosáhnout. Většina aktivizačních metod je podle ŠUBRTOVÉ (1975) postavena na aktivní diskusi.

Základní aktivizační metodu výuky jsou *hry*. Podmínkami využití her v běžné výuce jsou zkušenosti učitele (posouzení vhodnosti zařazení hry z hlediska výukového cíle a vhodnosti), technické prostředky, kladně motivovaní hráči a prostředí, jak uvádí OURODA (2000). Hry se dají použít k opakování, procvičování učiva, avšak ne k výkladu! JANKOVCOVÁ (1988) uvádí, že při pořádání soutěží a her lze očekávat mimořádně vysokou motivaci studentů.

Podle JECHOUTA (1981) jsou ekonomické hry (jedna z variant her) jednou z nejmladších skupin metod problémové výuky a využívají se k výchově především vedoucích pracovníků na vyšší úrovni řízení. Studenti dělají svá rozhodnutí v podmínkách určité nejistoty (působení nezávislých a náhodných proměnných) dynamického modelu, který dokáže nasimulovat hospodářský jev i v časově dlouhém období (několik let).

V praxi pracuje většina pracovníků v určitém pracovním kolektivu. Je proto nezbytné komunikovat s ostatními, zúčastňovat se diskuse, vnímat ostatní a chápat motivace a myšlenky druhých lidí. Pomocí *diskusních metod* se studenti učí především argumentovat a obhajovat své názory. JANKOVCOVÁ (1988) uvádí, že diskusi lze použít ve výkladu nového učiva, k procvičování, opakování a upevňování učiva v malých skupinkách. Motivuje studenty, zvyšuje jejich pozornost a vytváří zpětnou vazbu pro učitele.

Podle OURODY (2000) do diskusních metod patří Brainstorming, Phillips 66, Gordonova metoda, Hobo metoda, Metoda cílených otázek, Brainwriting a Metoda konsensu.

Další kategorii aktivizačních metod tvoří *situační metody*. Studenti se seznamují s konkrétní problémovou situací, která má více řešení, jak uvádí JANKOVCOVÁ (1988).

JECHOUT (1981) zdůrazňuje výrazný rozborový a analytický charakter situační metody. Proto může být podle něj použita ve všech fázích vyučování.

Metodickým postupem se zabývá OURODA (2000), který jej rozděluje do několika kroků: oznámení a vysvětlení cíle tématu, navození problémové situace a formulace problému, analýza příčin jevů zobrazujících situaci, diskuse usměrňovaná učitelem, zpracování návrhu řešení předložených problémů, formulace závěru diskuse a zhodnocení praktického významu řešení.

Metoda rozboru situace spočívá v prostudování a analyzování problémové situace. Výsledky se diskutují ve skupině s učitelem a usiluje se o jednoznačný skupinový závěr, jak uvádí JECHOUT (1981).

Metoda konfliktní situace podle OURODY (2000) řeší dějově jednodušší spor. Cílem je studenty naučit správně reagovat a rozhodovat se v konfliktních situacích. Diskuse nemusí vést k jednoznačným závěrům, učitel většinou hledá nejvhodnější množinu řešení, ke které se přiklání většina diskutujících.

Poslední z uváděných situačních metod je metoda incidentu. Učitel sdělí studentům stručnou zprávu a vyzve je, aby pomocí dotazů na konkrétní osoby v dané situaci získali potřebné informace pro hlubší analýzu, stanovení příčin a návrh potřebných opatření. Výsledky se diskutují ve skupině s učitelem.

Inscenační metody spočívají ve hraní úloh samotnými studenty. Jde především o pokus ztvárnit reálnou situaci a poskytnout studentům emotivní zážitek, jak uvádí JANKOVCOVÁ (1988). JECHOUT (1981) dodává, že inscenační metody jsou založeny na faktu, kdy se studenti přímou zkušeností naučí mnohem více, než pouze jako vnější pozorovatelé.

Podle OURODY (2000) musí být u inscenační metody splněny tyto požadavky:

- scénář odpovídá realitě života a řeší problémové situace
- studenti jsou vhodně motivovaní pro hraní úlohy v inscenaci

- každý student musí mít jistotu, že jeho herecký výkon bude kolegy přijatý tolerantně.

OURODA (2000) doporučuje zařazení inscenace do výuky ve fázi završení tématické oblasti výuky a jsou vhodné při výchově manažerů, řešení problémů z oblasti řízení, personalistiky a sociálních jevů. Inscenační metody se dělí na strukturní, nestrukturní a mnohostranné.

Při hraní strukturní inscenace všichni účastníci dostanou popis výchozí situace a navíc popis své role nebo úkolu, jak uvádí JECHOUT (1981). Ostatní tvoří publikum, které na závěr analyzuje a kriticky hodnotí chování svých kolegů.

Při realizaci nestrukturní inscenace všichni dostanou popis výchozí situace, avšak aktéři musí improvizovat, scénář není připravený. OURODA (2000) doporučuje použití tohoto typu inscenace u studentů, kteří již mají zkušenosti se strukturními inscenacemi. Inscenace trvají obvykle krátkou dobu (4-5 minu).

Posledním typem jsou mnohostranné inscenace, kde všichni studenti hrají inscenaci v menších skupinkách a dostanou popisy svých rolí s výchozí situace. Závěry se opět diskutují v plénu.

Poslední z vybraných aktivizačních metod tvoří skupina *problémového vyučování*. Student řeší obtížné situace a úkoly intenzivním myšlením a tvořivou činností, jak uvádí MAŇÁK (1980). Problémová výuka také tvoří základ vědeckého zkoumání skutečnosti a uplatňují se v ní smyslové, teoretické, ale rovněž poznávání praktické.

Podle OURODY (2000) výhoda problémového vyučování spočívá v možnosti použití ve všech fázích vyučovací hodiny (výklad, opakování, procvičování), kromě zapamatování. JANKOVCOVÁ (1988) uvádí, že pro problémovou výuku je vhodné libovolné učivo, které se musí metodicky upravit, zjednodušit a vytvořit tak model reálné situace. Studenti se učí řešit problémové úlohy za předpokladu, kdy i v reálné situaci nemáme k dispozici všechny údaje pro optimální řešení problému. Studenti si podle OURODY (2000) musí ujasnit, které údaje jsou dané a co k vyřešení chybí, jak lze hledané údaje zjistit, jejich využití při řešení problému a volba interpretace výsledků řešeného problému.

Mezi problémové úlohy se například řadí „black box“, kde v zadání je jádro vynecháno a student má zjistit co způsobilo změnu vstupů na výstupy. Při konfrontaci učitel vytvoří dvě teoretická tvrzení a studenti zjišťují správnost teorií a snaží se je dokázat. V případě, že studenti mají zdůvodnit rozpor mezi zákonem a běžným jevem z praxe nebo tvrzením, mluvíme o paradoxech. Naopak v úlohách samostatně sestavovaných sami studenti formulují problém. Úlohy na předvídaní učí provádět myšlenkovou analýzu experimentu a přemýšlet, k čemu by mohlo v daných podmínkách dojít, jak uvádí OURODA (2000).

Omezení aktivizačních metod spatřuje JANKOVCOVÁ (1988) v povaze učiva, kdy faktografické údaje, popisy, definice, názvosloví lze vyučovat pouze tradičními metodami vyučování. Další omezujícím faktorem je časová náročnost těchto metod.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Hlavní příčinou malého využívání aktivizačních metoda na vysoké škole je nízká metodická znalost těchto metod a dále pak obliba zaběhnutých, i z hlediska přípravy méně náročných, tradičních forem výuky (výklad, vysvětlování, přednes, popis...).

Velké uplatnění všech typů aktivizačního vyučování může být jistě během seminářů na vysoké škole, především v oblasti managementu, ale také marketingu, podnikové ekonomiky, obchodu a samozřejmě psychologie.

Odborná literatura zabývající se metodikou a aplikací aktivizačních metod je většinou zastaralá (viz. Literatura) a neodpovídá možnostem a potřebám dnešní výuky, což byl jeden z důvodů návrhu a případné realizace projektu vzdělávání učitelů na střední škole. Autor tohoto příspěvku již uskutečnil pilotní přednášku pro učitele na Obchodní Akademii Kotlářská v Brně. Kantoři měli o problematiku zájem a proběhla tak cenná výměna zkušeností a názorů.

Avšak také vyučující, především doktorandi na vysoké škole by měli být s těmito metodami seznámeni. Základem by proto měla být do budoucna větší pedagogická erudice studentů doktorského studijního programu, k čemuž lze například také využít kurzu pedagogického minima.

Praktická aplikace aktivizačních metod proběhla v zimním semestru v předmětu Personalistika, vyučovaného Ústavem managementu Provozně ekonomické fakultě Mendlovy zemědělské a lesnické univerzity v Brně. Tento předmět byl volitelný na bakalářském stupni studia a absolvovalo jej 128 studentů.

Již na prvním úvodním semináři si studenti zahráli hru, ve které se učili argumentovat. Další semináře vždy oživily cíleně zaměřené diskuse a vlastní vymyšlené inscenace typu přijímací pohovor do firmy, Assessment centrum.

Z pohledu vyučujícího byli vysokoškolští studenti (převážně z třetího ročníku) na jednotlivých cvičeních většinou pasivní a na nové formy výuky pohlíželi s nedůvěrou. Nebyli zvyklí pracovat těmito novými formami a více se tak zapojovat do výuky.

Efekty a hodnocení předmětu proběhlo formou elektronické evaluace předmětu na informačním systému fakulty. Tato zpětná vazba byla velice slabá, neboť na anketu odpovědělo pouze 35 studentů, což nelze brát jako směrodatný vzorek.

Aktivizační metody výuky samozřejmě nelze použít univerzálně ve všech předmětech. Vhodnost použití aktivizačních metod se osvědčila především ve výuce předmětů Ústavu managementu na PEF, MZLU v Brně. Výborné zkušenosti má se svojí simulační hrou v oblasti Strategického managementu Doc. Ing. Pavel Žufan, Ph. D., jak popisuje ve svém příspěvku ŽUFAN (2004).

Největším nedostatkem aktivizačních metod je časová náročnost přípravy a samotné realizace. Dále pak pracná příprava. Učitel v praxi také může narazit na neochotu spolupráce ze strany studentů a nepochopení prospěšnosti a cíle aktivizačních metod výuky. Navíc při tvorbě některé formy aktivizační výuky je nutná odbornost autora a pedagogická (didaktická) zručnost, což mnohdy doktorandům chybí.

Odborná literatura opomíjí, nebo se vůbec nezabývá možností využití moderních didaktických pomůcek (počítačů, dataprojektorů, webových stránek, internetu...) v samotné výuce, což je jistě škoda.

ZÁVĚR

Aktivizační metody výuky přispívají k vyšší efektivnosti vzdělávání. Studenti tak novými metodami získávají ucelené vědomosti, dovednosti a návyky. Další předností těchto metod je také větší zpětná vazba pro vyučujícího. Aktivizačních metod jako moderní forem výuky by mělo být využíváno především během seminářů na vysoké škole. Samozřejmě tyto aktivizační formy nemohou nikdy zcela nahradit klasické monologické metody. Nejlepší řešení spočívá ve vyvážené kombinaci všech metod.

Aktivní dialog mezi účastníky vzdělávacího procesu tak přispěje k větší vzdělanosti a vyšší konkurenční výhodě absolventů na trhu práce. Budoucnost aktivizačních metod výuky lze také spatřovat v nástupu a využití e-learningu jako další nové formy vzdělávání.

LITERATURA

1. JANKOVCOVÁ, M. *Aktivizující metody v pedagogické praxi středních škol*. 1.vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1988. 152s. ISBN 80-04-23209-4.
2. JECHOUT, M. *Metody problémové výuky* Praha: Institut pro výchovu vedoucích pracovníků ministerstva průmyslu ČR, 1981. 113s.
3. MAŇÁK, J. *Psychologické a pedagogické aspekty problémového vyučování se zvláštním zřetelem k vzdělávání dospělých*. Brno: Chepos, 1979. 27s.
4. OURODA, S. *Oborová didaktika*. 1.vyd. Brno: MZLU, 2000. 118s. ISBN 80-7157-477-5.
5. ŠUBRTOVÁ, Z. *Diskusní metody ve výuce dospělých*. 4.vyd. Praha: Dům techniky ČVTS, 1975. 68s. 60-590-75.
6. ŽUFAN, P. *Analýza odvětví v praxi a ve výuce*. In *Sborník vědeckých prací z mezinárodní vědecké konference – Odvětvové strategie a politiky*. Brno: MZLU v Brně, 2004, s. 145-151. ISBN 80-7157-835-5.

KONTAKT

Ústav managementu, PEF, MZLU v Brně

Zemědělská 1, 613 00 Brno, ČR

E-mail: xkotrba@node.mendelu.cz

Future perspectives for local government finance in Hungary by issuing municipal bonds

Gábor Kovács

1. INTRODUCTION

The transition to a market economy in Hungary began at the end of the 1980s. The process targeted first and foremost the financial infrastructure and its institutions (tax reform and bank reform) and the rapid transformation of ownership relations (privatisation). The municipal sector has been operating under new circumstances with respect to both legal and economic regulations since 1990-91. Although the most important steps of the transition have already been completed, *the evolution of the municipalities cannot be regarded as fully accomplished*. The conditions related to staffing, experience and material resources required for a well-founded local management are still missing in many places. The aim of this study is to present briefly the most important features of the Hungarian municipal sector, first of all focusing on its economical activity and magnitude. Although more and more share of public service provision is transferred to local level, the municipalities are less and less able to cover the cost of the given services. Therefore the present study try to analyse how further efficient and adequate financing techniques and forms can be applied as an answer to the *increasing demand of municipalities for credit* by taking into account the alternatives available on the capital markets of Hungary.

2. GENERAL CHARACTERISTICS OF THE HUNGARIAN MUNICIPAL SECTOR

With the transition to a market economy, municipalities have replaced the former council system in the co-ordination and the operational control of local communities. The Hungarian municipal system reached its present form after 1990 as a result of the political transformation.

The number of localities with independent administration doubled relative to the former councils, whereby, even in a European comparison, a *fragmented structure burdened with internal disproportions* has evolved. This distortion is best characterised by the fact that 7,7 per cent of the entire Hungarian population live in local authorities with less than 1000 inhabitants.

Table 1: Number of municipalities by type of authority

Counties + Capital City Budapest	20
County capitals and towns with county rights	22
Other towns	233
Large villages	185
Small villages	2889
Total	3349

Source: KSH/2004

Another important feature of the transition to the municipal system was the substantial reduction in the role of, and financial funds available to, the country centre (today: country assembly). As the legal framework, it should be mentioned that a single-tier system, *highly liberal* by international comparison, was implemented. This means that *every type of settlements, that is every local authority has identical rights*.

3. THE MUNICIPAL SECTOR WITHIN THE NATIONAL ECONOMY

During the process of the transition to a market economy and with the increasing difficulties of the central budget, a greater share of public service provision has been transferred to the local level. The Act on Local Authorities assigns responsibility for providing public services in an *extraordinary large range*, even by international comparison.

As a general rule, the state is under the obligation to subsidise the provision of mandatory services. The *normative subsidies* allocated from the central budget essentially serve this purpose. In practice, however, these are less and less able to cover the cost of the given services. In the early 1990th the occasional deficit of budget of municipalities was still financed by selling marketable real property of local authorities.

Table 2: Financial position of municipalities in Hungary 2001-2004 (billion HUF)

	Dec. 2001	Dec. 2002	Dec. 2003	Dec. 2004
<i>Credit from other monetary institutions</i>	73	116.9	146.2	182.9
<i>Credit from Public Government</i>	52	81.4	65.4	67.1
<i>Foreign Debt</i>	28	46.9	62.4	84
<i>Net Financial Assets</i>	834.8	693	642.1	646.8

Source: Hungarian National Bank

Partly owing to the insufficiency of funds for operation (the real value of normative subsidies declined drastically) and partly because of development policies more ambitious than what had been seen during the first period, the borrowing activity of municipalities began to pick up. Greater borrowing activity (together with rise in bond issues) was already registered in 1993. Increasing share of foreign debt in the financing structure of municipalities is connected to the accession to European Union.

4. MUNICIPALITIES AS THE SPECIAL CLIENTS OF CAPITAL MARKETS AND FINANCIAL INSTITUTIONS

Municipalities, irrespective of the concrete arrangements, can, in principle, take out loans for two purposes: to cover the current deficit of the given year and for investment purposes. When the borrowing (characteristically for short term) serves the purpose of an advance on revenue not yet collected, it can be regarded as a borderline case. Such an advance on revenue can serve the purposes of operation but also of investment. An example of the first can be the periodical realisation of local taxes or rents. The latter can arise if, under the regulations in force, targeted subsidy is disbursed relatively late or if the money won though applying from an extra budgetary fund is late.

The *Act on Local Authorities* allows the free borrowing of municipalities - without the permission of Central Government - however the following legal restrictions are formulated:

- Municipalities are not permitted to meet their debt service obligations from Personal Income Tax Revenues, Normative State Contribution, Central Subsidies or by selling Core Assets.
- Total debt (bank loans, municipal bonds, lease) can not exceed the Corrected Current Own Revenues (= 70 per cent of the positive difference between current own revenue and short term liabilities)

The creditworthiness of municipalities, the magnitude of the lending risk is a question disputed a great deal. Apart from a few exceptional cases there is no state guarantee on municipal borrowing. Nevertheless, especially the larger municipalities are able to offer adequate coverage to back up their loans.

By the turn of 1994-95 the Hungarian municipal sector has began to go into debt, therefore a careful regulation of the money and capital markets relations of the municipalities and the procedural order to be followed in case of insolvency was inevitable. In 1996 a bankruptcy law for municipalities had been prepared (*Act No. 25/1996*) and come into force.

5. GENERAL FEATURES OF FINANCING MUNICIPALITIES BY ISSUING BONDS

Municipal bonds can be issued first of all from investment purposes. Advocates of bond issues point to

- lower prices, low interest rates because of marketability
- more favourable bargaining position of the municipality
- higher degree of freedom in using the funds

- maturity which turn out to be better than in case of bank loans.

The advocates of this approach, however, do not reckon with the fact, that the auditing and other costs (procedural fee for supervision, trading cost, the fee for taking it to the stock exchange) make this instrument a great deal more expansive. Money is all available at the same time, there is no way or possibility for scheduling it.

Table 3: Some important features of municipal bonds

	<i>Money is available</i>	<i>Duration</i>	<i>Advantages</i>	<i>Disadvantages</i>
<i>Domestic Bond issue, public placement</i>	Immediately	Max. 5 years	No marge in interest rates	Auditing is expensive
<i>Domestic Bond issue, private placement</i>	Immediately	Max. 5 years	More flexible conditions	Auditing is expensive
<i>International Bond issue</i>	Immediately	Max. 10 years, usually 5-7 years	Larger amount of sources can obtained	Currency rate risk

Source: András Vígvári (2001), p.251

The greater part of today's Hungarian municipal bond issues are private, where the most important buyers are banks. Hence, these can essentially regarded as bank loans in disguise.

Table 4: Municipal bond issues in Hungary (million HUF)

	Stock, at the end of month	New net issues
January, 2004	2016	0
February, 2004	2016	0
March, 2004	2016	0
April, 2004	2016	0
May, 2004	2016	0
June, 2004	2016	0
July, 2004	2016	0
August, 2004	2016	0
September, 2004	2016	0
October, 2004	2016	0
November, 2004	3200	1184
December, 2004	3200	0
January, 2005	3200	0

Source: PSZÁF

6. CONCLUSION: IDEAS FOR FURTHER ANALYSIS

Bond issues –as possible answer to the increasing demand of municipalities for credit- seems to be favourable instruments for financing. The most important advantage of this financial asset is to gain local sources even from local household as well.

Concerning costs, for municipalities more favourable conditions could be achieved if municipalities join forces. The marketability of the bonds can be enhanced if, in addition to the yield, they also guarantee the realisation of some kind of objective.

In order to evaluate the special risk of local borrowing a further analysis is required, focusing on the creditworthiness of municipalities.

REFERENCES

1. Péteri Gábor (szerk.) (1995): *Önkormányzati gazdálkodás. (Public Government Economy)* M. Lados (1998) *Future Perspectives for Local Government Finance in Hungary*. Pécs. Discussion Papers No. 25

2. Közigazgatás-fejlesztési füzetek 5. (2001): *A helyi önkormányzatok pénzügyi rendszere. (Financial system of Local Governments)* (Miniszterelnöki Hivatal Közigazgatás- és Területpolitikai Államtitkárság, The World Bank)
3. András Vígvári (1995) *Municipalities in Hungary*. Budapest. Budapest Bank Working Papers No. 13
4. András Vígvári (2002) *Közpénzügyek, önkormányzati pénzügyek. (Public Finances, Local Government Finances)*. Budapest. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft
5. András Vígvári (1997) *Az önkormányzati szektor pénzügyi helyzete, finanszírozása (Financing and financial position of Municipal Sector)*. Bankszemle 5-6. sz. 74-92 p.
6. Helyi önkormányzati know-how program.
7. [A Magyar Köztársaság helységnévkönyve, 2004 – Központi Statisztikai Hivatal elemei\head1_1.htm](#)
8. www.asz/Dokumentumtar/Ellenorzések31.doc
9. www.mnb.hu/idosorok/allamhaztartas2004.pdf
10. www.bm/önkormányzatok/Jogszabályok/gazd.doc

Value at risk

Ing. Urban Kováč, Ing. Jaroslav Mackových - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

Value-at-Risk (VaR) is a powerful tool for assessing market risk, but it also poses a challenge. Its power is its generality. Unlike market risk metrics such as the Greeks, duration and convexity, or beta, which are applicable to only certain asset categories or certain sources of market risk, VaR is general. It is based on the probability distribution for a portfolio's market value. All liquid assets have uncertain market values, which can be characterized with probability distributions. All sources of market risk contribute to those probability distributions. Being applicable to all liquid assets and encompassing, at least in theory, all sources of market risk, VaR is an all-encompassing measure of market risk. As with its power, the challenge of VaR also stems from its generality. In order to measure market risk in a portfolio using VaR, some means must be found for determining the probability distribution of that portfolio's market value. Obviously, the more complex a portfolio is - the more asset categories and sources of market risk it is exposed to - the more challenging that task becomes.

Každé ráno si Lesley Daniels Webster, riaditeľ odboru trhového rizika v Chase Manhattan Bank, nechal posielat' asi 30 stranový dokument, ktorý sumarizoval hodnotu rizika celej banky. Tento dokument bol vygenerovaný počítačmi počas noci a kvantifikoval komplexné riziko obchodných pozícií banky na finančných trhoch. Dnes podobným spôsobom merajú riziko skoro všetky finančné inštitúcie. V predchádzajúcich rokoch boli trhové riziká posudzované pomocou mnohých metód, ktoré boli odlišné pre rôzne typy trhových rizík. Tieto metódy síce boli mierami rizika, teda priradovali každému riziku určité číslo, ale boli vzájomne neporovnateľné. K takýmto metódam patrí napríklad meranie kurzového rizika prostredníctvom veľkosti otvorených pozícií, meranie úrokového rizika pomocou durácie a meranie rizikových parametrov opcií prostredníctvom gréckych písmen delta, gama, lambda atď. Týmito metódami môžeme zistiť, či je portfólio dlhopisov úrokovovo rizikovejšie ako iné, ale nedokážeme rozhodnúť o tom, či je portfólio rizikovejšie ako určitá otvorená pozícia v nejakej mene. Tieto metódy tiež nehovoria nič o možnej strate, ktorú môžeme utrpieť na ďalší deň za súčasných podmienok.

Preto sa hľadali prístupy, ktoré dokážu porovnávať rôzne typy rizík a dokážu tiež riziko kvantifikovať formou vyčíslenia budúcej straty, ktorá je spojená s pravdepodobnou zmenou trhových podmienok. Hovorí sa, že duchovným otcom myšlienky value at risk je bývalý prezident JP Morgan pán Dennis Weatherstone. Tieto metódy boli vyvíjané už skôr, ale tento muž ako prvý jasne formuloval ich ciele. Jeho požiadavkou bolo, aby každý deň o 16.15 dostával na stôl správu, ktorá by obsahovala len jedno číslo a to maximálnu pravdepodobnú stratu, ktorú môže JP Morgan utŕžiť vo všetkých pobočkách na celom svete pri normálnom vývoji trhu. Tejto správe sa hovorí aj „4:15 report“. Tieto metódy súhrnne voláme **value at risk** a označujeme ako **VaR** (ďalej len „VaR“). VaR sa neorientuje na riziko jednotlivých inštrumentov, ale dovoľuje globálny pohľad. Riziko jednotlivých inštrumentov je stanovené len v kontexte s jeho použitím a nemá zmysel hovoriť o riziku jednotlivých inštrumentov. Napríklad deriváty sa všeobecne považujú za rizikový nástroj, ale táto metóda hovorí, že deriváty sami o sebe nie sú rizikové, ale riziko vzniká až pri ich použití v určitej súvislosti. Ak sú používané pre zaistovanie znižujú mieru rizika, ak sa používajú na špekulácie potom ho naopak zvyšujú. VaR využíva veľa štatistických informácií, ktoré sú ukryté v časových radoch cien jednotlivých inštrumentov. Sleduje a berie do úvahy interakcie medzi jednotlivými inštrumentami a tým aj efekt diverzifikácie. Treba si uvedomiť, že riziko portfólia nieje súčtom rizík jednotlivých inštrumentov obsiahnutých v portfóliu. Princíp tejto metódy je v tom, že vývoj ceny určitého aktíva považujeme za náhodnú premennú s daným pravdepodobnostným rozdelením. Mieru rizika môžeme

vyjadriť parametrami tohto rozdelenia. Predpokladajme, že sa parametre s časom nemenia a už vieme, že ide o stacionárny stochastický proces. Ďalej predpokladajme, že aktíva obsiahnuté v určitom portfóliu majú svoje rozdelenie pravdepodobnosti a navyiac vývoj cien aktíva je v korelácii s vývojom ceny ďalšieho aktíva. Cenový vývoj portfólia je opísaný štatisticky pomocou náhodného vektora, ktorého dimenzia je rovná počtu zložiek portfólia. Táto úvaha obsahuje rad predpokladov, ktoré nemusia byť splnené. Sprvu by sa malo testovať, či rozdelenie vektora pravdepodobnosti je normálne. Samozrejme, že toto rozdelenie nebude presne normálne, ale finanční analytici často uvádzajú, že rozdelenie vývoja ceny je tzv. leptokurtosiské. Jedná sa o rozdelenie, ktoré má tlstšie konce a vyšší stred oproti normálnemu rozdeleniu. To znamená, že pravdepodobnosť veľmi veľkých zmien je väčšia ako u normálneho rozdelenia, ako aj pravdepodobnosť veľmi malých zmien ktorá je tiež väčšia. Pravdepodobnosť stredne veľkých zmien je naopak nižšia ako u normálneho rozdelenia.

Ťažko je analyticky vyjadriť takéto rozdelenie, preto sa akceptuje fakt, že výnosy sú rozdelené normálne. Druhý predpoklad stacionarity časového radu je diskutabilnejší a kritickejší. V reálnom svete tento predpoklad skoro nikdy nie je splnený. Na trhu môžeme pozorovať striedanie období s vysokou a nízkou volatilitou. Tu narážame na prvé obmedzenie metódy VaR, že popisuje pokojný stav trhu a nepredpokladá zmenu volatility za sledované obdobie. Tento problém vyriešime tak, že predpokladáme nestacionárny rad a použijeme metódy, ktoré opisujú periódy s vysokými volatilitami. Používajú sa modely GARCH, ktoré pracujú s premenlivou volatilitou, teda nie sú založené na homoskedasticite, ale naopak heteroskedasticite výnosov. Vo VaR metóde sa tieto modely často nevyužívajú, ale predpokladá sa pokojný stav trhu za sledované obdobie a veľké zmeny sú posudzované osobitne na základe stresových analýz. Metóda VaR obsahuje ďalšiu myšlienku a to vyjadrenie hodnoty inštrumentov pomocou spomínaných rizikových faktorov, ktoré sú základnými cenami na finančných trhoch. Ak chceme vypočítať VaR je nutné vyjadriť volatilitu portfólia na základe volatilit rizikových faktorov. Závislosť hodnoty portfólia na rizikových faktoroch je nelineárna, preto sa pre výpočet používa linearizácia závislosti týchto hodnôt pomocou Taylorovho rozvoja.

Metódu VaR môžeme definovať nasledovne. **VaR vyjadruje veľkosť straty, ktorú by príslušné portfólio s vopred stanovenou pravdepodobnosťou nemalo za určité časové obdobie prekročiť.** Ak napríklad VaR portfólia banky je 1 milión korún s pravdepodobnosťou 95 % a horizontom jeden deň, môžeme očakávať že v 95 prípadoch zo sto nasledujúcich dní jeho strata nepresiahne 1 milión. A táto strata je zapríčinená nepriaznivým vývojom trhu. Ak chceme získať kompletný obraz rizika, potrebujeme použiť prídavný štatistický aparát, ktorý využívame v metódach historickej simulácie, Monte Carlo simulácie a v parametrických riešeniach. Z matematického hľadiska nás bude zaujímať rozdelenie P&L portfólia (ziskov a strát portfólia), z ktorého budeme odhadovať potenciálnu stratu portfólia. VaR môžeme definovať na rôzne časové obdobie napr. 1 deň, 1 mesiac alebo 1 rok. Hladina významnosti alebo interval spoľahlivosti sú známe zo štatistickej teórie.

Predpokladajme, že odhadujeme VaR akciového portfólia, ktoré má hodnotu 100 miliónov USD, časový horizont 10 dní a 99 %-ný interval spoľahlivosti. Nato, aby sme určili výšku VaR musíme vypočítať nasledujúce údaje. Po prvé potrebujeme preceniť portfólio vzhľadom na súčasný stav trhu. Predpokladajme, že hodnota portfólia je 100 mil USD. Po druhé odhadneme volatilitu rizikových faktorov, pomocou ktorých urobíme odhad volatility celého portfólia napríklad 15% ročne. Po tretie stanovíme časový horizont, počas ktorého budeme držať portfólio alebo za aké obdobie chceme vypočítať hodnotu VaR, napríklad 10 dní. Po štvrté predpokladáme, že zisky a straty z portfólia sú rozdelené normálne. Potom pri predpoklade 99 %-ného intervalu spoľahlivosti, tabelovaná hodnota z tabuliek štandardného normálneho rozdelenia pre túto pravdepodobnosť je 2.33. Na základe týchto informácií vypočítame VaR nasledujúcim spôsobom:

$$VaR = 100.0,15 \cdot \sqrt{\frac{10}{252}} \cdot 2,33 = 6.96 \text{ miliónov USD}$$

To znamená, že pri normálnych trhových podmienkach iba v jednom prípade zo sto by mohla byť strata portfólia vyššia ako 6,96 miliónov USD. Podobne uvedieme ako počítame VaR portfólia.

$$\text{Portfólio VaR} = \alpha \cdot \sigma_p \cdot W = \alpha \cdot \sqrt{\mathbf{X}\Sigma\mathbf{X}^T} \cdot W$$

kde:

α – je hodnota funkcie inverzného štandardného normálneho rozdelenia pri danej hladine významnosti

\mathbf{X} – je matica váh jednotlivých zložiek portfólia

\mathbf{X}^T – je transponovaný vektor matice váh

W – je aktuálna hodnota portfólia

σ_p – je riziko portfólia

Σ – je kovariančná matica

V maticovom zápise to môžeme zapísať nasledujúcim spôsobom:

$$VaR_p = \sqrt{VCV^T}$$

kde:

V – je riadkový vektor VaR jednotlivých zložiek portfólia

C – je korelačná matica medzi jednotlivými zložkami portfólia

V^T – je transponovaný vektor V

Teória rizika ponúka tieto ďalšie druhy metódy VaR: zložkovú VaR, marginálnu VaR a prírastkovú VaR. **Hraničná metóda VaR (marginal VaR)** meria efekt zmeny v pozícii na riziko portfólia. Ukazuje, ktorý rizikový faktor je najväčším prispievateľom rizika portfólia. Meria ako by sa zmenila hodnota rizika portfólia, ak by sme z portfólia úplne eliminovali istý rizikový faktor. Hraničná VaR pre konkrétny inštrument v portfóliu sa vypočíta ako rozdiel VaR celého portfólia mínus VaR portfólia po eliminácii tohto inštrumentu. Hraničná VaR bude závisieť na korelácii jednej časti portfólia so zvyškom portfólia. Môžeme ju merať pomocou parciálnej derivácie podľa príslušného váhového koeficienta patriaceho k danému inštrumentu. Ak sa zmení zastúpenie j-tého inštrumentu v portfóliu o jednotku, potom sa zmení aj celkové riziko portfólia a zmení sa VaR portfólia. Celkovú zmenu ΔVaR_j závislú na zmene zastúpenia j-tého komponentu v portfóliu vypočítame ako:

$$\Delta VaR_j = \frac{\partial VaR_p}{\partial x_j} \cdot \frac{1}{W}$$

kde:

ΔVaR_j – je hraničná VaR závislá na zmene v zastúpení j-teho inštrumentu v portfóliu

x_j – je váha j-teho inštrumentu v portfóliu

W – celková hodnota portfólia

môžeme odvodiť nasledujúce vzťahy:

$$\Delta VaR_j = \alpha \cdot \frac{\partial \sigma_p}{\partial x_j} = \alpha \cdot \frac{\text{cov}(r_p, r_j)}{\sigma_p}$$

$$\frac{\partial \sigma_p^2}{\partial x_j} = 2x_j \cdot \sigma_j^2 + 2 \cdot \sum_{i=1, i \neq j}^N x_i \cdot \sigma_{ij} = 2 \cdot \text{cov}(r_p, r_j)$$

Využijeme:

$$\frac{\partial \sigma_p^2}{\partial x_j} = \sigma_p \cdot \frac{\partial \sigma_p}{\partial x_j}$$

a potom dostaneme:

$$\frac{\partial \sigma_p}{\partial x_j} = \frac{\text{cov}(r_p, r_j)}{\sigma_p}$$

kde:

r_i a r_j – je výnos i-tého a j-tého inštrumentu v portfóliu

σ_p – je riziko portfólia vyjadrené pomocou štandardnej odchýlky portfólia

Hraničná VaR má blízko k beta koeficientu, o ktorom budeme hovoriť v časti venovanej modelu CAPM. Ak beta koeficient zadefinujeme dole uvedeným spôsobom, môžeme pre hraničnú VaR a beta koeficient definovať vzťahy:

$$\beta_j = \frac{\text{cov}(r_p, r_j)}{\sigma_p^2}$$

$$\Delta VaR_j = \frac{VaR_p}{W} \cdot \beta_j$$

Hraničná VaR môže byť použitá v rôznych oblastiach risk manažmentu. Predpokladajme, že investor má záujem znižovať riziko portfólia alebo VaR portfólia o fixnú sumu. Jednou z možností, že pre každý inštrument v portfóliu vypočíta hraničnú VaR a zoradí ich podľa veľkosti. Potom vyberie inštrumenty s najvyššou hraničnou VaR a tak zníži celkovú VaR portfólia.

Prírastková metóda VaR (incremental VaR) sa používa na ohodnotenie celkového dopadu navrhovaného obchodu na portfólio. Je to vyjadrenie zmeny VaR portfólia spôsobenej novou pozíciou v portfóliu. Prírastková VaR môže mať dvojaký následok a to, že sa VaR portfólia zníži alebo zvýši. Nevýhodou tohto prístupu je, že požaduje úplné precenie portfólia k trhovým cenám vždy, keď sa počíta nová prírastková VaR zapríčinená vznikom novej pozície. Je nereálne, aby po každom novom obchode klienta inštitúcia, ktorá má vo svojich obchodných knihách 100 000 pozícií vždy počítala novú prírastkovú VaR. Preto je našou snahou tento výpočet zjednodušiť. Predpokladajme, že vektor a je súhrn nových pozícií a približne pre VaR rozšírenú o novú pozíciu môžeme písať:

$$VaR_{p+a} = VaR_p + (\Delta VaR)^T \times a + \dots$$

kde ignorujeme ďalšie členy v Taylorovom rozvoji pri odhade novej VaR. $(\Delta VaR)^T$ je transponovaný vektor hraničných VaR pre jednotlivé nové pozície reprezentované vektorom a . Potom môžeme napísať, že prírastková VaR je:

$$\text{Incremental VaR} = (\Delta VaR)^T \times a$$

kde len odhadneme hraničnú VaR a vynásobíme hodnotou nových pozícií. Táto jednoduchá technika dovoľuje v umožňuje zavedenie obchodných limitov pre obchodníkov v bankách v reálnom čase. Zmenené pozície obsahujú nové vystavenie sa riziku pre portfólio z dôvodu vzniku nových rizikových faktorov, ktoré pribudli do portfólia. Pre riziko portfólia môžeme odvodiť nasledujúci vzťah:

$$\sigma_N^2 W_N^2 = \sigma_p^2 W^2 + 2\sigma_{ip} a W + \sigma_i^2 a^2$$

kde σ_N^2 je riziko portfólia vzniknutého novými pozíciami, W_N je hodnota nového portfólia a σ_{ip} je kovariancia medzi novými pozíciami a portfóliom, W je hodnota portfólia bez nových pozícií a a je hodnota nových pozícií. Väčšina portfóliových manažérov si kladie otázku aká by mala byť suma nových pozícií, aby viedla k zníženiu celkového VaR portfólia. Parciálne derivujeme riziko portfólia podľa a :

$$\frac{\partial \sigma_N^2 W_N^2}{\partial a} = 2\sigma_{ip} W + 2\sigma_i^2 a$$

ak daný vzťah položíme rovný nule dostávame:

$$a = -W \frac{\sigma_{ip}}{\sigma_p^2} = -W \beta_i \frac{\sigma_p^2}{\sigma_i^2}$$

Tento vzťah niekedy nazývame ako **najlepšie zaistenie (best hedge)**. Suma pozícií vyjadrená týmto vzťahom napríkladnejšie znižuje hodnotu celkového rizika portfólia.

Zložková metóda VaR (component VaR) je rozklad VaR portfólia na jednotlivé časti pričom zohľadňuje vplyv vzájomného pôsobenia jednotlivých aktív v portfóliu a ich rizikových faktorov

medzi sebou. VaR celkového portfólia nie je možné vypočítať len rozložením portfólia na jednotlivé aktíva a jednoduchým sčítaním VaR jednotlivých týchto komponentov. Tento spôsob je neprípustný z dôvodu neakceptovania vzájomných interakcií jednotlivých zložiek v portfóliu medzi sebou. Zložkovú VaR môžeme vyjadriť:

$$\text{Component VaR} = (\Delta VaR_i) \times x_i W = VaR \beta_i x_i$$

kde x_i je váhové zastúpenie i -tej zložky v portfóliu. Zložková VaR udáva o koľko sa zmení VaR celkového portfólia, ak by sme i -tú zložku z portfólia odstránili. Kvalita tohto vzťahu je závislá na veľkosti portfólia. Ak je portfólio zložené z veľa malých pozícií, potom tento ukazovateľ vykazuje veľmi dobré výsledky. Ak by sme portfólio rozbili na jednotlivé zložky pre celkovú VaR môžeme odvodiť vzťah:

$$CVaR_1 + CVaR_2 + \dots + CVaR_N = VaR \left(\sum_{i=1}^N x_i \beta_i \right) = VaR$$

kde CVaR je zložková VaR. Dá sa ľahko dokázať, že suma beta koeficientov vážená váhami reprezentujúcimi zastúpenie jednotlivých zložiek aktív je rovná jednej. Vychádzame zo vzťahu pre celkové riziko portfólia:

$$\sigma_p^2 = x_1 \text{cov}(r_1, r_p) + x_2 \text{cov}(r_2, r_p) + \dots + x_N \text{cov}(r_N, r_p) = x_1 \beta_1 \sigma_p^2 + x_2 \beta_2 \sigma_p^2 + \dots + x_N \beta_N \sigma_p^2$$

$$\sigma_p^2 = \sigma_p^2 \left(\sum_{i=1}^N x_i \beta_i \right)$$

z čoho vidíme, že suma musí byť rovná jednej, aby platila nasledujúca rovnosť, čím sme daný vzťah dokázali.

LITERATÚRA

1. BEDER, TANYA (1996), VAR: Seductive But Dangerous, Financial Analyst Journal, September-October, pp. 12–24.
2. HULL, JOHN C. Options Futures, and Other Derivatives, Third Edition. Prentice-Hall, 1997.
3. JORION, PHILIPPE, Value at Risk, the New Benchmark for Controlling Market Risk, McGraw-Hill, 1997.
4. <http://pw2.netcom.com/bschacht/varbiblio.html> <http://www.riskmetrics.reuters.com>
5. <http://www.jpmorgan.com/RiskManagement/RiskMetrics/RiskMetrics.html>

KONTAKT

Katedra financií, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave
 Dolnozemska 1/A, 852 35 Bratislava
 E-mail: urban.kovac@post.sk, mackovych@post.sk

Marketing and management

Ing. Stanislav Kovalík - Faculty of commerce UE in Bratislava

ABSTRACT

The aim of the article is to represent a brief overview on outsourcing as tool for building up competitiveness. In broader sense, there is highlighted the role of this modern tool that is used by significant number of companies including the small and medium sized. Defining outsourcing is very important in order to be able to distinguish activities that are not outsourced, although being supplied externally. Use of outsourcing and up-to-date trends give a platform for deeper risks and rewards survey.

KEYWORDS: outsourcing, marketing, competitiveness, added value, processes

OUTSOURCING OF MARKETING WITHIN A COMPANY ACTIVITIES

It is more than obvious that a marketing department is one of the key parts of the well working company trying to be successful. In today's unpredictable economy most companies or at least the smart ones are trying to find new innovative ways to keep the marketing momentum going while facing budget cutbacks and dramatic fluctuations in the market. In this type of economy, smart companies know that they can't stop their marketing activities – especially if they plan on establishing healthy longevity in their business. When marketing is necessary but resources and funds are scarce outsourcing can be the solution.

Outsourcing marketing, advertising, corporate communications, and design is no longer a luxury – it is a necessity. Traditional agencies and corporations' marketing departments are being reduced, so the industry is full of all types of contractors, and small agencies with talented marketing and design experts. These experts can provide a fresh business perspective and innovative marketing approaches to help find and retain customers in both new and existing markets. Each professional has his or her own niches, passions, and experience levels. Selecting the right person for specific needs will take some time and focus upfront. However, once we find the right fit and bring that person or group on board, the positive rewards of outsourcing will become clear.

Many businesses that have cut back on staffing are finding new, even more experienced talents through professional interim firms.

Many full-time marketing and sales positions are now being performed by consultants who are specialists in industry sectors, or are experts in specific areas such as branding, product marketing, public relations and executive marketing management.

There are several advantages to outsourcing specific responsibilities in the marketing and sales department. A primary advantage is that outsourcing provides the exact expertise that a business needs, when it is needed the most. When that need has been met, there are no strings attached.

Another reason to hire a consultant on an interim basis is to develop or implement a specific project. If a company needs a specific task done, business processes put into place or help for a specific period of time, then interim staffing is an ideal solution.

Some of the tasks that are well-suited for outsourcing include:

- new product launches,
- marketing strategy,
- process analysis and reengineering,
- public relations,
- business and marketing planning,
- corporate messaging frameworks,

- research and analysis,
- development of reseller and distributor programs,
- agency management,
- development of training programs,
- branding,
- development and management of a website and e-commerce programs,
- business development,
- sales management and sales process development,
- development of internal communications programs.

There is even more to mention about values and benefits that outsourcing can bring to a company.

So called in-house team may not have developed the skills that are needed. Outsourcing to an experienced team will infuse the organization with new energies and ideas. This can help to introduce fresh and innovative marketing and sales approaches to both customers and business partners.

Sometimes a company can get too close to business and not see marketing strategies, programs, or materials from the audience's perspective. Even though we may know our business inside and out by living and breathing it each day, the perspective is one-sided. To market successfully to our current audience – and capture new markets – we need to step out of our shoes into our audiences' ones. We need to become our customer. Having a group on the "outside" supporting our needs, helps to give us the customers' perspective, not just the company's.

In order to minimize the impact of marketing staff reductions we need to continue with projects, but the resources are limited. By outsourcing, we can find qualified, experienced resources that can come in and support our marketing needs so that the effort, money, and energy we've already invested don't go to waste.

Whether it's planning, copywriting, or design, the right outsource team has experience with a variety of different marketing and communication strategies, techniques, and tools. We can rely on their lessons over the years to find the correct solution for our business challenges.

With the way the economy is today, people change jobs or must face lay-offs often in the middle of projects. When those people leave the company, they will most likely take the project assets with them (in the form of knowledge). When we outsource our marketing relationships, we have one centralized team as our partner, and our knowledge assets remain protected and archived for future use.

Hiring full-time staff can be very costly when we add up wages, insurance coverage, office equipment and supply needs, training costs, etc. Finding an outsourcing partner allows us to bring the flexibility on talented, knowledgeable experts exactly when and where we need them. And we don't have to manage or train the entire team – the 'outsource' firm does that while we focus on the daily needs of running our own business and generating revenue.

After taking all this into account there comes the question:

How to find the outsourcing partner that strategically fits the company's specific needs, objectives, culture and expectations?

I. The first step is to determine what exactly we need. Evaluate our current staff and take note of specific skills and experience in marketing and communications. If there are staff members who possess such skills, let's review their current role in team to determine whether they can take on other responsibilities without overwhelming them or placing them on unfamiliar grounds.

II. The outcome of this step will result in providing a clear understanding of what key marketing and communication roles need to be outsourced and what the qualifications of such an outsource partner will be most needed in the immediate term. Some basic questions to ask potential partners are:

- How long have you been in business?
- What specific experience does your team possess?
- How many active clients are you currently working with?

According to the abovementioned, outsourcing should be viewed as a value as well as a time and budget saver if researched and managed correctly. Undoubtedly, outsourcing is a trend and over

the years it is becoming a standard tool of management. No matter if the company is small or big international corporation it has its place in everyday business.

APPENDIX 1

Outsourcing in Slovakia

Outsourcing is one of the tools used in public sector reform and its positive impact on transition countries in Central and Eastern Europe (CEE) might be limited.

The market supply of effective bids is limited in transition countries and private producers mostly in monopoly industries often focus on making large profits in a short period of time. The solution could be found in an increasing amount of foreign companies doing business in Slovakia.

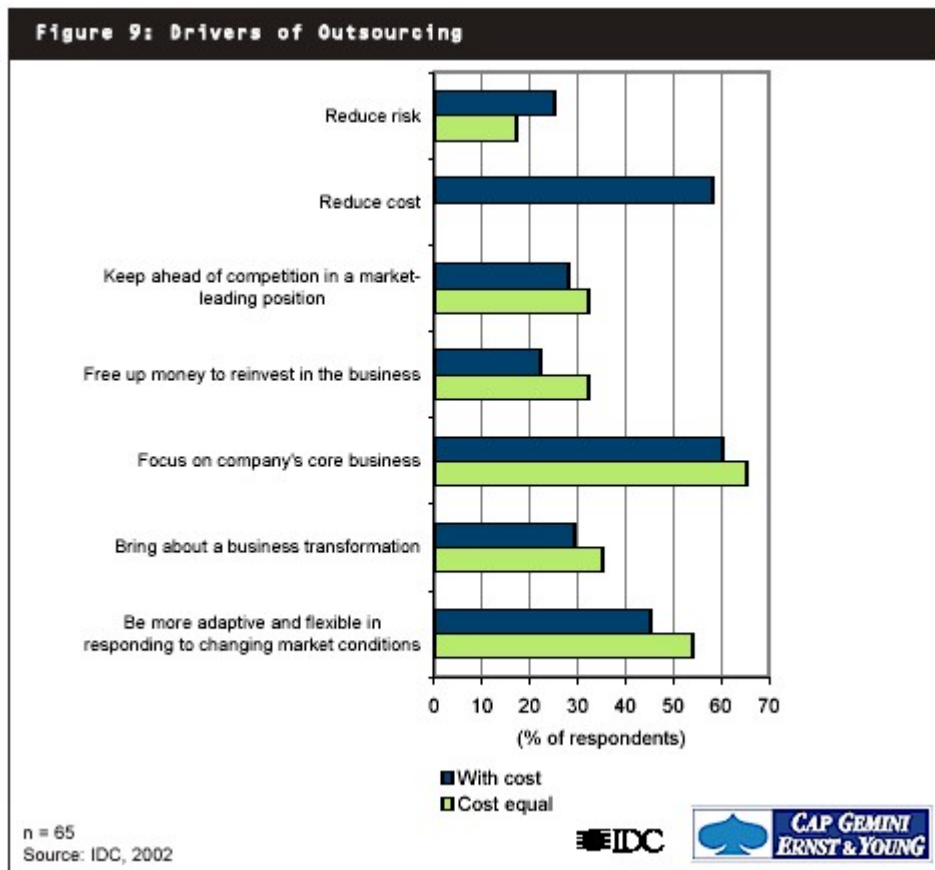
The most important problems of successful outsourcing strategies in public sector are as follows:

- lack of professionalism,
- lack of modern financial management,
- lack of motivation,
- limited role of the media.

The development of outsourcing should be based on high-quality legislation and regulations, which are currently not available in the transition countries. The only legislation related to outsourcing is public procurement law, that defines the procedure for awarding contracts. Other steps involved in outsourcing are not defined in Slovak legislation. Under these circumstances, public sector institutions have to rely on limited individual knowledge and experience. The legal aspect of the business environment is also weak. The average length of litigation of a business-related case in the Slovak courts is almost two years.

APPENDIX II

Most of the companies are driven when outsourcing by following reasons



SOURCES

1. GRIFFITHS, D.: The Theory and Practice of Outsourcing. Kudos Information Ltd England: www.kudos.com, 2004
2. ROLLINS, J.D., JOHNSON, A.: High-Performance Outsourcing: Gaining Control Through Outsourcing – Executive survey results. Accenture: www.accenture.com, 2004
3. LINDER, J., SAWYER, J.: Achieving High Performance Through Business Process Outsourcing: Control: Getting It and Keeping It. Accenture: www.accenture.com, 2003

Moderní formy marketingové komunikace v českých firmách

Ing. Petr Král - Fakulta mezinárodních vztahů VŠE v Praze

1. MODERNÍ FORMY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

Marketingová komunikace je jedním ze základních prvků (4 P) marketingového mixu, který zahrnuje výrobek či službu (product), cenovou politiku (price) a distribuční politiku (place). Český termín marketingová komunikace tak v podstatě odpovídá poslední, čtvrté složce marketingového mixu, pro kterou je používán anglický termín „promotion.“ Ten je také některými autory překládán jako propagace. Vzhledem k nejednotnosti české terminologie bývají tyto dva pojmy používány různými autory v podstatě jako synonyma. Jiní autoři však připouštějí, že pojem „propagace“ je užší, nežli marketingová komunikace, protože ta v sobě zahrnuje i další prvky komunikace, jako osobní komunikaci a nesystematickou komunikaci⁵².

Definice propagace je pak následující: „Propagace v marketingovém pojetí je uvědomělá činnost, která informuje, přesvědčuje a ovlivňuje nákupní chování zákazníka.“⁵³

K nejasnostem při definování tohoto pojmu přispívá i fakt, že i různí zahraniční autoři se neshodují, které prvky komunikačního mixu lze do definice marketingové komunikace zařadit. Například Griffin uvádí: „Marketingová komunikace je definována jako jakákoliv forma komunikace, kromě osobního prodeje, zahrnující zprávu a médium, vytvořená za účelem přímého či nepřímého stimulování nákupního chování.“⁵⁴ Je patrné, že autor nepovažuje osobní prodej za součást marketingové komunikace a navíc omezuje cíl marketingové komunikace pouze na stimulaci nákupního chování.

Naopak Kotler ve svém přehledu definuje marketingovou komunikaci nepřímou takto: „Marketingový komunikační mix se skládá z pěti hlavních nástrojů komunikace: reklama, podpora prodeje, public relations, osobní prodej a přímý marketing.“⁵⁵ Je na první pohled zřejmé, že se jedná o širší pojetí, kdy marketingová komunikace není omezena cílem a zároveň v sobě explicitně zahrnuje i osobní prodej.

Z pohledu této práce je pravděpodobně nejvhodnější definovat marketingovou komunikaci v co nejširším pojetí jako formu oslovování cílových trhů, která stimuluje jejich nákupní chování tak, aby byly naplněny firemní marketingové cíle.

Moderními formami marketingové komunikace pak rozumíme takové formy oslovování cílových trhů, jejichž využití je vázáno na rozvoj moderních informačních technologií. Zároveň můžeme mezi moderní formy marketingové komunikace zařadit i takové metody, kdy jsou používány relativně tradiční technologie, avšak novými způsoby a zpravidla v kombinaci s moderními informačními technologiemi.

Za moderní formy marketingové komunikace, splňující toto vymezení, lze považovat především:

- Internet,
- telefon, mobilní telefon a fax,
- cílené oslovování zákazníků klasickou poštou,
- kombinace výše uvedených forem, např. virtuální kanceláře.

Tento výčet je možno považovat pouze za základní, přičemž v rámci firemní komunikace se zahraničními trhy zpravidla dochází ke kombinaci všech výše uvedených způsobů komunikace tak, aby bylo dosaženo optimální efektivity. Nejvýznamnějším nástrojem je pak především Internet.

⁵² Světlík, Jaroslav: Marketing pro Evropský trh, Grada Publishing, Praha 2003

⁵³ Světlík, Jaroslav: Marketing pro Evropský trh, Grada Publishing, Praha 2003, str. 156

⁵⁴ Griffin, Tom: International Marketing Communications, Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford 1993, str. 3

⁵⁵ Kotler, Philip: Marketing Management, Grada Publishing, Praha 2001, str. 541

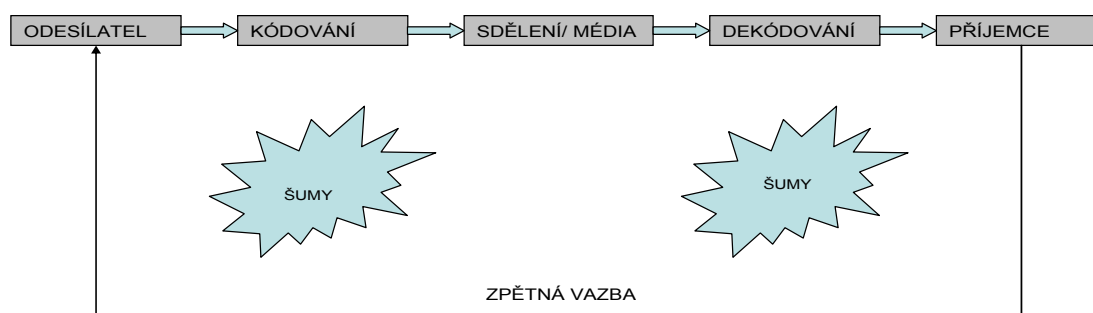
Protiklad moderních forem marketingové komunikace představují tradiční formy marketingové komunikace, mezi které můžeme kromě masových reklamních médií, jako jsou rozhlas, televize, tištěná média a venkovní reklama, zařadit i výstavy a veletrhy a podporu na místě prodeje. Toto vymezení je však pouze teoretické a slouží ke zpřehlednění analyzované problematiky. Společným znakem tradičních forem marketingové komunikace je, že při jejich využívání nejsou zapojovány moderní informační technologie. Jednotlivé rozdíly mezi tradičními a moderními formami marketingové komunikace jsou analyzovány v následujícím textu, čímž dochází i ke zpřesnění výše uvedených vymezení.

1.1 Komunikační proces

Marketingová komunikace, ať už je realizována tradičními nebo moderními metodami, vychází z obecného konceptu komunikačního procesu, který zahrnuje následující prvky:

- odesílatel
- kódování
- sdělení a jeho přenos médiiem
- dekódování
- příjemce
- interference a šumy
- zpětná vazba

Obrázek č. 1: Schéma komunikačního procesu



Zdroj: Kotler, P.: Marketing Management, Praha 2001

Odesílatel, označovaný také jako zdroj či subjekt sdělení vysílá sdělení prostřednictvím komunikačních kanálů, nazývaných také média ke konečnému příjemci. V počáteční fázi komunikačního procesu dochází ke kódování sdělení, jehož účelem je upravit sdělení tak, aby bylo přenositelné prostřednictvím médií, zároveň je jeho úlohou dát sdělení takovou formu, aby příjemce zaujalo a aby nezůstalo nepovšimnuto.

Příjemce provádí dekódování sdělení. Do celého procesu přenosu sdělení však na různých místech vstupují šumy a interference, které ztěžují komunikační proces a způsobují, že sdělení je příjemcem buďto zcela ignorováno, nebo pochopeno jinak, než odesílatel zamýšlel. Jako nejčastější příčiny vzniku šumů bývají označovány: problémy s médiem jako takovým, technické selhání média, komunikační aktivity konkurentů, díky nimž příjemce sdělení neporozumí, nebo jej přehlédne a v neposlední řadě samotné neporozumění sdělení ze strany příjemce, díky nesprávné formulaci sdělení.

Komunikační proces je však třeba chápat jako obousměrný proces, kdy komunikace nekončí přijetím sdělení příjemcem. Příjemce totiž na přijaté sdělení zpravidla reaguje (případnou pasivitou příjemce lze taktéž chápat jako určitou formu sdělení nezájmu). Přichází tak důležitá součást komunikačního procesu, totiž zpětná vazba, neboli reakce příjemce na přijaté sdělení.

Získaná zpětná vazba pak slouží k vyhodnocení účinnosti marketingové komunikace a ve svém důsledku vede ke změnám v prováděných strategiích marketingové komunikace na straně odesílatele.

Problémem však zůstává, jak vyhodnotit poskytnutou zpětnou vazbu a co lze ještě za zpětnou vazbu považovat. Je-li zpětná vazba chápána jako zdroj informací o úspěšnosti zvolené komunikační strategie, pak jsou za zpětnou vazbu nejčastěji považovány následující charakteristiky vyjadřující účinnost komunikační strategie:

- test prodejních výsledků,
- zapamatování,
- sledovanost.

Test prodejních výsledků vychází z faktu, že jedním z nejčastějších cílů prováděné marketingové strategie firem, je zvyšování prodejů. Z vývoje údajů o prodeji v době před a po provedení komunikačních aktivit je pak usuzováno, jak byla zvolená komunikační strategie úspěšná. Vývoj prodeje však nemusí být ovlivněn pouze samotnou marketingovou komunikací, ale je zásadně ovlivňován dalšími, na firemní komunikaci nezávislými, faktory, mezi které patří například zhoršení, či zlepšení hospodářské situace na cílovém trhu, či aktivity konkurentů na cílovém trhu. Objektivní vyhodnocení účinnosti zvolené marketingové komunikace je pak prakticky nemožné.

Z výše uvedeného důvodu byly vyvinuty dvě následující metody vyhodnocování zpětné vazby. **Zapamatování** vyjadřuje, co si dotazovaný zapamatoval o komunikačním sdělení (o vlastnostech výrobku, či o firmě), **sledovanost** pak, kolik příslušníků cílové skupiny vidělo, či slyšelo vyslané sdělení. Měření obou těchto charakteristik však vyžaduje realizaci šetření, které jediné může na uvedené otázky odpovědět. Takový výzkum však zvyšuje náklady na provádění marketingové komunikace a zvyšuje i časovou prodlevu mezi vysláním sdělení a získáním zpětné vazby.

1.2 Zpětná vazba

Zpětná vazba jako součást komunikačního procesu hraje při využití moderních forem marketingové komunikace klíčovou roli. Zatímco v komunikačním procesu prováděném tradičními formami představuje nejslabší místo tohoto procesu, pak u moderních forem komunikace se jedná pravděpodobně o prvek nejdůležitější.

Zpětná vazba je příjemcem poskytována téměř okamžitě poté, co sdělení obdrží. Časová prodleva je minimalizována zejména díky způsobu, kterým jsou informace přenášeny, tj. pomocí moderních informačních technologií. Přitom ani značná geografická vzdálenost mezi odesílatelem a příjemcem sdělení nesnižuje nijak významně rychlost poskytnutí zpětné vazby.

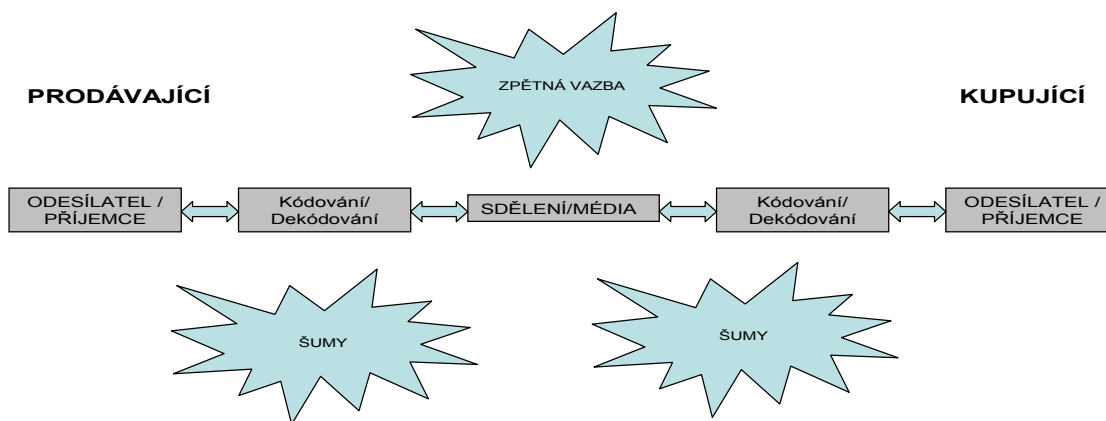
Zpětná vazba u moderních forem marketingové komunikace nabývá celé řady podob, zejména v závislosti na zvoleném komunikačním nástroji. Nejčastěji mívá podobu doplňujících dotazů k přijatému sdělení, uskutečnění nákupu, odmítnutí další komunikace, vyžádání si dodatečných informací k přijatému sdělení atd. Velkou výhodou je, že příjemce komunikace považuje v rámci komunikace za přirozené zpětnou vazbu poskytovat a že rozsah poskytnuté zpětné vazby je zcela závislý na jeho rozhodnutí. K získání takové zpětné vazby není většinou třeba organizovat náročná výzkumná šetření, což přináší jak časové, tak zejména výrazné finanční úspory.

Zpětná vazba je natolik významnou součástí komunikačního procesu moderními nástroji, že tento proces výrazně mění. Celý komunikační proces se jejím vlivem výrazně individualizuje a stírají se i role odesílatele a příjemce sdělení. Příjemce sdělení se v určité fázi komunikačního procesu stává odesílatelem nového sdělení, které se přenáší k původnímu odesílateli stejnými komunikačními kanály, jaké byly použity u prvotního sdělení. Individualizace komunikačního procesu je navíc ještě zdůrazněna možností odesílatele upravit již prvotní sdělení podle předpokládaných potřeb příjemce. Zajímavé je, že například při internetové komunikaci prostřednictvím www stránek vyslané sdělení upravuje podle svých potřeb právě sám příjemce tím, že si vybírá pouze ty části sdělení, které mu pomohou v jeho rozhodování a na jejich základě poskytuje zpětnou vazbu.

Schéma komunikačního procesu prováděného moderními formami zachycuje obrázek č. 2. Ze schématu je patrné, že role odesílatele a příjemce sdělení není v tomto komunikačním procesu pevně stanovena, ale že se v jeho průběhu pružně mění. Kupující (zákazník) se stává v průběhu komunikace střídavě příjemcem i odesílatelem sdělení, stejně jako prodávající. Zpětná vazba není poskytována

mimo samotný komunikační proces, ale je jeho integrální součástí, neboť je poskytována ve většině případů prostřednictvím stejných médií, jako prvotní sdělení. Je proto v tomto schématu zakreslena (stejně jako komunikační šumy) jako faktor, ovlivňující celý komunikační proces a působící všemi směry.

Obrázek č. 2: Schéma komunikačního procesu prováděného moderními metodami



Měření zpětné vazby není v případě komunikace moderními formami takovým problémem jako u tradičních metod. Ve většině případů není nutné ke zjištění zpětné vazby organizovat jakákoliv šetření, protože moderní informační technologie poskytují dostatek informací umožňujících vyhodnocení účinnosti marketingové komunikace. Například v případě internetové komunikace poskytují již nezákladnější statistiky návštěvnosti informace o čase, ve kterém příjemce sdělení přijal, o jeho pohybu v rámci webového serveru (a tedy o informacích, které vyhledával), o čase, který příjemce strávil na webových stránkách (a tedy o pozornosti, jakou sdělení věnoval), o serverech, ze kterých na webové stránky přišel (a tedy o účinnosti komunikace na jiných než vlastních serverech odesílatele sdělení), o zemích, ze kterých přicházejí příjemci komunikace a řadu dalších informací. Tyto informace jsou navíc zpravidla dostupné s minimálním zpožděním a s minimálními nebo žádnými finančními náklady.

1.3 Náklady

Náklady na jeden kontakt jsou poměrně vysoké, zejména díky nutnosti individualizace obsahu sdělení podle potřeb každého příjemce. Počet příjemců může být však díky přesnějšímu zacílení nižší, než u tradičních forem. Narozdíl od tradičních forem marketingové komunikace je tak použití moderních forem spojeno zpravidla s podstatně nižšími náklady. Relativně nízké náklady, spojené s jejich použitím, zvyšují atraktivnost těchto forem zejména pro malé a středně velké české podniky, pro něž je použití tradičních forem marketingové komunikace často finančně nedostupné.

2. VYUŽITÍ MODERNÍCH FOREM MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE NA TRHU EVROPSKÉ UNIE

Pro možnost využití moderních forem marketingové komunikace je klíčovým faktorem rozšíření moderních prostředků komunikace na cílových trzích. Trh Evropské Unie je z tohoto hlediska mimořádně vhodný. Podle posledních odhadů je telefonem nebo mobilním telefonem vybaveno 97 % domácností v EU a naprostá většina firem⁵⁶.

Také z hlediska podílu uživatelů internetu na celkové populaci se Evropská Unie řadí mezi nejvyspělejší oblasti světa. Pro rok 2004 je odhadováno, že internet využívá 44,7 % obyvatel EU. Počet uživatelů internetu v EU navíc roste poměrně vysokým tempem, mezi lety 2000 – 2004 je

⁵⁶ Odhad uveřejněný na www.europa.eu.int

odhadován růst ve výši 119 %. Celkový počet uživatelů internetu je odhadován na více než 204 milionů osob. Za uživatele internetu jsou pro účely těchto statistik považovány osoby, které mají přístup k internetu a tohoto přístupu aktivně využívají.

V rozšířené Evropské Unii stále jsou však poměrně velké rozdíly mezi jednotlivými členskými státy. Rozšíření internetu je podstatně vyšší ve starých členských státech než ve státech, které rozšířily Unii k 1. 5. 2004. V nových členských státech je však tempo přírůstku počtu uživatelů podstatně vyšší, než v EU 15, a tak lze předpokládat, že se statistiky počtu uživatelů v dohledné době vyrovnají. Největší rozšíření internetu je v severských státech, kde ve Švédsku dosahuje 74,6 %. Na opačném konci pomyslného žebříčku se nachází Řecko s pouhými 15,3 %. V závislosti na počtu uživatelů tak kolísá i možnost využití moderních forem marketingové komunikace na trzích jednotlivých členských států EU.

Síť business center zejména ve starých členských státech Evropské Unie je dostatečně široká, aby umožnila českým firmám přímé zpracovávání těchto trhů. V současné době se navíc objevuje nový trend, a sice propojování jednotlivých business center do sítí v rámci jednotlivých států i do mezinárodních sítí. Za jeden měsíční paušální poplatek tak mají firmy možnost využívat jejich služeb na různých místech v EU.

3. VLIV VYUŽITÍ MODERNÍCH FOREM MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE NA KONKURENCESCHOPNOST MALÝCH A STŘEDNĚ VELKÝCH ČESKÝCH FIREM

Moderní formy marketingové komunikace představují efektivní a levný nástroj pro marketingovou práci s cílovým trhem, ať již se jedná o trh domácí či trhy zahraniční. Využití moderních komunikačních nástrojů může výrazně snížit náklady na oslovení cílových trhů a snížit tak potenciální konkurenční nevýhodu malých a středně velkých českých firem v podobě jejich nedostatečné kapitálové vybavenosti. Kromě toho umožňuje přesné zacílení komunikace při oslovování vybrané cílové skupiny.

Využití těchto metod představuje dokonce jeden ze způsobů, jak zvýraznit konkurenční výhody malých a středně velkých firem, mezi které je možno řadit individualizaci komunikace a nabídky podle potřeb cílových trhů i jednotlivých zákazníků, pružnost v reakci na požadavky zákazníků a adaptabilitu na změny tržních podmínek. Zejména díky internetu získávají malé a středně velké podniky efektivní nástroj, který jim umožňuje s přijatelnými náklady oslovit široký světový trh. Mohou tak konkurovat i na velmi vzdálených trzích velkým firmám. Rozvinutá síť služeb ve vyspělých státech, která umožňuje provoz virtuálních kanceláří, jim dokonce umožňuje i přímou účast na mnohých, tradičními komunikačními metodami nedostupných, trzích.

Využití moderních forem marketingové komunikace však není omezeno pouze na zahraniční trhy. I na domácím trhu mohou malé a středně velké podniky konkurovat zavedeným velkým firmám. V důsledku zhromadnění výroby exportní činností pak mohou realizovat výrazné nákladové úspory, jejichž důsledkem může být i posílení konkurenční pozice na domácím trhu.

Z hlediska moderních forem marketingové komunikace představuje trh Evropské Unie jeden z nejvhodnějších světových trhů. Jedná se o trh, jehož infrastruktura je pro využití těchto metod již v současnosti velmi dobře připravena, přitom v blízké budoucnosti lze očekávat její další zlepšování. Díky odstranění bariér a zjednodušení a sjednocení právního rámce je logické, že většina malých a středně velkých českých firem zaměří v budoucnu svou pozornost právě na tento trh.

Pokud se malým a středně velkým českým podnikům podaří využít všech příležitostí, které jim moderní formy marketingové komunikace nabízejí, mohou se stát v určitých okrajových segmentech světového trhu významnými hráči, či dokonce vůdci. Zlepší tak předpoklady pro svůj další rozvoj a rozvinou dlouhodobě své konkurenční výhody na světovém trhu.

LITERATURA

1. GRIFFIN, Tom: *International Marketing Communications*, Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd., 1993

2. KOTLER, Philip: *Marketing Management*, Praha: Grada Publishing, s.r.o., 2001
3. MACHKOVÁ, Hana: *Mezinárodní Marketing*, Praha: Oeconomica, 2003
4. NAGYOVÁ, Jana: *Marketingová komunikace není pouze reklama*, Praha: VOX – Ing. Zdenka Vostrovská, CSc., 1999
5. SVĚTLÍK, Jaroslav: *Marketing pro evropský trh*, Praha: Grada Publishing a. s., 2003
6. <http://www.europa.eu.int>
7. <http://www.internetworldstats.com>

Analýza stavu dôchodkovej reformy na Slovensku

Ing. Ľudmila Kráľová - Ekonomická fakulta TU Košice

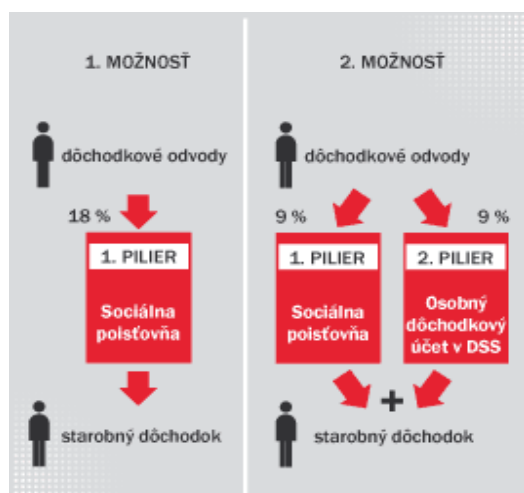
ABSTRACT

State of pension reform in Slovak Republic

For the time being, Slovakia runs an unfunded pay-as-you-go (“PAYG”) financed system, which covers the old-age, disability and survival pensions. From January 2005 to June 2006 most of the citizens have the opportunity to decide about pension savings and choose a private asset management company. The introduction of capitalisation pillar of country’s mandatory pension system was formally approved in January 2004. The new Act on Old-Age Pension Savings establishes fully-funded pillar of Slovakia’s social security system, which will exist along PAYG financed first pillar. Within the new pension system the citizens will be offered to choose one pension company that will manage their pension assets. All pension companies will be obliged to create and manage three pension funds with different portfolio to reflect individual preferences and age of the participants (growth, balanced, conservative). The Slovak financial regulation authority – the Financial Market Authority – will supervise the new, two – pillar system. Even though, some problems have been appeared. The problems are related to fact, that ideal pension reform (this reform was successfully realized) is different from the Slovak path of pension reform. It is hard to say that Slovak pension reform is the true one.

ANALÝZA STAVU DÔCHODKOVEJ REFORMY NA SLOVENSKU

V termíne od 1. januára 2005 do 30. júna 2006 sa väčšina Slovákov v aktívnom veku môže rozhodnúť, či chce dostávať svoj budúci povinný starobný dôchodok z jedného alebo dvoch zdrojov, nazývaných tiež piliere dôchodkového systému.



1. možnosť: Občan môže zostať v tzv. 1. pilieri, ktorý tvorí Sociálna poisťovňa. V tomto prípade bude aj naďalej platiť odvody do Sociálnej poisťovne a svoj dôchodok bude dostávať zo Sociálnej poisťovne. Dôchodok bude spravodlivejší ako doteraz, pretože jeho výška bude závisieť od počtu odpracovaných rokov a jeho zárobkov počas celého života.

2. možnosť: Už od 1. januára 2005 môže občan prejsť do tzv. 2. piliera, ktorý tvoria dôchodkové fondy. Ak sa občan zapojí do 2. piliera, časť jeho odvodov, ktoré zatiaľ plynuli do Sociálnej poisťovne, pôjde na jeho osobný dôchodkový účet v dôchodkových fondoch. Celková výška odvodov sa teda nezmení, len sa rozdelí medzi 1. a 2. pilier. Občan, ktorý sa rozhodne pre vstup do 2. piliera, bude dostávať dôchodok z dvoch zdrojov – prvú časť zo Sociálnej poisťovne (1. pilier) a druhú

časť zo svojich peňazí zhodnotených v dôchodkových fondoch (2. pilier). Súkromné dôchodkové fondy budú fungovať pod dôslednou kontrolou štátu. Peniaze na osobnom dôchodkovom účte občana sa budú môcť dediť.

Výška dôchodku občana z 2. piliera bude závisieť od počtu odpracovaných rokov, jeho zárobkov počas celého života, ale hlavne od investovania a zhodnotenia jeho peňazí v dôchodkových fondoch.

Vstup do 2. piliera je nenávratný krok. Ak raz občan podpíše zmluvu s DSS a začne sporiť na svojom osobnom dôchodkovom účte, musí v 2. pilieri zotrvať až do svojho odchodu do dôchodku.

Občan sa môže zapojiť do 2. piliera, ktorý reprezentujú osobné dôchodkové účty v dôchodkových správcovských spoločnostiach. Oproti súčasnému stavu ho to nebude stáť ani korunu navyše.

Zhodnotenie peňazí v dôchodkových fondoch bude závisieť od vývoja na finančných trhoch. Presné zhodnotenie peňazí občana, sporiaceho si takýmto spôsobom na dôchodok a tým aj presnú výšku vášho dôchodku z 2. piliera vám vopred nevie nikto predpovedať.

Skúsenosti z iných krajín ukazujú, že každá koruna, investovaná v dôchodkových fondoch (2. pilier) priniesla z dlhodobého hľadiska vyšší výnos ako koruna zaplatená do štátneho systému (1. pilier). Znamená to, že pri dlhodobom sporení a investovaní v 2. pilieri by starobný dôchodok súhrne z 1. a 2. piliera mal byť vyšší ako váš starobný dôchodok výlučne z 1. piliera (Sociálna poisťovňa).

Súkromné dôchodkové správcovské spoločnosti (DSS), ktoré budú prostredníctvom dôchodkových fondov zhodnocovať peniaze na osobnom dôchodkovom účte, budú fungovať podľa prísnych pravidiel a pod dôslednou kontrolou štátu. **Štát bude aj finálnym garantom fungovania 2. piliera.**

DÔCHODKOVÉ SPRÁVCOVSKÉ SPOLOČNOSTI

Dôchodkové správcovské spoločnosti budú novo vzniknuté finančné inštitúcie, ktorých jedinou činnosťou bude starať sa o čo najlepšie investovanie peňazí občanov na ich osobných dôchodkových účtoch. Dôchodkové správcovské spoločnosti budú svoju činnosť vykonávať podľa prísnych pravidiel a pod dôslednou kontrolou štátu.



V rámci svojej DSS si občan musí vybrať dôchodkový fond, prostredníctvom ktorého investuje svoje peniaze. Každá DSS musí povinne vytvárať tri dôchodkové fondy: rastový, vyvážený a konzervatívny, pričom v jednom okamihu môže byť občan len v jednom fonde. Všetky potrebné informácie o fondoch, ktoré DSS spravuje, je možné prečítať si v štatúte dôchodkového fondu a v informačnom prospekte dôchodkového fondu.

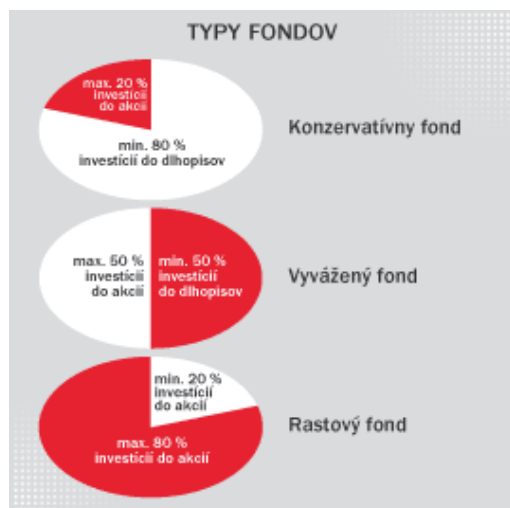
TYPY FONDŮV

Každá dôchodková správcovská spoločnosť musí povinne vytvárať a spravovať 3 dôchodkové fondy, medzi ktorými si občan bude môcť (najmä v závislosti od svojho veku) vybrať.

Riziko fondu závisí od toho, do akého typu cenných papierov fond investuje. Poznáme v zásade

dva najbežnejšie druhy cenných papierov – dlhopisy a akcie.

- Dlhopisy ponúkajú spravidla nižšie riziko a zvyčajne prinášajú stabilné zhodnotenie (miera výnosu je vopred pomerne presne odhadnuteľná).
- Akcie predstavujú vyššie riziko, ale z dlhodobého hľadiska ponúkajú šancu na podstatne lepšie zhodnotenie.



Z uvedeného vyplýva, že fondy, ktoré investujú najmä do akcií, sú rizikovejšie, ale z dlhodobého hľadiska výnosnejšie ako fondy, ktoré investujú výlučne do dlhopisov. Z tohto dôvodu každá DSS musí vytvárať tri dôchodkové fondy:

- **Rastový fond** môže byť najvýnosnejší, avšak aj najrizikovejší, lebo až 80 % majetku v ňom môže byť investovaných do akcií.
- **Vyvážený fond** musí minimálne 50 % majetku investovať do dlhopisov a maximálne 50 % do akcií. Je menej výnosný ako rastový fond, ale predstavuje aj nižšie investičné riziko.
- **Konzervatívny fond** je najmenej rizikový, avšak aj najmenej výnosný, lebo až 80 % majetku v ňom musí byť investovaných do dlhopisov.

INVESTOVANIE V DÔCHODKOVÝCH FONDOCH

So sporením a investovaním peňazí v dôchodkových fondoch je vždy spojené riziko. Riziko predstavuje mieru toho, ako sa môže hodnota fondu meniť – teda rásť, klesať alebo stagnovať.



Vyššie investičné riziko spravidla znamená šancu na vyššie zhodnotenie, ale aj hrozbu, že hodnota fondu môže výrazne klesnúť. Inými slovami – čím väčšie riziko, tým väčší možný zisk, ale aj

možná strata. Keď klesne hodnota fondu, ktorý si občan vybral, klesne aj hodnota peňazí na jeho osobnom dôchodkovom účte, čo môže pre neho znamenať nižší dôchodok z 2. piliera a naopak.

Cieľom investovania v dôchodkových fondoch je snaha o čo najväčší výnos pri minimálnom riziku. Preto štát vyžaduje, aby každý dôchodkový fond investoval do niekoľkých desiatok až stoviek cenných papierov v rôznych spoločnostiach a krajinách. V prípade, že by hodnota niektorého cenného papiera klesla, neovplyvní to výraznejšie hodnotu celého fondu.

Charakteristika dôchodkových fondov

Typ fondu	Portfólio fondu	Charakteristika	Kto môže byť vo fonde
Rastový fond	Až 80% majetku môže byť investovaných do akcií	Najrizikovejší fond, jeho cieľom je čo najvyšší výnos, dosiahnuté výnosy sa môžu v čase výrazne meniť, môžu byť veľmi vysoké, ale aj nízke	Občan, ktorý má viac ako 15 rokov do dôchodku. Odporúča sa hlavne mladším občanom, ktorí by mohli získať výrazné zhodnotenie a prípadnú stratu by ešte stihli ďalším investovaním vyrovnať
Vyvážený fond	Až 50% majetku môže byť investovaných do akcií a minimálne 50% musí byť investovaných do dlhopisov	Mierne rizikový fond, jeho cieľom je zabezpečiť stabilný výnos pri malom riziku	Občan, ktorý má viac ako 7 rokov do dôchodku Odporúča sa občanom v strednom veku
Konzervatívny fond	Až 80% majetku musí byť investovaných do dlhopisov	Málo rizikový fond, jeho cieľom je udržať hodnotu peňazí občana na jeho účte pred odchodom do dôchodku	Občan bez ohľadu na to, koľko rokov má do dôchodku, ale vzhľadom na nízky očakávaný výnos sa odporúča len občanom, ktorým zostáva do dôchodku 7 a menej rokov

FORMY VYPLÁCANIA STAROBNÉHO A PREDČASNÉHO STAROBNÉHO DÔCHODKU (§ 32, § 33)

- programový výber s doživotným dôchodkom** - sporiteľ si určí sumu, za ktorú si chce „kúpiť“ dôchodok v konkrétnej životnej poisťovni (najmenej však vo výške potrebnej na vyplácanie dôchodku na úrovni 1,2 násobku životného minima) a zvyšok si ponecháva na svojom osobnom účte v DSS. V prípade, že poberateľ dôchodku zomrie, peniaze, za ktoré si „kúpil“ dôchodok v životnej poisťovni, nie sú predmetom dedičstva, nakoľko sú majetkom životnej poisťovne; disponibilný prebytok sa ale dedí (za predpokladu, že sa z neho nevyplácajú pozostalostné dôchodky).
- doživotný dôchodok vyplácaný životnou poisťovňou** – keď sporiteľovi vznikne nárok na dôchodok a požiada DSS o priznanie dôchodku, DSS prevedie prostriedky z jeho osobného dôchodkového účtu životnej poisťovni, s ktorou sporiteľ uzavrel zmluvu. V prípade smrti sa prostriedky nededia – pozostalým sa vyplácajú pozostalostné dôchodky. [6]

Dedenie v starobnom dôchodkovom sporení (§ 40)

- zomrie poberateľ dôchodku, ktorý je vyplácaný formou **programového výberu s doživotným dôchodkom** – predmetom dedenia je len disponibilný prebytok, ak sa z neho nevyplácajú pozostalostné dôchodky (samotná suma určená na vyplávanie dôchodku sa nededí),

2. *zomrie poberateľ dôchodku, ktorý je vyplácaný formou doživotného dôchodku - prostriedky určené na výplatu dôchodku sa nededia, pozostalým sa vyplávajú pozostalostné dôchodky,*
3. *zomrie **sporiteľ** (t.j. osoba, ktorej sa dôchodok ešte nevyplácal) - prostriedky na osobnom dôchodkovom účte sú predmetom dedenia.* [6]

SLOVENSKÁ CESTA

Cesta k presadeniu dobrej dôchodkovej reformy prostredníctvom politického procesu je vždy trnistá. No predstava „ideálneho“ dôchodkového systému však skutočne nie je pritiaľnutá za vlasy či nepresaditeľná, a to ani v podmienkach slovenskej politickej reality. Naopak, vychádza zo skúseností desiatok krajín sveta, z ich úspechov a problémov, z toho, čo sa už niekde niekedy uskutočnilo a naozaj funguje.

O to viac nás môže mrziť, že dôchodková reforma, prijatá na Slovensku, sa napriek silným slovám a mediálnej prezentácii líši nielen od ideálu, ale aj od dôchodkovej reformy, ktorá by bola pre občanov neoddiskutovateľným prínosom. Závažnými chybami, ktoré slovenskú reformu za túto hranicu posunuli, je napríklad zvyšovanie odvodového zaťaženia, rast miery prerozdelenia v ekonomike a prísľuby vyšších dôchodkov od štátu.

Ideálnou podobou dôchodkového systému, ktorá by mohla byť aj politicky presaditeľnou a určite by viedla k nižším reálnym nákladom a vyšším dôchodkom pre väčšinu obyvateľstva, by bolo zabezpečovanie náhrady mzdy v starobe **výlučne dôchodkovým sporením**. Inými slovami, výška dôchodku by závisela iba od toho, koľko peňazí si každý občan nasporí v druhom pilieri. Úlohou štátu - prvého piliera - by bolo doplniť tento systém garantovaním minimálnej miery solidarity - ak by si niektorý občan nenasporil dosť peňazí aspoň na minimálny dôchodok, štát by mu prostriedky chýbajúce na jeho zakúpenie doplatil.

Štátny priebežný dôchodkový systém	Dvojpilierový dôchodkový systém
<i>Jediný pilier</i>	<i>1. pilier – priebežný</i>
fungujúci na princípe priebežného financovania	- odvod 19,75 % z hrubej mzdy
- odvod 28,75 % z hrubej mzdy	z toho:
z toho:	na vlastný dôchodok: 9 %
na vlastný dôchodok: 18 %	na invalidné a pozostalostné poistenie 6 %
na invalidné a pozostalostné poistenie 6 %	na rezervný fond 4,75 %
na rezervný fond 4,75 %	- <i>dôchodok v priemere 25 % hrubej mzdy</i>
- <i>sľubovaný dôchodok v priemere 50 % hrubej mzdy</i>	<i>2. pilier – dôchodkové sporenie</i>
- určený pre občanov, ktorí nechcú prestúpiť do dvojpilierového dôchodkového systému a pre občanov, ktorí do dôchodku plánujú odísť skôr ako o desať rokov.	- odvod 9 % z hrubej mzdy
	- <i>dôchodok v priemere 32 – 35 % hrubej mzdy</i>
	- povinný pre občanov, ktorí na trh práce vstúpia po prvýkrát po 1. januári 2005
	- občania, ktorí sú rozhodnutí, že do dôchodku neodídu skôr ako o desať rokov, sa môžu rozhodnúť, či zostanú v štátnom priebežnom dôchodkovom systéme, alebo či prestúpia do tohto dvojpilierového

Takýto systém by bol solidárny s občanmi v núdzi, no zároveň by bol lacnejší a motivujúcejší ako iné riešenia. Dôchodkové sporenie a štát by sa vzájomne dopĺňali v tom, čo dokážu najlepšie. Dôchodkové sporenie dokáže lepšie zabezpečiť náhradu mzdy, čiže vyplácanie dôchodkov pre ľudí, ktorí si na ne za svoj život dokázali našetriť. Priebežný štátny dôchodkový pilier má zo svojej podstaty problémy so zaistením dôstojných dôchodkov pre každého občana. Jeho hlavnou úlohou by mala byť

ochrana pred chudobou - garantovaním minimálneho príjmu pre tých jednotlivcov, ktorí si v druhom pilieri na svoj dôchodok nasporiť nedokázali.

Výsledok na Slovensku je však úplne opačný. Štát ani nikto iný nebude zabezpečovať v dôchodkovom systéme *nijakú solidaritu, chudobní občania s nízkymi mzdami počas pracovného života nebudú mať garantovaný nijaký minimálny dôchodok*. Celú vlastnú starobu tak v podstate prežijú v sociálnej sieti. [6]

LITERATÚRA

1. ŠVEJNA, Ivan, CHREN Martin: Dôchodková reforma po slovensky, Nadácia F.A. Hayeka, FAH BRATISLAVA 2004, ISBN 80-969098-0-0
2. www.dochodok.gov.sk (Všetko o dôchodkoch a dôchodkovej reforme)
3. www.uft.sk (Úrad pre finančný trh)
4. <http://www.narodnaobroda.sk/2004-10-05/21/Dochodkova-reforma/>
5. www.obcan.sk (Verejný informačný portál), priebežné informácie ohľadne práv a povinností občanov, september – december 2004
6. www.finance.sk (Informačný portál nielen o peniazoch, 29.10.2004)
7. denník Korzár – aktuality ohľadom dôchodkovej reformy na Slovensku, (november, december 2004)
8. Bude nás o 50 rokov o 50 miliónov menej?, časopis Slovenka, číslo 4/2005, str. 8-11 (článok)
9. STEIGAUER, Slavomír: Fondy – Jak vydělávat pomocí fondů, GRADA Publishing, Praha, 2003, ISBN 80-247-0247-9
10. GLADIŠ, Daniel: Naučte se investovat, GRADA Publishing, Praha, 2007, ISBN 80-247-0709-8
11. DAMODARAN, Aswath: Damodaran on Valuation, JohnWiley and Sons, Inc., New Jersey, 1994, ISBN, 0-471-345-03-2
12. DAMODARAN, Aswath: The Dark Side of Valuation, Prentice-Hall International (UK) Limited, London, Inc., 2001, ISBN 0-13-040652-X
13. FABOZZI, Frank J.: The Handbook of Fixed Income Securities, 6. vydanie, The McGraw – Hill Companies, Inc., New York, 2001, ISBN 0-07-137682-6
14. SIEGEL, Jeremy J.: Stocks for the Long Run, 3. vydanie, The McGraw – Hill Companies, Inc., New York, 2002, ISBN 0-07-137048-X

KONTAKT

Katedra financií, Ekonomická fakulta, Technická univerzita Košice
Němcovej 32, 040 01 Košice
Email: Ludmila.Kralova@tuke.sk

Structural funds of the EU and the Project for creating national information infrastructure and its nationwide usage by the industrial sector

Ing. Katarína Krištofová - Faculty of international relations UE in Bratislava

On the 1st of May 2004 the historically greatest enlargement of the European Union took place and 10 countries of Middle and Eastern Europe joined the EU which meant the end of a century of political division in Europe. While the European Union had principally worked on its innovation policies already before the enlargement, the Slovak republic, together with the remaining candidate countries, had focused on the fulfillment of the accession criteria and successfully realized its strategic reforms.

In connection with the accession to the EU, the Slovak republic was offered the possibility of using the financial support from the structural funds of the EU starting from the 1st of January 2004. The overall sum of money to be used by the Slovak Republic in the shortened programming period of 2004 – 2006 is 1,56 billion EUR, from which 1, 05 billion is to be used from the structural funds and 0,51 billion EUR from the Cohesion fund. Projects supported from the Cohesion fund should be realized in average within the period of 5 to 7 years and the average duration of projects supported from the structural funds is 1 to 2 years. However, in the case of the contemporary programming period, all the programs and connected projects will be realized during the period of 2004 to 2006. The last projects will have to be approved before the end of 2006, but payments will continue until the end of the year 2008.

Basic programming documents, which determine the distribution of sources from the structural funds for the Slovak republic to be used for proposals under Objective 1 in the programming period 2004 – 2006, comprise:

- National Development Plan (NDP), which analyses macroeconomic environment, economic and social situation in Slovakia, contains specific analyses of individual sectors and determines strategic objective, strategy and priorities necessary to achieve this objective for each of them.
- Operational programs – Operational Program Basic Infrastructure (OP BI), Sectoral Operational Program Industry and Services (SOP IS), Sectoral Operational Program Human Resources (SOP HR) and Sectoral Operational Program Agriculture and Rural Development (SOP AaRD), which are connected to the NDP by elaborating individual priorities of the NDP into a system of steps to be taken.

After these documents had been approved by the European Commission and the operational programs had been elaborated in their program complements, Slovakia in cooperation with the European Commission elaborated so-called Community Support Framework (CSF) – a basic agreement about granting support from the structural funds of the European Union to the Slovak republic.

Slovakia is doing quite well amongst 25 EU countries. It ended up on the 5th place with its GDP growth in the year 2003. The most significant factor in Slovak economy was mainly export of our products and services. Slovak industry is also developing very positively. It has been growing steadily by 8-10% p.a. for 4 past years in a row, in the last year also its structure started to change positively. Slovak industry is getting rid of its image of being a producer of semifinished products with low added value, chemicals and raw iron. Instead, it is gradually becoming a country of car industry, complicated machinery products and consumer electronics.

As a result, the unemployment figures have been falling constantly – for illustration, unemployment figure of 20% in 2002 has fallen to 16,6% in January 2004. Most analysts believe that this figure could soon fall down to as low as 13%.

What is also very important is the fact that while Slovakia is heading towards accomplishing its reforms, the remaining countries have not even started yet. And this is true not only about the Czech

republic, Hungary or Poland, but also about countries like Germany and France.

The fundamentals for the prosperity of Slovak republic is thus laid down. Now it is important to direct Slovakia towards knowledge economy. Knowledge and innovations have been an important developing factor of the society from the beginning. Transformation from agricultural to industrial and nowadays to information and knowledge economy is a result of accumulation of knowledge and development of information and communication technologies. Knowledge is owned by an individual and its use is dependant on other forms of knowledge, including information. This means that knowledge building is a gradual process of adding value by innovations. As a result, the more knowledge one generates and owns, the stronger the need to communicate it to the others. The key to economic success has always been interlinked with progress in knowledge building and the ability to use this knowledge in production of goods and services.

It is exactly the need for creating a high-quality nationwide information network of scientific, technical and economic information, which is the most significant requirement for increasing competitiveness of Slovak subjects, which is in the centre of a project proposal of the Slovak National Library in Martin named PROJECT FOR CREATING NATIONAL INFORMATION INFRASTRUCTURE AND ITS NATIONWIDE USAGE BY INDUSTRIAL SECTOR, which is to be proposed under the first call for individual project proposals under Sectoral Operational Program Industry and Services – systemic and professional information back-up for industry by means of chosen scientific, academic and specialised libraries. The individual project was agreed on on common negotiations between Ministry of Economy of the Slovak republic and the European Commission and it is in coherence with the Priority 1. of this Sectoral Operational Program „Growth of competitiveness of industry and services using domestic growth potential“ and under this with the Measure 1.2 „Support for building and reconstruction of infracture“.

The goal of the project is to „increase the competitiveness of industry by improving services of every chosen university and academic library so that they can provide professional high-quality information services, maximum user comfort, quality, promptness and relevance of information services for entrepreneurs in their regions. Development of librarian services, access to external information sources and (in some of the libraries) printing and publishing services, training and conference services are to be achieved.“

An important part of the project is also the necessary modernization of the libraries which are not only cultural and educational institutions. Nowadays, scientific and academic libraries in the developed European countries are the key information institutions and fulfill the role of information base for private sector, followed by further development of research and development in the industrial sector. Another measure of the Sectoral Operational Program Industry and Services, Measure 1.3 „Support for business, innovation and applied research“ is closely connected with this support. In the first phase of the pilot project, one important library in each region is to take part in the project (with accent on the support of indutry).

The individual project of the Ministry of Economy, in the framework of which the individual project of the Slovak National Library in Martin is elaborated, focuses on activities which should enable utilization of services of telecommunicatively networked libraries, institutions and information systems of the participating scientific, academic and specialised libraries. The objective is to interconnect these by means of telecommunication networks and provide access to research and development, economic and commercial databases, including the completion of information and telecommunication infrastructure. This should happen within the horizon of two years. By creating, filling, updating, interconnecting and making these databases accessible on the internet, accessibility and concentration of information necessary for small and medium enterprise will be achieved.

This project came to existence as a result of acceptance of the Report on Economic and Social Cohesion and implementation of the Lisabon strategy to the conditions of the Slovak republic, as well as other conceptual documents approved by the European Commission. The proposed project aims to establish a network with information links of the participating libraries in its initial phase. These are

mostly academic libraries functioning under universities, which fulfills the requirement of connecting the basic and applied research with small and medium enterprise. Besides, professional information-advisory centers for entrepreneurs will be created, which will be linked together in different regions of Slovakia and, at the same time, also connected to the information sources of the EU central organs and its member countries, as well as to sources from other countries.

In this way the entrepreneurs, especially those from the SME sector, can gain information about all the legal acts approved in the EU, which are binding in all member countries. The norms effective in the Slovak republic will be organized into an information system, together with the patent and other intellectual property information. The high-tech industrial, technological and other business specialist information will be kept up-to-date with the latest state-of-the-art and accessible to the SME businesses, e.g. the most modern technologies used in a particular field of production, information on producers of specialized machines and tools needed for innovations in production and services, marketing information etc.

11 libraries⁵⁷ participate on the project, one in every region (on the NUTS III level) and, after consultation and agreement with the European commission representatives, also chosen libraries in Bratislava had been approved, since the information system is to serve the whole Slovak republic and it is not appropriate to exclude information from such important libraries as the Central Library of the Slovak Academy of Sciences, which is the information centre on basic research and the Chemical Library of the Slovak Technical University in Bratislava which provides information especially for chemical and car industry in Slovakia. The project beneficiary is the Slovak National Library in Martin as a top national information institution situated outside Bratislava. The co-financing of all the partners is secured.

By centralized way of purchasing information sources and by their professional distribution in the Slovak republic Slovakia will save a considerable sum of money which would have to be used for obtaining these kinds of information for businesses and scientific, professional and wide public.

The project's outcomes are expected to be:

- improvement of librarian-information-advisory services and their quality,
- increase in the use of the Internet and modern information technologies by the SMEs,
- processing information by means of electronic information sources,
- growth of knowledge level of entrepreneurs which will lead to increase of their economic benefit,
- establishment of a network with information links of scientific, academic and specialized libraries which will provide opportunities for close cooperation in providing information from a wide variety of information sources,
- creation of space for businesses for mutual meetings and finding new contacts,
- utilization of research and development capacities by the SMEs,

⁵⁷ The choice of the libraries was based on the university and academic libraries, which are the centers of specialized professional information, including experts, in the framework of which it is possible to form information clusters (information and advisory centers). The universities are, at the same time, points of concentration of basic and applied research, which is an opportunity for connecting this with the requirements of SMEs. Another advantage is that every region has at least one university. In the initial phase it is planned to establish one specialized information center per region each situated in one of the 11 participating libraries:

1. **Slovak National Library in Martin**
2. **Central Library of the Slovak Academy of Sciences in Bratislava**
3. **Slovak chemical library under Chemical Faculty of the Slovak Technical University in Bratislava**
4. **Library of the University of St. Cyril and Metod in Trnava**
5. **Library of the Slovak University of Agriculture in Nitra**
6. **Library of the University of Alexander Dubček in Trenčín**
7. **Library of the University of Zilina**
8. **Library of the Technical University in Zvolen**
9. **State Scientific Library in Banská Bystrica**
10. **State Scientific Library in Prešov**
11. **State Scientific Library in Košice**

- connecting of the basic and applied research with small and medium enterprise,
- significant quantitative improvement of consultation and advisory services.

Such comprehensive services for SMEs in the Slovak republic do not exist and it is hardly possible to establish them without financial help obtained from the structural funds of the EU.

The project is ambitious and its goal is to create a nationwide knowledge and information space, which is fully in concord with the global trends. Nevertheless, the main risk of the project realization is the missing approval for the financial support for the project from the structural funds, which is being excused by the lack of financial sources. Without these financial support none of the university and academic libraries is able to secure the financial sources necessary for providing above standard librarian-information-advisory services for SMEs and finance modernization of information technologies, which will serve the information connection of the university and academic libraries with business needs.

The result of the project will be high-quality connection and information sharing amongst scientific, academic and specialized libraries, where the final beneficiaries will be SMEs, which will be able to gain high-quality and practical information necessary for their business activities rapidly and on demand. As a result of gaining such information, they will become more competitive, can find a suitable business partner for cooperation, will improve their business opportunities, e.g. by utilizing e-commerce, which is a quick, flexible and relatively cheap way of trading through the Internet, will improve their turnover, revenue and profit, as well as their overall position in the market. The expected effect is increased competitiveness of industry and services, revitalization of economy and increased economic growth by means of increased investment to human capital, support of innovations and increased use of information and communication technologies to achieve development and productivity and employment growth.

SOURCE

Project for creating national information infrastructure and its nationwide usage by the industrial sector. Project proposal for the structural funds under Sectoral Operational Program Industry and Services, Martin, august 2004

Dopad priamych zahraničných investícií na devízové rezervy

Ing. Peter Lakata - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

The impact of foreign direct investment on the international reserves

This thesis analyses the Foreign Direct Investment effects on the balance of payments. I highlight the importance of reinvested earnings and their impact on the current account balance. The increasing profit repatriation in form of dividends from Central Europe countries is also discussed. Finally, I discuss the connection between the interantional reserves and foreign inestments.

Úlohe priamych zahraničných investícií a ich vplyvu na ekonomiku jednotlivých štátov nášho regiónu je najmä v poslednom období venovaná nadštandardná pozornosť. Súvisí to hlavne s rastúcou atraktivnosťou a tým aj výrazným prílivom zahraničných investícií do krajín strednej a východnej európy. Ako príklad možno uviesť Maďarsko, kde stav priamych zahraničných investícií v roku 2003 bol viac než 4-násobný oproti roku 1995.

Jedným z najznámejších teoretikov zaoberajúcich sa otázkou priamych zahraničných investícií je J.H. Dunning, ktorý popísal päť vývojových fáz pôsobenia priamych zahraničných investícií na ekonomiku. Z hľadiska krajín strednej a východnej Európy stoja za zmienku dve mená a to Gábor Hunya a Jan Stankovsky, ktorí prevažne pod hlavičkou WIIW (The Vienna Institute for International Economic Studies) a WIFO (Austrian Institute for Economic Research) pravidelne vydávajú články a publikácie o priamych zahraničných investíciách v tomto regióne. Na Slovensku sa otázke priamych zahraničných investícií venovala štúdia štyroch prác Adely Hoškovej publikovaná Inštitútom menových a finančných štúdií Národnej banky Slovenska. Tieto práce boli zamerané na vplyv priamych zahraničných investícií na podnikovú sféru, na vybrané makro-problémy, na bankovú sféru a posledná práca sa zaoberala skúmaním portfóliových investícií.

Cieľom tejto práce je sledovať vzťah priamych zahraničných investícií a platobnej bilancie. Poukázať na opodstatnenosť vykazovania reinvestovaného zisku v platobnej bilancii a zhodnotiť konečný efekt priamych zahraničných investícií na devízové rezervy.

VYMEDZENIE POJMOV PLATOBNEJ BILANCIE, PRIAMYCH ZAHRANIČNÝCH INVESTÍCIÍ A DEVÍZOVÝCH REZERV

Medzinárodný menový fond vypracoval pre svoje členské štáty jednotnú metodiku zostavovania platobných bilancií. Už piate vydanie Príručky platobnej bilancie MMF tak zabezpečuje usmernenie pre členské štáty pri zostavovaní platobnej bilancie a súvisiacich údajov medzinárodnej investičnej pozície.

Platobná bilancia je v príručke MMF vymedzená ako štatistický výkaz, ktorý za určité obdobie systematicky sumarizuje hospodárske transakcie jednej ekonomiky s ostatnou časťou sveta. Transakcie sú uskutočňované najmä medzi rezidentmi a nerezidentmi a zahŕňajú transakcie tovarové, transakcie v oblasti služieb a príjmov. Ďalej sú to transakcie, ktoré zahŕňajú pohľadávky a záväzky voči ostatnému svetu, a jednostranné transakcie klasifikované ako transfery (napríklad dary), ktoré vyžadujú protizápisy na vyrovnanie v účtovnom slova zmysle. Samotná transakcia je definovaná ako ekonomický tok, ktorý zachytáva tvorbu, premenu, výmenu, presun alebo zánik economickej hodnoty a obsahuje zmenu vlastníctva tovarov alebo finančných aktív, zabezpečenie služieb alebo obstaranie pracovnej sily a kapitálu.

Priame investície vyjadrujú stály záujem zahraničného (priameho) investora na subjekte v domácej ekonomike – podniku s priamou investíciou. Zahŕňajú tak všetky transakcie medzi zahraničným investorom a podnikom s priamou zahraničnou investíciou. Priame investície pokrývajú

počiatočnú ako aj všetky následné vzájomné transakcie. Delia sa na majetkový kapitál, reinvestovaný zisk a ostatný kapitál (medzipodnikové transakcie). V platobnej bilancii sú vykazované na finančnom účte. Reinvestovaný zisk je však špecifickou položkou, pričom bližšie sa ním budeme zaoberať v ďalšom texte.

Devízové rezervy sú súčasťou finančného účtu platobnej bilancie. Predstavujú cudzomenové aktíva, ktoré využívajú monetárne authority najmä na financovanie nerovnováhy platobnej bilancie. Financovanie pomocou devízových rezerv nie je spojené s nejakým formálnym kritériom ako napríklad vlastníctvo alebo mena denominácie. Rezervami sú monetárne zlato, zahraničné aktíva ako valuty, vklady a cenné papiere, zvláštne práva čerpania SDR, rezervná pozícia v MMF a ostatné pohľadávky.

VPLYV PRIAMYCH ZAHRANIČNÝCH INVESTÍCIÍ NA JEDNOTLIVÉ POLOŽKY PLATOBNEJ BILANCIE

Vonkajšia nerovnováha je často spájaná s rovnováhou resp. nerovnováhou platobnej bilancie. Delenie platobnej bilancie na bežný účet a na kapitálový a finančný účet nám dáva možnosť sledovať dôvody vzniknutej nerovnováhy. Krajiny strednej a východnej európy dlhodobo zaznamenávajú deficit bežného účtu platobnej bilancie. Dôvodom je najmä previs dovozu nad vývozom. Ten je spôsobený napríklad obmedzenou konkurencieschopnosťou domácich produktov v zahraničí ale aj rastúcim domácim dopytom, ktorý nedokáže domáca ponuka v plnej miere uspokojiť. Tu je potrebné podotknúť, že saldo bežného účtu je využívané pri mnohých hodnoteniach a doporučeníach. Azda najznámejšie je pravidlo o pomere deficitu bežného účtu a hrubého domáceho produktu, ktorý by mal byť nižší ako 5%.

Financovanie deficitu bežného účtu je možné v zásade dvoma spôsobmi a to dlhovým alebo nedlhovým financovaním. Dlhové financovanie môže byť zabezpečené napríklad formou obchodných úverov. Priame zahraničné investície predstavujú nedlhovú formu financovania deficitu bežného účtu. Prílev zahraničných investícií môže mať dve formy:

- reálna priama investícia – zahraničný investor uskutoční priamu investíciu dovozom zariadenia prípadne know-how, pričom táto operácia sa zaznamená na bežnom účte v položke dovoz tovarov, čo zhorší saldo bežného účtu. To je však prefinancované po realizácii priamej zahraničnej investície;
- finančná priama investícia – zahraničný investor napríklad nakúpi akcie domácej firmy, podvojným zápisom tak bude export dlhového kapitálu resp. nárast devízových rezerv.

Z uvedeného vyplýva, že príliv priamych zahraničných investícií dokáže vyfinancovať deficit bežného účtu pokiaľ nie je sprevádzaný použitím získaných devízových prostriedkov na dovoz tovarov a služieb

Priame zahraničné nemusia byť z dlhodobého hľadiska úspešné pri vykrývaní schodku bežného účtu v prípade, že prevážia deficitné položky, čo dokazuje aj nasledovná tabuľka, ktorá zobrazuje pozitívny a negatívny vplyv priamych zahraničných investícií:

Aktívne položky	Deficitné položky
- rast exportu hotových výrobkov	- rast importu výrobných vstupov
- pokles importu hotových výrobkov	- rast importu služieb súvisiacich z výrobou
	- rast exportu dôchodkov

Zdroj: Mandel, M – Tomšík, V.: Monetární Ekonomie v malé a otevřené ekonomice. Praha, Management Press 2003

TOVARY A SLUŽBY (BEŽNÝ ÚČET)

Otázkou vplyvu priamych zahraničných investícií na vývoz a dovoz tovarov a služieb sa zaoberá štúdia Newton Holdingu z apríla 2003. Na príklade Českej republiky a Maďarska štúdia potvrdila, že proexportná výkonnosť podnikov so zahraničnou účasťou v spracovateľskom priemysle je niekoľkonásobne vyššia ako podnikov bez zahraničného kapitálu. Na Slovensku možno ako príklad

uviesť Volkswagen, a.s., ktorý vyváža skoro 100% svojej produkcie do zahraničia. Napriek tomu však netreba zabúdať na dovoznú náročnosť vstupov pri výrobe u týchto podnikov. V sektore služieb naopak dochádza prevažne k deficitnému saldu, dôvodom sú napríklad obchodné reťazce.

Konečný vplyv priamych zahraničných investícií na dovoz a vývoz tovarov a služieb nie je jednoznačný. Do veľkej miery závisí od sektorov, do ktorých investície prevažne smerujú. V prípade Slovenska smerovali investície v najväčšej miere do priemyselnej výroby a do bankového sektora. Vzhľadom na to, že v súčasnosti sú oznamované investície prevažne výrobného charakteru (PSA Peugeot Citroen, Ford Getrag, KIA), možno očakávať z dlhodobého hľadiska zlepšovanie výkonnej bilancie.

PRÍJMY (BEŽNÝ ÚČET)

Reinvestované zisky

Pri využívaní deficitu bežného účtu na rôzne analýzy a hodnotenia vonkajšej rovnováhy je potrebné upozorniť na vplyv reinvestovaných ziskov. Reinvestované zisky predstavujú hodnotu zadržaných ziskov v podnikoch so zahraničnou účasťou, ktoré neboli vo forme dividend prevedené do zahraničia, ale reinvestované v hostiteľskej krajine. Sú charakteristické tým, že nezakladajú žiadne devízové potreby a preto je potrebné pri využívaní deficitu bežného účtu k HDP ako kritéria tieto zisky vylúčiť. Podobne by mali byť vylúčené dividendy, ktoré neodchádzajú do zahraničia.

Vplyv reinvestovaných ziskov na deficit bežného účtu znázorňuje nasledujúca tabuľka:

Tabuľka: Reinvestované zisky v ČR (mld. Kč, %)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
bežný účet/HDP	-6,7	-2,2	-2,7	-5,3	-5,7	-6,0	-6,5
b.ú. bez r.z./HDP	-6,7	-1,7	-1,4	-3,4	-3,2	-3,1	-3,5

Zdroj: Helísek, M.: Měnové Krize. Praha, Professional Publishing 2004

Zaujímavosťou je, že Maďarská Národná banka začala reinvestované zisky zahŕňať do platobnej bilancie až od roku 2004, pričom revidovala časové rady spätne až do roku 1995. Dôvodom bolo najmä to, že bez reinvestovaných ziskov boli výnosy zahraničných investorov v Maďarsku a tým aj investovaný kapitál podhodnotený. Aj keď z ekonomického hľadiska účtovanie reinvestovaných ziskov nemá vplyv na vonkajšiu rovnováhu ekonomiky, zabezpečuje presnejší obraz o význame, ktorý hrá zahraničný kapitál v domácej ekonomike, o rozsahu výsledného výnosu a o tom, ako je tento výnos distribuovaný.

Tabuľka: Prílev priamych zahraničných investícií v Maďarsku (mil. EUR)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
majetkový kapitál	2010,2	1371,8	1434,9	1509,6	1096,3	1156,7	-664,1
reinvest. zisky	1154,9	1009,2	1054,2	1135,0	1478,7	1911,4	1796,9
ostatný kapitál	515,9	607,1	617,3	353,8	1815,7	116,9	776,2
prílev PZI spolu	3681,0	2988,1	3106,3	2998,4	4390,7	3185,1	1909,0
r.z./PZI	31%	34%	34%	38%	34%	60%	94%

Zdroj: www.mnb.hu

Slovensko je v otázke reinvestovaných ziskov pri porovnaní s Maďarskom alebo Českom veľmi špecifické. Dôvodom je to, že výška reinvestovaných ziskov je takmer nulová, zatiaľ čo v Česku a Maďarsku dosahuje stav reinvestovaných ziskov cez 20% celkového stavu priamych zahraničných investícií. Podľa štúdie VÚB z polovice roka 2004 je hlavným dôvodom takto nízkeho stavu reinvestovaných ziskov ich výrazné podhodnotenie, z toho vyplýva aj podhodnotenie deficitu bežného účtu a celkového stavu priamych zahraničných investícií v krajine. Na základe prepočtov VÚB vychádzajúcich z vývoja výšky reinvestovaných ziskov v ostatných krajinách, by pri zrealnení

reinvestovaných ziskov, tie mohli dosiahnuť úroveň okolo 20% celkového stavu priamych zahraničných investícií, čo by znamenalo ich nárast zo súčasných 11,5 mld. USD na 13,8 mld. USD.

Dividendy

Vzhľadom na to, že Slovensko z hľadiska prílevu zahraničných investícií v krajinách V4 má najmladší kapitál, je predpoklad, že vývoj rastu dividend bude kopírovať situáciu v Čechách a v Maďarsku. Správa o menovom vývoji SR za 1. polrok 2004 hovorí o vyplatených dividendách zahraničným investorom vo výške 13,8 mld. Sk, pri medziročnom raste o 10,2 mld. Sk. Tento skoro 4-násobný rast vyplatených dividend upozorňuje na to, že Slovensko začína v tomto smere dobiehať svojich susedov.

V nižšie uvedenej tabuľke možno na príklade Maďarska vidieť postupný rast repatriácie ziskov vo forme výplaty dividend, ktorý od roku 2002 prevýšil aj čistý prílev majetkového kapitálu.

Tabuľka: Dividendy, prílev majetkového kapitálu a PZI v Maďarsku (mil. EUR)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
netto dividendy	462,2	843,0	961,0	997,9	1011,0	1275,7	1254,6
majetk. kapit.	2010,2	1371,8	1434,9	1509,6	1096,3	1156,7	-664,1
divid./prílev PZI	23,0%	61,5%	67,0%	66,1%	92,2%	110,3%	-
stav PZI	16284,6	17759,5	23041,2	24578,2	31045,1	34574,7	38312,8
divid./stav PZI	2,8%	4,7%	4,2%	4,1%	3,3%	3,7%	3,3%

Zdroj: www.mnb.hu

DOPAD PRIAMYCH ZAHRANIČNÝCH INVESTÍCIÍ NA DEVÍZOVÉ REZERVY

Financovanie deficitu bežného účtu je možné zabezpečiť aj prostredníctvom poklesu devízových rezerv. Centrálna banka v tomto prípade financuje časť prebytočného devízového dopytu predajom devízových rezerv. Za minimálnu mieru krytia dovozu devízovými rezervami sa považuje doba troch mesiacov. V súčasnosti však každá z krajín strednej Európy vysoko prekračuje toto pravidlo.

Priame zahraničné rezervy majú svojim dopytom po mene danej krajiny vplyv na jej výmenný kurz. Preto napríklad Česká Národná banka konvertovala privatizačné investície na koruny na svojom zvláštnom účte, teda mimo trhu a nemali vďaka tomu vplyv na posilňovanie meny.

Najdôležitejšie z hľadiska stavu devízových rezerv je to, že dostatočné priame zahraničné investície financujú deficit bežného účtu a tým nevytvárajú tlak na pokles devízových rezerv ale práve naopak. Z dlhodobého hľadiska, v prípade že prevážia pozitívne faktory najmä čo sa týka rastu exportu tovarov v porovnaní s deficitom bilancie výnosov, by tak aj pri poklese zahraničných investícií nemalo dochádzať k tlaku na pokles devízových rezerv.

ZÁVER

Z hľadiska vývoja výkonovej bilancie by Slovensko malo profitovať najmä z rozbehnutia produkcie a následného exportu tovarov najmä zahraničných investorov pôsobiacich v sfére priemyselnej produkcie. Tento rast exportu by mal presiahnuť rastúci import a zabezpečiť aktívne saldo bežného účtu platobnej bilancie.

Počas nasledujúcich rokov možno, podobne ako v Maďarsku a Česku, aj na Slovensku očakávať rast deficitu bilancie výnosov. Tento bude zapríčinený najmä zvýšenou repatriáciou zisku. Súčasne sa javí ako potrebné zlepšiť vykazovanie reinvestovaného zisku, ktorého hodnota je vzhľadom na vývoj v susedných krajinách dlhodobo výrazne podhodnotená.

Vďaka tomu, že deficit bežného účtu je prefinancovaný dostatočným prílivom zahraničných investícií, ktoré súčasne tlačia na zhodnocovanie meny, množstvo devízových rezerv v krajinách strednej Európy má rastúcu tendenciu. Situácia sa môže skomplikovať len v prípade, ak sa vyčerpá potenciál na prílev nových investícií a súčasne dôjde k preváženiu negatívnych vplyvov priamych zahraničných investícií na ekonomiku ako je napríklad repatriácia kapitálu.

LITERATÚRA

1. Hošková, A.: Zahraničný kapitál v ekonomike Slovenska. Bratislava, IMFŠ NBS 1995
2. Hošková, A.: Zahraničný kapitál v ekonomike Slovenska, II.časť. Bratislava, IMFŠ NBS 1996
3. Hošková, A.: Komparácia vývoja PZI na Slovensku a v transformujúcich sa ekonomikách. Bratislava, IMFŠ NBS 2000
4. National Bank of Hungary: Foreign Direct Investment Hungary 1995-2003. Budapest, MNB 2005
5. Mandel, M – Tomšík, V.: Monetárni Ekonomie v malé a otvorené ekonomice. Praha, Management Press 2003
6. Jankovská, A. a kol.: Medzinárodné Financie. Bratislava, Edícia Ekonóm 2003
7. Balance of Payments Manual, the Fifth Edition. Washington, IMF 1993
8. Rivera-Batiz, F. L. a Rivera-Batiz, L. A.: International finance and open economy macroeconomics, the Second Edition. NY, MacMillan 1994
9. Efekty prímich zahraničných investíc na platobní bilanci. Praha, Newton Holding a.s. 2003
10. VÚB: Špeciálny komentár – Poznámka k finančným tokom PZI na Slovensku. 30. jún 2004
11. Helísek, M.: Měnové Krize. Praha, Professional Publishing 2004
12. Správa o menovom vývoji SR za 1. polrok 2004. NBS 2004
13. Národná banka Slovenska - www.nbs.sk
14. Česká Národní banka - www.cnb.cz
15. Maďarská Národní banka - www.mnb.hu
16. Poľská Národní banka - www.nbp.pl

Možnosti znižovania a eliminácie menového rizika v podmienkach slovenskej podnikateľskej praxe

Ing. Marcel Laznia, Ing. Valér Demjan - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

ABSTRAKT

Exchange risk management

Riadenie menového rizika je v podmienkach slovenskej ekonomiky jednou z možností, ako sa vyhnúť turbulenciám na devízovom trhu. Zaistiť sa proti menovému riziku je možné prostredníctvom menových derivátov (forward, swap, opcia), ktoré sú voľne dostupné na slovenskom finančnom trhu, alebo využitím techník mimoderivátového trhu, ktorými sú napríklad: prirodzený hedging, zaistenie prostredníctvom výberu vhodnej meny, stratégia zaplať teraz/zaplať neskôr, zaistenie prostredníctvom peňažného trhu.

KEÚČOVÉ SLOVÁ: zabezpečenie, menový kurz, deriváty, menový forward, menová opcia, prirodzený hedging

ABSTRACT

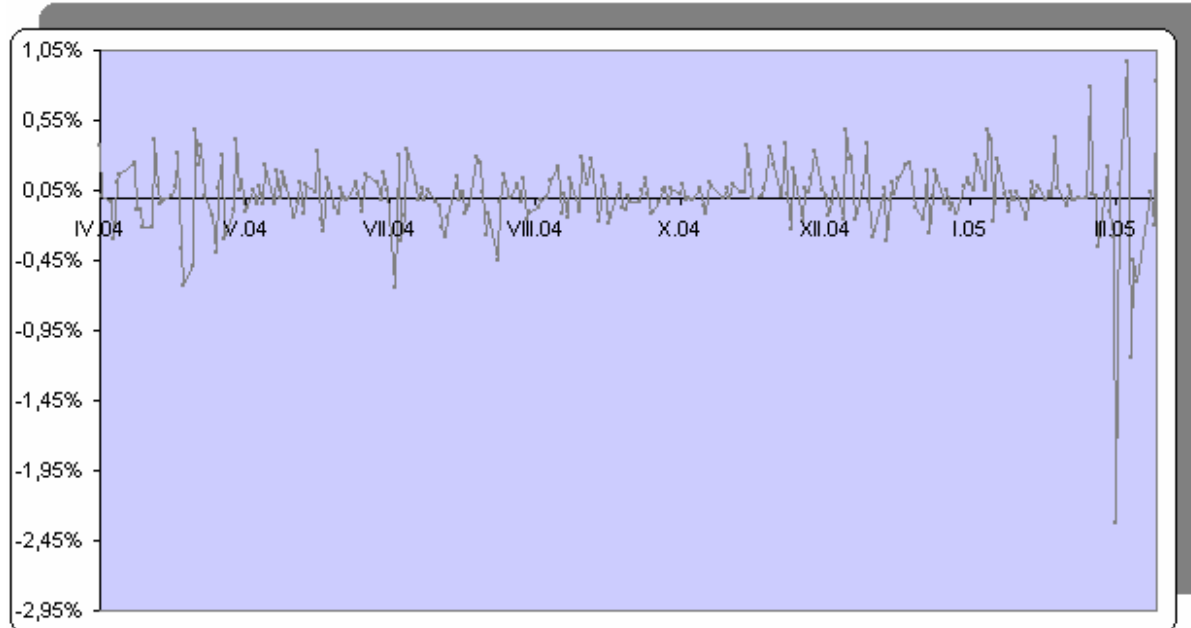
Conducting the currency exposure (risk) is one of the possible choices how to get hedged against the fluctuations and turbulence in the foreign currency market when speaking about the Slovak national economy and environment. There are many possibilities how to hedge against mentioned exposure, one of which is to use the currency derivatives (forward, swap, options). These derivatives are free to access in the Slovak financial market. Another possibility is to take advantage of using the OTC market techniques, which are as follows: natural hedging, hedging through the right (appropriate) currency choice, strategy also referred to as pay now/pay later on, hedging through the monetary market.

KEY WORDS: hedging, exchange rate, derivatives, currency forward, currency option, natural hedging

V poslednom čase sú podnikateľské subjekty viac ako v minulosti vystavené nečakaným a vo väčšine prípadov ťažko predikovateľným zmenám hlavných ekonomických parametrov. Keďže tieto skutočnosti dokážu výraznou mierou negatívne ovplyvniť hospodárenie týchto subjektov, je preto dôležité aby podniky v prvom rade identifikovali prípadne riziká plynúce so zmeny základných ekonomických fundamentov a dokázali na ne vhodne reagovať. V tomto článku sa pokúsime zhrnúť základne techniky riadenia menových rizík s využitím všeobecne dostupných finančných nástrojov a aktív.

V podmienkach slovenskej podnikovej praxe je jedným z najvolatilnejších ekonomických parametrov nominálny kurz slovenskej koruny (viď. graf 1). Slovenská koruna vyjadrená vzhľadom k euru za posledný rok (od 1.4. 2004 do 31.3 2005) posilnila o 3,32 %.

Graf 1: Jednodenné výnosy SKK voči EUR (v %)⁵⁸



Zdroj: NBS a autori

Posilňovanie koruny napr. voči euru je všeobecné výhodné pre importérov, resp pre subjekty, ktoré majú krátku pozíciu v eurách. Naopak takéto posilňovanie je nevýhodné pre firmy, ktoré majú dlhé pozície v eurách (ide predovšetkým o slovenských exportérov) a predstavuje pre nich potenciálne riziko. Proti takémuto riziku sa dá zaistiť⁵⁹. Najčastejšou formou menového hedgingu je využitie finančných derivátov, pričom v praxi je možné za istých podmienok použiť aj zaistenie mimo derivátového trhu.

Riadenie menového rizika bez použitia finančných derivátov

Výhodou tohto spôsobu riadenia menového rizika, je oproti derivátom jeho jednoduchosť všeobecná dostupnosť a predovšetkým nízka nákladovosť.⁶⁰ Naopak záporom je nie vždy 100%-ná ochrana proti menovému riziku, pretože nejde vždy o čisté zaistenie.

Prirodzený hedging

Najjednoduchšou formou, ako eliminovať menové riziko, je úplne sa mu vyhnúť. To sa dá dosiahnuť vtedy, ak platby tak aj úhrady sú vykonávané v tej istej mene. Samozrejme v praxi sa to nedá dosiahnuť so stopercentným úspechom, pretože málo firiem má príjmy a výdavky len v jednej mene. V takom prípade je riešením tzv. netting, čo znamená vzájomné vyrovnávanie dlhých a krátkych pozícií v tej istej mene. V praxi to znamená, že ak firma má významné príjmy (napr. z exportu tovarov a služieb) v eurách, tak významné výdavky (napríklad splátky prijatého úveru) by mala mať splatné tiež v eurách.

O prirodzený hedging, resp. netting ide aj v prípade poslednej privatizácie Slovenských elektrární, keďže príjem v eurách bude použitý len na splatenie zahraničného dlhu vlády SR.

Táto forma zaistenia je najlacnejšou možnosťou, avšak nezabezpečuje úplne krytie menového rizika, ak výdavky nie sú 100% kryté výdavkami v rovnakej mene.

⁵⁸ + znamená posilnenie SKK vzhľadom k EUR.

⁵⁹ hedging = zaistenie

⁶⁰ Jílek [2] uvádza, že deriváty predstavujú lákavú formu zaistenia, avšak ich zložitosť a pomerne veľké náklady, ktoré sú s nimi spojené, znemožňujú použitie pre potreby malých a stredne veľkých firiem.

Zaistenie prostredníctvom výberu vhodnej meny

Kým zaistenie menového rizika prostredníctvom derivátov je v všeobecne známe, technike voľby správnej meny sa nevenuje veľká pozornosť. Dôvodom je aj jej horšie uplatnenie v praxi pre malé a stredné podniky, pričom subjekty s dominantným postavením na trhu zväčša uprednostňujú zaistenie prostredníctvom derivátov.

Základom tejto techniky je presun rizika na obchodného partnera výberom vhodnej meny. Tým subjektu odpadávajú ďalšie náklady spojené s elimináciou kurzového rizika. Výber vhodnej meny znamená, že napr. slovenský exportér od svojho zahraničného odberateľa žiada uhradiť tovar, resp. služby v domácej mene (slovenskej korune). Už z tohto ilustratívneho príkladu je zrejmé, že takýto exportér by musel mať na trhu významné postavenie, aby si mohol diktovať preňho jednoznačne priaznivé podmienky. V praxi však nedochádza k presunu celého rizika na jedného partnera, ale po vzájomnej dohode k jeho prerozdeleniu. To znamená, že v našom prípade by časť exportu bola uhradená v jednej mene (SKK) a časť v druhej mene. Alternatívnym riešením je voľba umelej košovej menovej jednotky. V takom prípade sa najčastejšie používa SDR⁶¹. Výhodou menového koša, je nižšia volatilita, ako je to pri jednotlivých menách, čím sa samozrejme znižuje menové riziko. Technika zaistenia s pomocou košovej jednotky našla svoje uplatnenie v prípadoch, keď subjekty vstupujú do dlhodobých kontraktov. Vystavovanie sa dlhodobej devízovej expozícií im tak neumožňuje využiť najčastejšie používané formy zaistenia pomocou forwardov alebo opcí.

Stratégia zaplat' teraz/zaplat' neskôr

Ďalšou technikou, ktorou môžu firmy znižovať svoju devízovú expozíciu je stratégia zaplat' teraz/zaplat' neskôr. Jej podstata spočíva (napríklad pri otvorenej krátkej pozícií v zahraničnej mene) v skoršej úhrade platieb (záväzkov) u mien, pri ktorých sa predpokladá, že ich hodnota vyjadrená v jednotkách domácej meny sa v blízkej budúcnosti zvýši (zahraničná mena sa posilní), respektíve pozdržanie platieb u mien, ktorých hodnota (vyjadrená v jednotkách domácej meny) sa zníži (zahraničná mena sa oslabí).

Pri pohľadávkach platí presne opačný postup. Firmy využívajúce túto techniku znižovania kurzového rizika sa snažia donútiť svojich partnerov, aby im zaplatili čo najskôr v zahraničných menách, ktorých hodnota sa v budúcnosti podľa ich očakávania zníži (oslabí). Naopak ak subjekty očakávajú posilnenie meny, na ktorú znie záväzok, snažia sa o oddialenie zaplatenia takejto faktúry (viď. obr. 1).

Obrázok 1: Využitie stratégie zaplat' teraz/zaplat' neskôr pri dlhej devízovej pozícií



Zdroj: autori

⁶¹ SDR Special Drawing Rights – umelá jednotka Medzinárodného menového fondu pozostávajúca zo 4 najvýznamnejších svetových mien (SKK, EUR, EUR, JPY)

Zaistenie prostredníctvom peňažného trhu

Teto druh hedgingu už má charakter zaistenia prostredníctvom derivátového trhu. Používa sa vtedy ak nie je možné využiť napr. menové forwardy, aby sme uzavreli otvorenú devízovú pozíciu.

Ak napríklad má slovenská firma otvorenú dlhú devízovú pozíciu v eurách (napr. export), jednou z možností, ako sa zaistiť proti nepriaznivej zmene kurzu (posilnenie SKK), je aj kombinácia troch operácií na spotovom (okamžitom) trhu (pôžička v zahraničnej mene v sume, ktorá sa rovná oddiskontovanej hodnote otvorenej devízovej pozícii slovenskej firmy; menová konverzia EUR na SKK aktuálnym spotovým kurzom; vklad konvertovanej sumy v SKK na dané obdobie). Predpokladajme, že slov. exportér vyviezol tovar v hodnote 100 000 EUR. Suma bude splatná až o tri mesiace. Počas tohto obdobia sa firma vystavuje devízovej expozícii. V prípade posilnenia SKK voči EUR firma utrpí kurzovú stratu, naopak v prípade oslabenia koruny dosiahne kurzový zisk. Proti poklesu eura sa môže zaistiť aj pomocou operácií na spotovom trhu, pričom využije nasledovné operácie:

1. požičia si eurá v súčasnej hodnote 99 477,74 EUR⁶²
2. sumu v eurách konvertuje na koruny 3879631,86 SKK⁶³
3. sumu v korunách nechám úročiť 3 mesiace, pričom konečný výsledok pri 3 percentnom úročení korún bude po troch mesiacoch 3908729,10 SKK⁶⁴

Po troch mesiacoch firma splatí pôžičku (100 000 EUR) z príjmov od obchodného partnera obdrží 3 908 729,10 SKK. Takýmto spôsob sa firma vyhla devízovému riziku, pretože po troch mesiacoch (bez ohľadu na vývoj na devízovom trhu) dostane za 100 000 EUR stále tú istú sumu v SKK. Takéto zaistenie je totožné napríklad so zaistením prostredníctvom 3-mesačného menového forwardu pri kurze 39,09 SKK/1 EUR.

Riadenie menového rizika s použitím finančných derivátov

Oveľa častejšou formou zaistenia sa proti menovému riziku je vyžívanie jednoduchších a zložitejších schém a techník s využitím derivátov (vid' tab2). V tejto časti za bližšie budeme venovať zaisteniu otvorenej devízovej pozície (s ohľadom na domáce prostredie) pomocou menových forwardov a menových opcií⁶⁵.

Zaistenie na forwardovom trhu

Túto formu eliminácie menového rizika vysvetlíme na základe hypotetického príkladu. Predpokladajme, že slovenský podnik A exportuje tovary podniku B a účtuje si 10 mil. EUR splatných do jedného roka. Úroková miera na peňažnom trhu a výmenný kurz sú dané nasledovne:

Úroková sadzba na EUR je 2,1% p.a.

Úroková sadzba na SKK je 3 % p.a.

Spotový kurz (*S_t*) EUR/SKK je 39

Jednoročný forward (F) EUR/SKK je 39,34

Najrozšírenejším a najpopulárnejším spôsobom zaist'ovacích transakcií sú **forwardové kontrakty na menu**. Vo všeobecnosti, spoločnosť môže predat' (kúpiť) svoj forward na zahraničnú menu (keďže ma pohľadávky a záväzky v cudzej mene) za účelom eliminácie kurzového rizika. Vo vyššie spomenutom príklade, aby sa spoločnosť zaistila voči kurzovému riziku, spoločnosť môže jednoducho predat' forward týkajúci sa jeho pohľadávok v EUR v hodnote 10 mil., 10 mil. EUR za dodávku do jedného roka, a následne výmenu za dané množstvo v SKK. V čase expirácie (splatnosti) kontraktu, spoločnosť bude musieť doručiť 10 mil. EUR do banky, ktorá predstavuje náprotivok

⁶² Pri úrokovej sadzbe na eurá = 2,1 % p.a.; $99477,74 = \left(\frac{100000 \text{ EUR}}{(1 + 0,021 \cdot 0,25)} \right)$

⁶³ Pri kurze 1EUR = 39,000 SKK

⁶⁴ Pri úrokovej sadzbe na SKK 3 % p.a.

⁶⁵ Využitie napr. menových futurít vzhľadom k slovenským podmienkam by bolo len čisto teoretickou záležitosťou.

podniku A, a na oplátku prevezme dodávku v hodnote 393,4 mil. SKK ($39,34 \cdot 10$ mil.), bez ohľadu na to, či spotová cena je v čase realizácie kontraktu vyššia. Podnik A samozrejme použije 10 mil. EUR, ktoré dostane od podniku B za účelom naplnenia kontraktu. Keďže pohľadávky podniku A (držané v EUR) sú presne vyrovnané a uhradené v EUR (vytvorenými práve forwardovým kontraktom) čisté riziko (v EUR) je nulové.

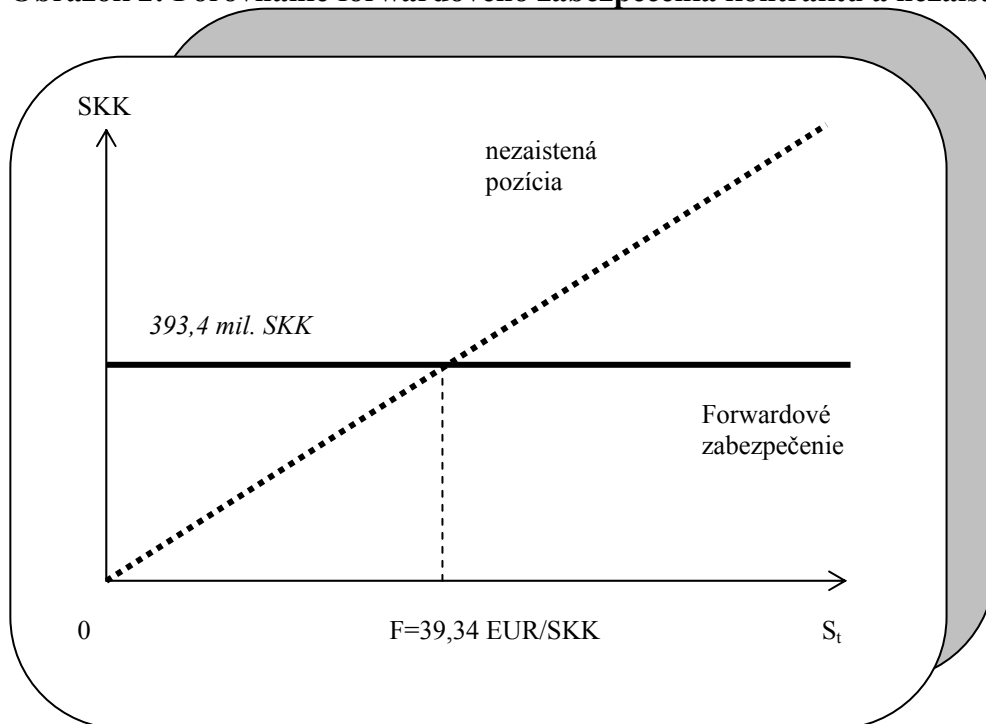
Keďže podnik A má istotu, že mu bude vyplatených v SKK 393,4 mil. SKK od banky, ktorá je profajškom kontraktu, korunové zisky z predaja s podnikom B v budúcnosti nebudú vôbec ovplyvnené zmenami vo výmennom kurze. Keď už podnik A vstúpi do kontraktu, neistota vyplývajúca z výmenného kurzu sa stáva nepodstatnou. Obrázok č.2 ilustruje, ako korunový výnos z predaja s podnikom B bude ovplyvnený budúcim spotovým výmenným kurzom, keď toto kurzové riziko nebude zaistené. Obrázok ukazuje, že korunové výnosy vyplývajúce z forwardového zaistenia budú vyššie než tie, ktoré vyplývajú z nezaistenej pozície, ak budúci spotový výmenný kurz bude nižší než kurz forwardový, ktorý je $F=39,34$ EUR/SKK a opak nastane, ak budúci spotový výmenný kurz bude vyšší, než forwardový kurz. V posledne spomenutom prípade podnik A má príležitosť profitovať zo silného eura, pokiaľ sa nezaistí na forwarde.

Predpokladajme, že v deň expirácie forwardového kontraktu, spotový výmenný kurz bude 39,1 EUR/SKK, čo predstavuje menej, ako forwardový výmenný kurz, ktorý je 39,34 EUR/SKK. V tomto prípade, podnik A by dostal 391 mil. SKK, skôr ako 393,4 mil. SKK, ak by nebol uzavrel forwardový kontrakt. Teda môžeme povedať, že podnik A získal 2,4 mil. SKK na tomto forwardovom zaistení. Je ale nutné podotknúť, že podnik A takto nezíska vždy. Ak by bol spotový výmenný kurz napríklad 39,5 EUR/SKK v deň expirácie, potom podnik A by mohol získať 395 mil. SKK z nezaisteného kontraktu. Takže ex post je kožné povedať, že forwardové zaistenie stálo podnik A 1,6 mil. SKK.

Zisky a straty z forwardového zaistenia sú načrtnuté v tabuľke č.1 a na obrázku č.3. Zisk/stratu je možné vypočítať nasledovne:

$$\text{Zisk} = (F - S_t) \cdot 10 \text{ mil. EUR}$$

Obrázok 2: Porovnanie forwardového zabezpečenia kontraktu a nezaistenej pozície



Zdroj: autori

Je zřejmé, že zisk bude pozitívny, pokiaľ forwardový výmenný kurz je vyšší ako spotový

výmenný kurz v deň expirácie, t.j. $F > S_t$ a zisk bude negatívny (pôjde v podstate o stratu), ak bude platiť opak, teda $F < S_t$. Ako ukazuje obrázok č.3, podnik A môže teoreticky získať až 393,4 mil. SKK keď euro oslabí To je avšak nepravdepodobné, keďže nejestvuje limit možnej straty.

Tabuľka 1: Zisk a strata v SKK pri forwardovom zabezpečení kontraktu

Spotový kurz EUR/SKK	Výnosy v SKK		Zisk/Strata SKK ²
	Nezaistená pozícia	Forward	
39	390000000	393400000	3400000
39,1	391000000	393400000	2400000
39,34¹	393400000	393400000	0
39,5	395000000	393400000	-1600000
39,8	398000000	393400000	-4600000

¹ 39,34 – forwardový kurz

² Zisk/strata – rozdiel medzi forwardovým zabezpečením a nezaistenou pozíciou

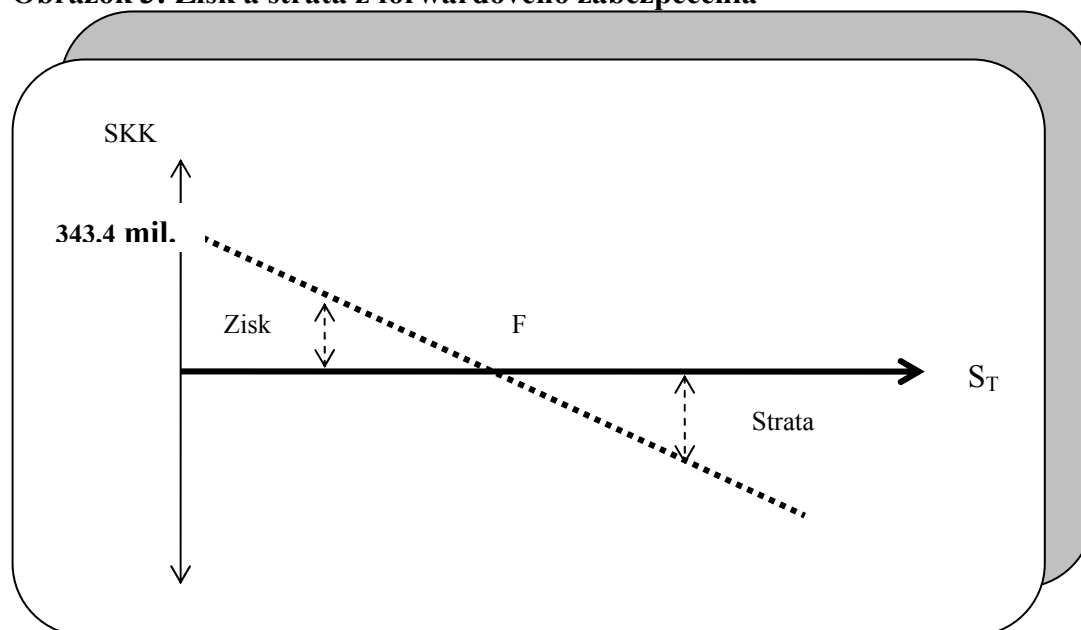
Zdroj: autori

No podnik sa musí rozhodnúť vopred, či sa zaistí, voči výkyvom výmenného kurzu alebo nie. Pomôcť podniku rozhodnúť sa, či je pre ňu užitočné zaistiť sa môžu tri nasledujúce alternatívy (scenáre), pre ktoré platí:

1. $S_t = F$
2. $S_t < F$
3. $S_t > F$

S_t – predstavuje pre podnik očakávaný spotový kurz platný v deň expirácie.

Obrázok 3: Zisk a strata z forwardového zabezpečenia



Zdroj: autori

V prípade prvej alternatívy podnik očakáva spotový kurz (S_t) rovný kurzu forwardovému (F). Očakávané zisky a straty sú teda rovné nule. Avšak forwardové zaistenie eliminuje riziko vyplývajúce z fluktuácie výmenného kurzu. Inými slovami, podnik môže eliminovať kurzové riziko bez toho, aby obetoval akékoľvek korunové výnosy z predaja zahraničnej meny. V tejto alternatíve je podnik motivovaný zaistiť sa pokiaľ to predstavuje averziu k riziku. Je nutné vziať do úvahy, že táto alternatíva sa stáva platnou, ak je forwardový kurz tzv. nezaujatým prediktorom spotového kurzu v budúcnosti.

Pri druhej spomenutej alternatíve, kde podnikom očakávaný spotový výmenný kurz bude menší ako ten forwardový, podnik teda očakáva pozitívny zisk z forwardového zaistenia. Keďže podnik očakáva nárast, zvýšenie korunových ziskov za súčasnej eliminácie kurzového rizika, bude mať väčší záujem zabezpečiť sa práve v prípade tejto druhej alternatívy viac, ako v prípade prvej menovanej. Táto druhá alternatíva avšak implikuje, že manažment takéhoto podniku nesúhlasí s predikciami trhového konsenzu, čo sa týka budúceho spotového kurzu, ako sa to odzrkadľuje vo forwardovom kurze.

V prípade tretej alternatívy, na druhej strane, kde podnikom očakávaný spotový kurz je vyšší, než ten forwardový, podnik môže znížiť riziko fluktuácie výmenného kurzu prostredníctvom forwardového kontraktu len vo výške znížených očakávaných korunových výnosov z predaja cudzej meny. Teda podnik bude mať menší záujem zaistiť sa v prípade tejto alternatívy za podmienky, že všetky ostatné veci, podmienky ostávajú rovnaké. Aj napriek nižším očakávaným korunovým výnosom podnik môže stále ukončiť zaistenie. Či sa podnik vlastne zaistí alebo nie závisí od stupňa averzie voči riziku. Čím viac riziko averzný podnik je, tým pravdepodobnejšie sa voči tomuto riziku zaistí. Z pohľadu zaistujúcej firmy/spoločnosti, redukcia korunových výnosov môže byť chápaná implicitne ako „poistná prémie“ uhradená za účelom vyhnutia sa hazardu kurzového rizika.

Podnik môže využiť futures kontrakt na menu skôr ako forwardový kontrakt, aby sa zaistil. Avšak, futures kontrakty nie sú až tak primerané ako forwardové kontrakty pre účely zaistenia, a to z dvoch príčin. Po prvé, na rozdiel od futures kontraktov, forwardové sú nastavené na potreby podniku. Futures kontrakty sú štandardizované nástroje, a to v zmysle veľkosti kontraktu, dátumu dodávky, atď. Vo väčšine prípadov sa preto podnik môže zaistiť len približne. Po druhé, z dôvodu marking-to market vlastnosti, jestvujú dočasné hotovostné toky cash-flow pred dátumom expirácie futures kontraktov, ktoré by mohli byť investované pri neistých úrokových mierach. Výsledkom je, že presné zaistenie by bolo znova príliš obtiažne.

Zaistenie na opčnom trhu

Jedným z možných nedostatkov oboch možných zaistení, a to tak na forwardovom ako aj na peňažnom trhu je fakt, že tieto metódy kompletne eliminujú riziko fluktuácie výmenného kurzu. Následne teda sa musí podnik vzdať možnosti profitovať z pozitívnych zmien vo výmennom kurze. Aby sme rozviedli tento poznatok, vráťme sa späť na začiatku uvedenému príkladu a predpokladajme, že spotový kurz bude 39,50 SKK za EUR v deň expirácie forwardového kontraktu. V tomto prípade by forwardové zaistenie podnik stálo 1,6 mil. SKK v zmysle ušlých korunových tržieb. Ak by podnik A naozaj uzavrel forwardový kontrakt, oľutoval by takéto rozhodnutie. S jeho pohľadávkami denominovanými v EUR by sa podnik A chcel chrániť len v prípade oslabenia kurzu EUR, zatiaľ čo by si chcel uchovať možnosť ťažiť z posilnenia EUR. Opcie na menu umožňujú takéto flexibilné opčné zaistenie voči kurzovému riziku. Všeobecne povedané, podnik môže nakúpiť/predať call/put opciu na cudziu menu za účelom zaistenia sa, keďže má v držbe pohľadávky v cudzej mene.

Na to, aby sme ukázali, ako funguje zaistenie prostredníctvom opcií, predpokladajme, že na OTC trhu kúpi podnik A put opciu na 10 mil. EUR s realizačnou cenou 39,34 EUR/SKK a s jednoročnou maturitou. Predpokladajme, že opčná prémie (cena opcie) bola 0,1 EUR/SKK. Podnik A teda zaplatil 1 mil. SKK (t.j. 0,1 SKK . 10 mil.) za opciu. Táto transakcia umožňuje podniku A (dáva podniku A možnosť, nie povinnosť) prediť až 10 mil. EUR za výmenný kurz 39,34 EUR/SKK, bez ohľadu na budúci spotový výmenný kurz.

Teraz predpokladajme, že spotový kurz sa zmení na 39,10 EUR/SKK v deň expirácie. Keďže podnik A má právo prediť každé EUR za 39,34 SKK, v tomto prípade určite využije svoju put opciu na EUR a konvertuje spomenutých 10 mil. EUR na 393,4 mil. SKK. Najväčšia výhoda zaistenia sa opciou je teda tá, že samotný podnik sa môže rozhodnúť, či zrealizuje a využije svoju opciu, a to na základe spotového kurzu v deň expirácie. Vráťme sa teda naspäť k podniku A, ktorý zaplatil 1 mil. SKK za opciu vopred. Ak vezmeme do úvahy časovú hodnotu peňazí, tento výdavok uskutočnený vopred je rovný sume 1,03 mil. SKK (= 1 mil. . 1,03) ku dňu expirácie. To znamená, že v prípade

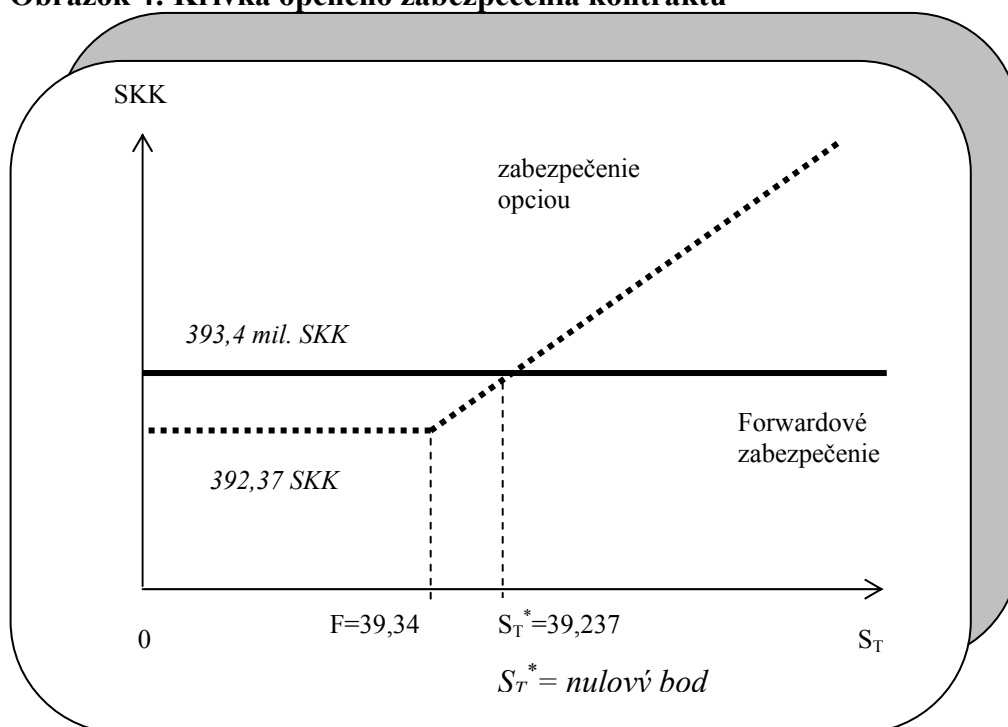
zaistenia opciou, čisté korunové výnosy z predaja (transakcia s podnikom B) predstavujú 392,37 mil. SKK, (t.j. 393,4 mil. – 1,03 mil. SKK).

Keďže podnik A využije svoju put opciu na EUR kedykoľvek budúci spotový kurz klesne pod realizačnú cenu 39,34 SKK, je istený týmto „minimálnym“ korunovým príjmom vo výške 392,37 mil. SKK z predaja (transakcia s podnikom B).

Ďalej vezmime do úvahy alternatívny scenár, kde EUR posilní na páre EUR/SKK. Predpokladajme, že spotová cena je 39,8 EUR/SKK v deň expirácie. V tomto prípade podnik A nebude mať v úmysle zrealizovať opciu. Radšej ponechá túto opciu exspirovať a konvertuje tých spomínaných 10 mil. EUR na 398 mil. SKK za aktuálny kurz (spotový). Odčítajúc 1,03 mil. SKK, ako opčné náklady, čistý korunový výnos bude 396,97 mil. SKK v prípade opčného zaistenia sa podniku A. Ako bolo predpokladané v tejto alternatíve, opčné zaistenie umožňuje podniku limitovať nevýhodu, zatiaľ čo akoby „uchováva“ opozitnú možnosť. Avšak podnik musí za túto flexibilitu zaplatiť, a to opčnú prémii, resp. cenu opcie.

Vo financiách nič nie je zadarmo – za všetko sa musí platiť. Musíme si uvedomiť, že tak forwardové zaistenie ako aj zaistenie na peňažnom trhu nejednajú bez počiatkových nákladov.

Obrázok 4: Krivka opčného zabezpečenia kontraktu



Zdroj: autori

Tabuľka č.2 prezentuje čisté korunové výnosy z predajnej transakcie s podnikom B pri použití opčného zaistenia a to pre príklad niekoľkých možných budúcich výmenných kurzov. Totožné výsledky sú zakreslené na obrázku č. 4. Ako tento obrázok ilustruje, opčné zaistenie stanovuje „podlahu“, teda minimálne korunové výnosy. Budúce korunové výnosy budú minimálne 392,37 mil. SKK v prípade opčného zaistenia. O podnik A teda môžeme povedať, že má zabezpečenú politiku poistenia sa voči hazardu kurzového rizika. Počiatkové náklady podniku A sú vo výške 1,03 mil. SKK, ktoré sa objavili na začiatku, môžu byť explicitne považované za poistnú prémii

Tabuľka 2: Korunové výnosy pri opčnom zabezpečení

Spotový kurz EUR/SKK	Uplatnenie opcie	Výnos SKK	Opčná prémia	Čistý výnos SKK
39	Uplatní	393400000	1030000	392370000
39,1	Uplatní	393400000	1030000	392370000
39,34¹	Neutrálny	393400000	1030000	392370000
39,5	Neuplatní	395000000	1030000	393970000
39,8	Neuplatní	398000000	1030000	396970000

¹39,34 – forwardový kurz

Zdroj: autori

Obrázok č.4 taktiež porovnáva výnosy z forwardového a opčného zaistenia. Ako ukazuje obrázok, opčné zaistenie dominuje nad forwardovým v prípade budúceho spotového kurzu vyššieho než 39,237 EUR/SKK. Zatiaľ čo opak platí pre spotový kurz menší ako 39,237 EUR/SKK. Podnik A bude indiferentný čo sa týka rozhodnutia medzi týmito dvoma zaisteniami v prípade tzv. „zlomového“ spotového kurzu vo výške 39,237 EUR/SKK. Ide o výmenný kurz, pri ktorom podnik ani nezíska ani nestratí. Tento zlomový kurz, ktorý je užitočný v prípade výberu zaistovacej metódy, môže byť určený nasledovne:

$SKK (10 \text{ mil.})St - SKK 1,03 = SKK 393,4 \text{ mil.}$

Riešením tejto rovnice dostaneme vyššie spomenutý spotový kurz $St = EUR/SKK 39,237$ ktorý pre podnik predstavuje kurz nezabezpečujúci ani zisk ani stratu. Čiže ide o neziskový kurz. Analýzy tohto neziskového kurzu navrhujú/predpokladajú, že ak podnikom očakávaný budúci spotový kurz je vyšší (nižší) ako ten neziskový, potom opčné (forwardové) zaistenie môže byť podnikom preferované. Je to avšak iné, ako v prípade forwardových kontraktov, ktoré majú len jediný forwardový kurz pre danú expiráciu, zatiaľ čo pre opčné jestvuje viacero realizačných cien/kurzov. V predchádzajúcej diskusii sme pracovali s opciou, ktorej realizačná cena bola 39,34 EUR/SKK. Ak vezmeme do úvahy, že podnik A disponuje pohľadávkami denominovanými v EUR, zvädza nás to myslieť si, že by to pre podnik A bola dobrá myšlienka kúpiť put opciu s vyššou realizačnou cenou a tým by si zvýšil podnik A minimálne korunové tržby z predaja (transakcia s podnikom B). Avšak okamžite nám je jasné, že tomu tak nebude, keďže podnik A bude musieť zaplatiť vyššiu opčnú prémii. A znova teda platí staré povestné, že nič nie je zadarmo a že za všetko sa platí. Voľba realizačnej ceny pre opčný kontrakt jednoznačne závisí na rozsahu do ktorého si podnik praje niesť kurzové riziko. Napr. ak je cieľom podniku len vyhnúť sa nevýhodnému kurzu (to je napr. markantná depreciácia kurzu EUR v príklade s podnikom A), tak by mal byť vzatý do úvahy nákup out-of-money opcie s nízkou realizačnou cenou, za účelom šetrenia nákladov.

ZÁVER

V tejto hektickej dobe sú podnikateľské subjekty vystavené nečakaným a vo väčšine prípadov ťažko predikovateľným zmenám hlavných ekonomických parametrov (v slovenských podmienkach ide predovšetkým o devízový kurz). Devízový kurz dokáže výraznou mierou negatívne ovplyvniť hospodárenie podnikateľského subjektu, je preto dôležité aby podniky v prvom rade identifikovali prípadne riziká plynúce so zmeny devízových kurzov a dokázali na ne vhodne reagovať. V tomto článku sme sa pokúsili zhrnúť základne techniky zabezpečenia sa proti devízovým rizikám s využitím finančných nástrojov dostupných na finančnom trhu.

Zo všetkých možností zaistenia sa proti devízovým rizikám sme vybrali techniky hedgingu, s ktorými sa môže bežne stretnúť širokú podnikateľskú verejnosť. Ide hlavne o zabezpečenie sa pomocou finančných derivátov (menové forwardy a OTC opcie – klasické a exotické). Menej využívanými metódami sú techniky zaistenia sa mimo derivátového trhu. Táto možnosť je vhodná hlavne pre malé a stredné podniky, vzhľadom ku svojej jednoduchosti a finančnej nenáročnosti.

ZDROJE

Knihy

1. EUN, C.-RESNICK, B. *International Financial Management, 2nd edition*. New York: McGraw-Hill, 2001. 524 s. ISBN 0-07-231825-2
2. JÍLEK, J. *Finanční a komoditní deriváty*. Praha: Grada Publishing, 2002. 624s. ISBN 80-247-0342-4
3. HULL, J. *Options, futures, & other derivatives, 5th edition*. New Jersey: Prentice Hall, 2003. 744 s. ISBN 0-13-046592-5

Články

4. CORMAN, L. *Hedging risk without derivatives*. Treasury & Risk Management, 1997, číslo 7, s 44, ISSN 1067-0432
5. JESSWEIN, K. –KWOK, C. –FOLKS, W. *Corporate Use of Innovative Foreign Exchange Risk Management Products*. Columbia Journal of World Business, 1995, fall, s. 70
6. NATHAN, J. *Hedging Foreign Exchange Risk: How Does it Work in Practice?* Long Range Planning; 1999 číslo2, s. 75-81, ISSN 0024-6301

Internet

7. <http://www.nbs.sk>
8. VAŇO, V. *Za predaj SPP vláda rozdelila 130 miliárd korún, v skutočnosti dostane len 121 miliárd* [online]. 2002, posledná aktualizácia.2002 [cit. 2002-07-12]. Dostupné z <http://www.profini.sk>.

Opodstatnenosť poistenia privátneho majetku

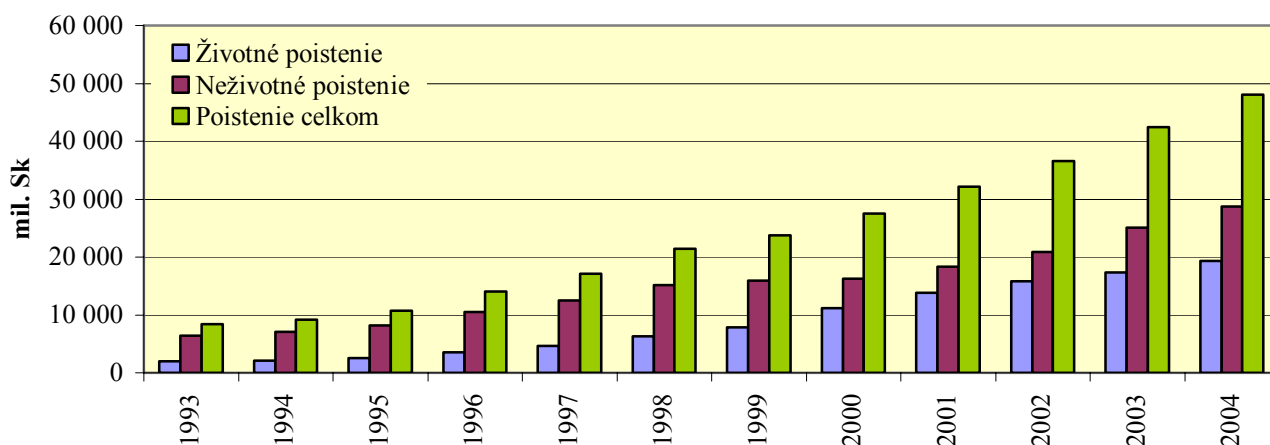
Ing. Zuzana Littvová - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

NEŽIVOTNÉ POISTENIE

Podstatou neživotného poistenia je objektívna existencia rizík ohrozujúcich každú ľudskú činnosť. Prirodzenou snahou človeka by malo byť znižovanie rizika a pravdepodobnosti strát z neho vyplývajúcich. Je faktom, že človek si dôležitosť poistenia dôsledne uvedomuje až vtedy, keď nastane udalosť, ktorá zasiahne do jeho života. Aj napriek tomu sa poistenie v súčasnosti stále viac využíva. Slovenský poistný trh možno považovať v jeho krátkej histórii fungovania za veľmi dynamicky sa rozvíjajúci a komunikujúci s okolitými krajinami.

Prehľad o predpísanom poistnom spolu s predpísaným poistným v životnom poistení je uvedený v grafe č. 1⁶⁶.

Graf č. 1: Podiel neživotného a životného poistenia v SR za obdobie rokov 1993 - 2004 podľa výšky predpísaného poistného



Za rok 2004 sa na našom poistnom trhu predpísalo takmer 49 miliárd Sk, z čoho na neživotné poistenie pripadlo 28,8 mld. Sk. Pomer životného a neživotného poistenia predstavuje hranicu 40:60. Vo vyspelých ekonomikách je tento pomer 50:50, dokonca životné poistenie presahuje 50% z celkového objemu predpisu. Na slovenskom poistnom trhu je neustále v popredí neživotné poistenie. K danému pomeru nemalou mierou prispievajú neprestajne zvyšujúce sa sadzby pri zodpovednostných a majetkových poisteniach, ale aj predstava a potreba zvýšenej ochrany majetku, s čím súvisí snaha o zabránenie straty vlastných vecí. Je pravdou, že poistenie majetku je v dnešnej dobe nevyhnutnosťou, bez ktorej sa prakticky nezaobídeme.

Poistenie privátneho majetku

Poistná ochrana sa zameriava na škody, ktoré môžu vzniknúť na majetku fyzickej osoby, či už na nehnuteľnosti alebo hnutelných veciach v nej sa nachádzajúcich. Nehnuteľnosť sa poisťuje v prípade bytu v osobnom vlastníctve, rodinného domu dostavaného alebo vo výstavbe. Na hnutelné veci sa vzťahuje poistenie domácnosti. V súčasnosti na našom poistnom trhu nájdeme širokú škálu produktov rôznych poisťovní ponúkajúcich práve tento poistný produkt. Ich striktné porovnanie je

⁶⁶ Neauditované údaje Úradu pre finančný trh.

veľmi ťažké, pretože pri rovnakom poistnom sa pri jednotlivých poisťovniach môžu líšiť ako limity plnení, percentá spoluúčasť, tak aj výluky z poistenia, nutnosť pripoistenia resp. doplnkových poistení alebo samotné poistené riziká.

Poistené riziká môžu byť buď vymenované (čo nie je vymenované je vylúčené) alebo poistenie na všetky riziká (poistené je všetko okrem vymenovaných výluk). Vo všeobecnosti sa riziká rozdeľujú na:

- živelné riziká,
- krádež, lúpež, vandalizmus,
- poistenie skla,
- poistenie elektroniky,
- poistenie zodpovednosti.

Živelné riziká sa rozdeľujú na základné živelné riziká, ktorých krytie majú všetky poisťovne rovnaké. Zaraďuje sa k nim požiar, úder blesku, výbuch, pád lietadla, jeho častí alebo nákladu. Rozdiely nájdeme v ostatných živelných rizikách, kde dôležitú rolu zohráva poloha nehnuteľnosti, jej zaradenie do rizikovej, čiastočne rizikovej alebo bezrizikovej oblasti. Spomínané diferencie sa viažu k rizikám povodní, lavín, zosuvov pôdy. Nehnuteľnosti, pri ktorých dochádza k opakovaným udalostiam, sú takmer nepoistiteľné a poisťovne ich majú vo výlukách. Dôvodom je samotná podstata poistenia. Poistenie chráni pred neočakávanými a nepredvídateľnými rizikami. Časté záplavy resp. zosuvy lavín sú opakujúcimi sa, nepoistiteľnými javmi resp. poistiteľnými za cenu vysokej sadzby. Pravdepodobnosť vzniku poistnej udalosti je pri nich veľmi vysoká.

Ďalšou skupinu rizík sú **krádež, lúpež a vandalizmus**. Krádežou sa chápe odcudzenie veci po následne prekonanej prekážke. Lúpež je charakterizovaná ako násilné resp. pod hrozbou násillia odcudzenie veci. Pod vandalizmom sa rozumie zničenie veci, pričom sa rozlišuje vandalizmus zistený a nezistený resp. vnútorný a vonkajší.

Poistenie skla a poistenie elektroniky majú v poisťovniach vysokú škodovosť. Ak ich poisťovne kryjú tak väčšinou formou pripoistenia alebo doplnkového poistenia, príp. v základnom krytí s maximálnym limitom plnenia.

Pri **poistení zodpovednosti** rozoznávame poistenie zodpovednosti vyplývajúce z vlastníctva nehnuteľnosti a všeobecnú zodpovednosť. Kým poistenie z vlastníctva nehnuteľnosti sa viaže k vlastníctvu bytu, resp. rodinného domu a kryje zodpovednosť za škody spôsobené existenciou samotnej nehnuteľnosti, tak všeobecná zodpovednosť kryje zodpovednosť členov domácností v rozsahu ich právnej zodpovednosti.

Pri poistení majetku nemožno nespomenúť **novú a časovú cenu**. Základný rozdiel medzi nimi je, že pri poistení na novú cenu dostane poistený pri poistnej udalosti vyplatenú takú sumu, ktorá mu zabezpečí zaobstaráť si adekvátnu náhradu poisteného predmetu. Nová cena je obstarávacía cena novej veci. Časová cena je cena, ktorou je nová cena veci znížená o sumu zodpovedajúcu stupňu opotrebenia alebo znehodnotenia poisťovaného predmetu. Časovou cenou sa zväčša poisťujú stavby, ktorých vek je od kolaudácie 40 a viac rokov v závislosti od podmienok konkrétnej poisťovne.

Nemalú pozornosť si pri podpisovaní poistnej zmluvy zaslúži **stanovenie poistnej sumy**. Na zhodnotenie hodnoty majetku slúžia znalecké posudky, kúpne zmluvy, faktúry za výstavbu alebo postupy stanovovania poistných súm na základe prepočtov rozlohy nehnuteľnosti a sadzby za m² podľa sadzieb poisťovne. Správne stanovenie poistnej sumy ktorá zodpovedá poistnej hodnote je dôležité práve pri vzniku poistnej udalosti. Vtedy poisťovne skúmajú, na koľko percent zodpovedá výška poistnej sumy hodnote majetku.

Percento krytia sa môže od skutočnej hodnoty odlišovať zhruba 10-timi %⁶⁷. Ak je táto diferencía väčšia, ide o **podpoistenie**, resp. **nadpoistenie**. V prípade, že je v čase vzniku poistnej udalosti poistná suma stanovená poisteným nižšia ako poistná hodnota majetku, poisťovňa zníži alebo svoje plnenie kráti v rovnakom pomere, v akom je poistná suma k poistnej hodnote. Opačným

⁶⁷ V závislosti od konkrétnej poisťovne.

prípadoch je nadpoistenie, teda uzatvorenie poisťnej zmluvy na poistnú sumu presahujúcu hodnotu majetku. Uzatvorenie poisťnej zmluvy so zbytočne vysokou poistnou sumou je nevýhodné preto, že zaň poistený zaplatí zbytočne veľkú sumu poistného ale nemôže dostať viac ako je hodnota majetku

Zákonnosti o podpoistení a nadpoistení neplatia pri poisteniach na tzv. **prvé riziko**. Pri tomto poistení je poistná suma po dohode oboch zmluvných strán vedome znížená pod poistnú hodnotu. Uvedené poistenie sa zväčša uzatvára na predmety, ktoré majú pohyblivú hodnotu (peniaze, klenoty a šperky, veci umeleckej alebo historickej hodnoty, zbierky, elektronika,...). Hornou hranicou plnenia je poistná suma na prvé riziko. Takéto poistenie musí byť však výslovne uvedené v poisťnej sume.

Poistenie nehnuteľnosti bytu

Poistuje sa nehnuteľnosť bytu vo vlastníctve poisteného, ktoré sa dokladuje listom vlastníctva na byt resp. užívacím povolením, ktorým je platné kolaudačné rozhodnutie. Dôležité je preveriť, či s poistenou nehnuteľnosťou sú poistené aj súčasti stavieb a príslušenstvo nehnuteľnosti. Pod stavebnými súčasťami rozumieme veci, ktoré patria poistenému a sú poisteným určené na trvalé užívanie s predmetom poistenia. Každá poisťovňa má individuálne stanovené, čo stavebné súčasti zahrňujú. Mali by to byť:

- zariadenia, ktoré sú nutné k riadnemu užívaniu predmetu poistenia (dvere, okná, svetlíky, atď.),
- zariadenia, ktoré sa nedajú oddeliť od stavby bez použitia montážneho náradia (napr. umývadlá, ohrievače vody, domáce vodárne, bytové jadro, kuchynská linka, kotol, atď.),
- zariadenia, ktoré sú pevne zabudované, ale nie je ich možné oddeliť od stavby bez poškodenia (obklady, omietky, maľovky, lepené podlahové krytiny, parkety, plynové a vodovodné potrubia, murované kachle, krby, atď.).

Väčšina poisťovní poisťuje spolu s nehnuteľnosťou bytu aj priestory patriace k bytu tzv. príslušenstvo bytu (napr. pivnica, komora a pod.), pričom spolupoistenie je podmienené vstupom do uvedených priestorov len jeho užívateľom. K poisteniu sa môže viazať aj poistenie nebytových priestorov a porastov rastúcich na pozemku, patriacemu k bytovému domu. Zaujímavé je poistenie vedľajších stavieb ako napr. garáží, poľnohospodárskych objektov, drevární, kôlní, atď. pričom je dôležité, na akom pozemku sa nachádzajú. Zväčša poisťovne vyžadujú aby boli na pozemku, ktorý je uvedený v poisťnej zmluve ako miesto poistenia. V niektorých poisťovniach je automaticky k poisteniu nehnuteľnosti bytu dojednané aj poistenie zodpovednosti za škodu z vlastníctva bytu.

Poistenie nehnuteľnosti rodinného domu

Pri tomto poistnom produkte sa poisťuje nehnuteľnosť rodinného domu vo vlastníctve poisteného vrátane vedľajších budov, ktoré k nehnuteľnosti patria. Pod vedľajšími budovami sa rozumejú budovy spojené so zemou pevným základom, ktoré neslúžia na účely bývania. Poistenie sa môže vzťahovať ako na poistenie dokončeného rodinného domu, tak aj rodinného domu vo výstavbe. Vzhľadom na to, že rodinný dom vo výstavbe nemá také ochranné zabezpečenia ako dokončený rodinný dom, mali by byť poisteným zabezpečené základné požiadavky poisťovne na ochranu pred vstupom nepovolaných osôb. Poistený by sa mal oboznámiť, či sú alebo nie sú poistené aj stavebné súčasti a aké sú limity plnení poisťovne. Niektoré poisťovne ponúkajú k poisteniu rodinného domu vo výstavbe aj pripoistenia stavebného materiálu proti krádeži, vypožičaných stavebných mechanizmov alebo zodpovednosti za škodu vyplývajúcu z vlastníctva rodinného domu vo výstavbe.

Poistenie domácnosti

V poistení domácnosti sa poistenie vzťahuje na hnutel'né veci tvoriace zariadenie domácnosti, slúžiace k jej prevádzke alebo uspokojovaniu potrieb členov domácnosti. Rovnako aj pri poistení domácnosti je nutné dôkladne si preveriť, čo je kryté v základom poistení, čo sa dá pripoistiť alebo na čo sa môže uzavrieť doplnkové poistenie.

Predmetom poistenia domácnosti sú peniaze a cennosti, veci umeleckej, historickej, kultúrnej resp. zberateľskej hodnoty, vklady na vkladných knižkách, bicykle, výpočtová a audiovizuálna

technika, anténne systémy, elektronika, stavebné súčasti budov, atď. V tomto poistení sú diferencie medzi poisťovňami veľmi značné. Do poistenia domácnosti nemusí spadať poisťná ochrana len na hnutelné veci. Poistením môžu byť kryté aj náklady potrebné na odstránenie následkov škody, na nevyhnutnú výmenu zámkov, na náhradné ubytovanie členov domácnosti alebo výdavky súvisiace so zneužitím telefónu pri vlámaní. Poistenie sa takisto môže vzťahovať aj na odcudzenie vecí mimo poistenej domácnosti (napríklad na veci z bytu na internátoch, v oprave, servise, atď.), na odcudzenie lúpežným prepadnutím mimo miesta poistenia alebo odcudzenie vecí uložených v mimobytových priestoroch patriacich k poistenej domácnosti.

Ak to dovoľujú všeobecné poisťné podmienky, poistenie sa môže vzťahovať aj na odcudzenie vecí z domácnosti mimo našej republiky (napr. na dovolenke, atď.). Mnohé poisťovne do zariadenia domácnosti zaradili aj invalidné vozíky.

ZÁVER

Občiansky zákonník uvádza, že rovnakú nehnuteľnosť, nie je možné u viacerých poisťovateľov poistiť viackrát na to isté riziko. Ak by v takom prípade nastala poisťná udalosť, každá poisťovňa by vyplatila iba pomernú časť poistnej sumy tak, aby vyplatené poisťné plnenie nepresiahlo spôsobenú škodu. Toto obmedzenie neplatí pre životné poistenia.

Nehnutelnosť nemusí poisťovať jej vlastník, ale iba jej vlastník môže získať plnenie. Ak napríklad rodičia ručia deťom za hypotekárny úver, dlžníci môžu v ich mene poistiť dom či byt, ale plnenie vyplatí poisťovateľ rodičom, respektíve hypotekárnej banke v prípade rozsiahleho poškodenia založenej nehnuteľnosti.

Základom uzavretia vhodnej poistnej zmluvy je dôkladné preštudovanie všeobecných poisťných podmienok, zmluvných dojednaní, príp. osobitných poisťných podmienok viažucich sa k danému poisťnému produktu.

Prezentovaný príspevok je výstupom riešenia grantového projektu IGP “Vplyv európskych integračných procesov na poisťný trh v Slovenskej republike“ riešeného na Katedre poisťovníctva Národohospodárskej fakulty EU v Bratislave.

KONTAKT

Katedra poisťovníctva, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave

E-mail: littvova@dec.euba.sk

Inovácie a životný cyklus výrobku

Ing. Erika Loučanová - Drevárska fakulta TU vo Zvolene

ABSTRAKT

Consumers still ask new and new products; therefore permanent development of new products and presenting them on the market is inevitable in the competitive surroundings. It finally means realizing product innovation and at the same time changes in all production components, in production system, in operation of the whole business system. The effort of the firms is to approach to the modification improvement or product innovation (adaptation) according to market conditions. Modification, innovation, adaptation, product improvement influence their life cycle and so the product gets into life cycle in spiral form.

KEÚČOVÉ SLOVÁ: inovácia, životný cyklus, výrobok

ÚVOD

Spotrebitelia žiadajú stále nové a nové produkty, preto nepretržitý vývoj nových produktov a ich uvádzania na trh je v konkurenčnom prostredí nevyhnutnosťou.

Za nové produkty sa môžu považovať pôvodné (originálne) produkty, zdokonalené produkty, modifikované produkty alebo produkty s novou značkou. Novosť produktu možno charakterizovať vo vzťahu k trhu, k firme alebo podľa toho, ako ju chápu spotrebitelia.

V priebehu životného cyklu výrobku musí firmy niekoľkokrát meniť svoju marketingovú politiku a pristupovať k zdokonaľovaniu modifikácii či k inovácii (prispôsobovaniu) výrobku podmienkam trhu, čím vytvárajú špirálový životný cyklus výrobku.

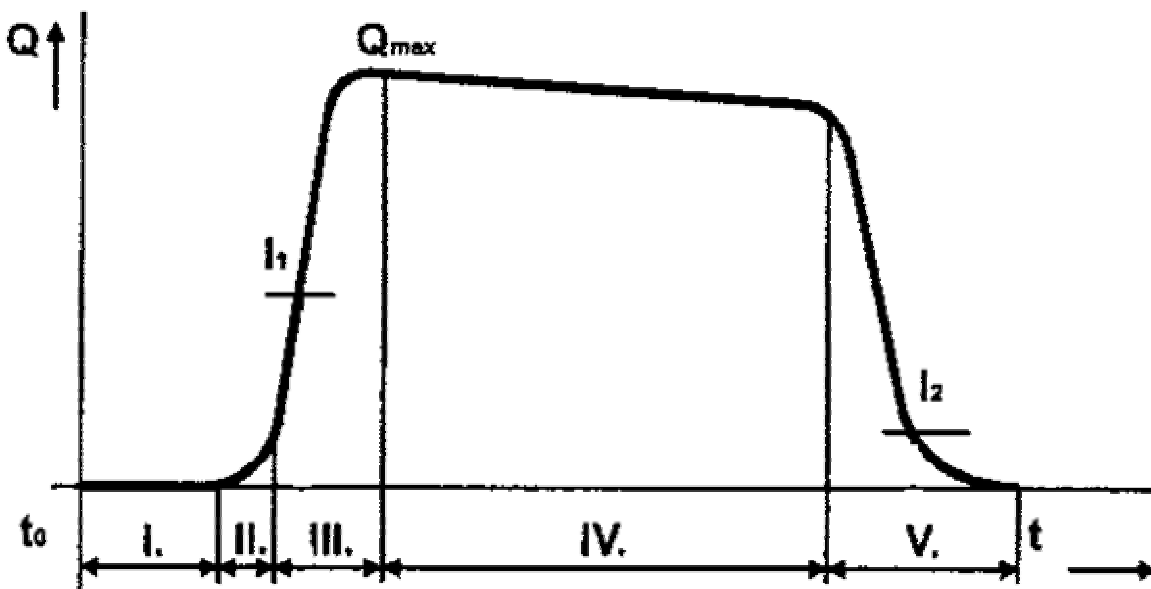
1. ŽIVOTNÝ CYKLUS VÝROBKU

Koncepcia životného cyklu produktu pomáha pochopiť fungovanie trhu a produktov na ňom, preto je dôležité venovať pozornosť jednotlivým štádiám životného cyklu. V jednotlivých fázach životnosti produktu sa vyžaduje diferencovaná orientácia marketingových stratégií. Životný cyklus produktu má päť odlišných štádií:

1. **Vývoj produktu** – v tomto štádiu sa hľadá nápad na nový produkt a prebieha proces vývoja nového produktu t.j. zhromažďovanie invencií a tvorba inovácií.
2. **Uvádzanie produktu na trh** – je to obdobie pomalého rastu predaja produktu. S uvádzaním produktu na trh sú spojené vysoké náklady, preto je zisk nízky alebo žiadny. V tejto fáze sa invencie a inovácie uplatňujú hlavne v marketingu.
3. **Rast** – je to obdobie rýchlej adaptácie produktu na trhu, zisk výrazne rastie.
4. **Zrelosť** – v tomto období dochádza k spomaleniu rastu predaja, pretože produkt už nakúpila väčšina potenciálnych kupujúcich. Zisk je stabilný, alebo klesá podľa veľkosti výdavkov na marketingové opatrenia.
5. **Pokles** – v tomto období objem predaja a zisku klesá.

Úvahy o životnom cykle vychádzajú predovšetkým z objemu predaja a zisku produktov v určitom období, čo sa dá znázorniť pomocou tzv. krivky S.

Obrázok 1: Životný cyklus výrobku



V čase t_0 sa začína realizovať vývoj nového výrobku (inovácia) a po pozitívnom ohodnotení produktu sa začne realizovať prvý predaj na trhu. Postupne až do bodu I_1 nastáva progresívny rast odbytového množstva. Produkt v tejto etape rozširuje okruh svojich spotrebiteľov a zvyšuje realizovaný objem vyrábaných produktov. Bod Q_{max} je medzníkom a predstavuje maximálny predaj nového výrobku, kedy výrobok začína strácať prívlastok nový a stáva sa bežným pre spotrebiteľov. Nastáva postupný ústup výrobku z trhu zapríčinený nasýtením trhu výrobkom a najčastejšie vznikom výhodnejšej inovácie, s vyššou úrovňou. Takto postupne klesá odbytové množstvo pôvodného výrobku. Pokles odbytu môže byť rôzne dlhý, ktorý závisí od úspechu podporných akcií predĺžiť životnosť produktu. Pri dosiahnutí bodu I_2 nastáva prudký ústup až po stiahnutie výrobku s trhu. Cieľom každej firmy je udržať svoj produkt na trhu čo najdlhšie t.j. predĺžiť životný cyklus produktu. Ako nástroj na to využíva marketing a inovačný manažment, ktorý by mal zabezpečiť komerčný úspech.

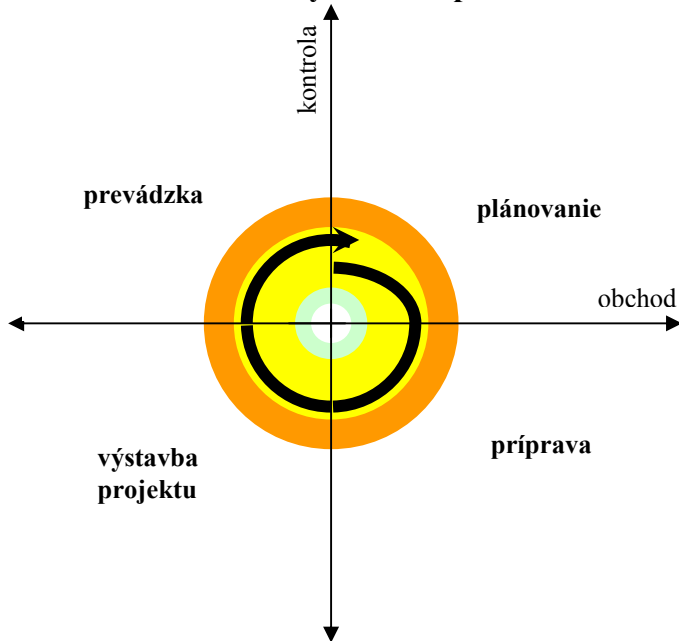
2. ÚLOHA INOVAČNÉHO MANAŽMENTU PODNIKU

Inovačná aktivita je základným predpokladom komerčného úspechu podnikateľskej jednotky v podmienkach trhovej ekonomiky. Predstavujú dôležitý dynamizujúci faktor každého podniku a zároveň tvoria významný spojovací most medzi prítomnosťou a budúcnosťou každej firmy.

Manažment inovácií podniku definuje inováciu pojmom kreatívny proces, so zámerom vyrobiť jedinečnú novú vec. Tento termín sa používa na označenie novinek, zlepšení, zdokonalení, resp. vôbec zmien pôvodného stavu prvkov v reálnych systémoch na novú úroveň. Je to komplexná zostava aktivít od nových ideí až po ich zavedenie do praxe.

Z uvedeného vyplýva, že inovácie sa týkajú nielen zdokonaľovaniu výrobkov, zmeny sortimentu výroby, ale aj zdokonaľovaniu výrobných strojov a zariadení, zvyšovaniu úrovne technológie výroby a kvalifikácie pracovníkov. To v konečnom dôsledku znamená uskutočňovať zmeny vo všetkých prvkoch výroby, vo výrobnom systéme, vo fungovaní celého podnikového systému. Snahou podnikov by malo byť, pristupovať k zdokonaľovaniu modifikácii či k inovácii (prispôbovaniu) výrobkov podmienkam trhu čo znázorňuje obrázok 2.

Obrázok 2: Inovácie výrobku v špirále



Plánovanie

Východiskom pre vyhľadávanie nápadov na nové produkty sú potreby a želania zákazníkov, resp. spotrebiteľov. Zdrojom nápadov sú aj sprostredkovatelia a obchodní zástupcovia pretože sa bezprostredne stretávajú so zákazníkmi, poznajú ich potreby, majú informácie o konkurencii. V rámci tohoto štádia sa teda identifikujú potreby zákazníka a potreby podniku, technológie a alternatívne riešenia. Vodítkom pre tieto činnosti sú ekonomické ukazovatele a technologické podmienky podniku.

Príprava

V rámci tohoto štádia sa rozvíja organizačná pripravenosť a individuálne potreby k implementácii nových technológií.

Výstavba projektu

Toto štádium predstavuje návrh, vývoj a výrobu prototypu. Maximálna snaha je pritom venovaná kvalite, t.j. inovácii výrobku uspokojujúceho požiadavky zákazníka v požadovanom termíne a za vopred dohodnutých finančných podmienok. Pre zhmotnenie tejto snahy sa vykonáva testovanie navrhovaného výrobku. Testovanie koncepcie spočíva v overovaní vlastností produktu v skupine cieľových zákazníkov. Testovanie môže viesť k revízii špecifikácie produktu pre rôzne trhy. Koncepcie sa prezentujú v symbolickej podobe (slovne, obrazom) alebo fyzickej podobe. Spôľahlivosť testovania je tým väčšia, čím viac sa produkt blíži k svojej budúcej podobe. Zákazníci kladú otázky a vyjadrujú svoj záujem a názor na jednotlivé návrhy. Odpovede respondentov sú podkladom na rozhodnutie firmy, pre výber koncepcie, o ktorú je najintenzívnejší záujem, alebo na ukončenie vývoja produktu.

Ďalej poskytuje špecifický návod pre úspešnú realizáciu projektu, pričom okrem technológií sa kladie dôraz na ľudské a procesné elementy projektu. Zahŕňa princípy, modely a praktiky, ktoré pomáhajú projektovým tímom prekonávať problémy, ktoré bývajú obvyklými príčinami neúspešných projektov.

Prevádzka

V priebehu tohoto štádia sa implementujú opakovateľné procesy, procedúry a alternatívy podpory zákazníka za účelom výroby dostupného a spoľahlivého výrobku.

Testovanie na trhu poskytlo informácie pre rozhodnutie, či uviesť nový produkt. Pri uvedení produktu na trh musí firma urobiť tieto rozhodnutia:

Kedy? (načasovanie) – firma musí posúdiť, kedy je správny čas na uvedenie na trh.

Kde? (geografická stratégia) – firma musí zohľadniť veľkosť a prítlačivosť trhu, prítomnosť konkurenčných produktov. Musí sa rozhodnúť, či produkt uvedie na lokálnom trhu, národnom trhu alebo na medzinárodnom trhu.

Komu? (potenciálny cieľový trh) – v rámci vybraného geografického územia sa firma musí zamerať na perspektívne skupiny zákazníkov, upútať pozornosť tzv. inovátorov, myšlienkových vodcov, prvých adaptérov, častých používateľov.

Ako? (marketingová stratégia uvedenia) – firma musí vypracovať plán uvedenia produktu na cieľový trh, spracovať plán využitia rozpočtu pre marketingový mix a pripraviť ďalšie aktivity.

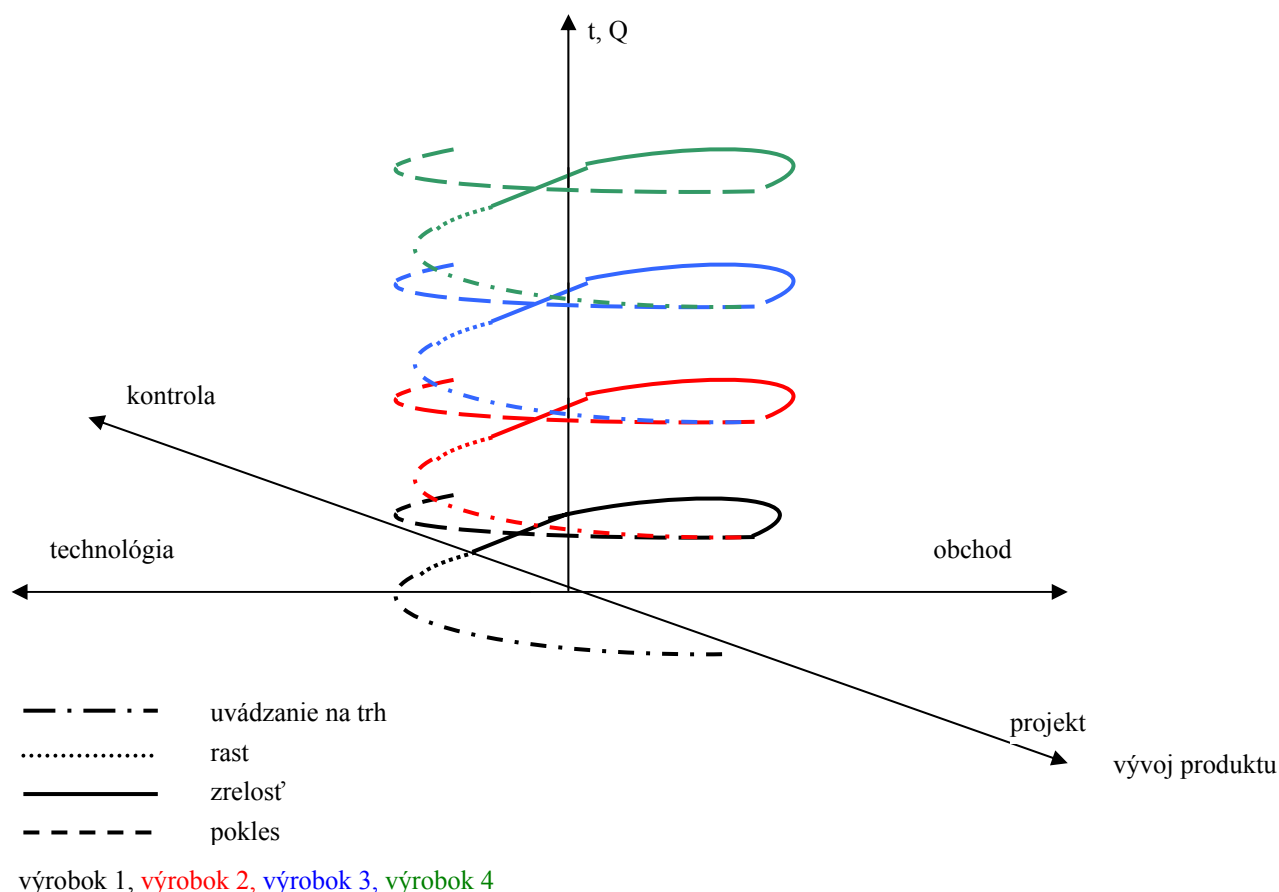
V priebehu fázy komercializácie výrobku je výrobok pripravovaný pre bežnú výrobu a preto aj pre vstup na trh. V tejto fáze je najdôležitejšia spolupráca s výrobou, zladenie výrobku s požiadavkou výrobného procesu a zladením stratégie zavádzanie nového výrobku na trh a zábehu novej výroby.

Veľmi dôležité je časové zladenie uvádzanie nového výrobku na trh so zabehnutím novej výroby. Výrobok pri svojom vstupe na trhu prechádza štádiom prenikania na trh a adaptácie spotrebiteľa na nový výrobok. Súčasne s tým prebieha i proces „adaptácie“ výrobného procesu.

Pre podnik by bolo najvýhodnejšie zavedenie nového výrobku (inovácie) na trh v čase zrelosti až poklesu pôvodného výrobku. Výhody sú viditeľné najmä v možnosti financovania plánovania, prípravy a výstavby projektu nového, inovovaného výrobku zo zisku pôvodného výrobku, ktorý sa nachádza vo fáze zrelosti, prípadne vo fáze rastu približujúc sa k Q_{max} . Pre podnik z toho vyplýva nasledovné: podnik je schopný financovať inováciu z vlastných zdrojov, pravdepodobne nový výrobok uvedie na trh ako prvá (získa konkurenčnú výhodu), inovácia prejde štádiom prenikania na trh, adaptuje a nahrádza pôvodný výrobok.

V konečnom dôsledku životný cyklus výrobku je možné znázorniť tiež špirálou.

Obrázok 3: Ideálny model vývoja životného cyklu inovatívneho výrobku



Po spojení špirály životného cyklu a inovácie výrobku vznikne ideálny model vývoja životného cyklu inovatívneho výrobku (obrázok 3) uspokojúceho želania a potreby zákazníka.

Služby

Pre dotvorenie ideálneho modelu vývoja životného cyklu inovatívneho výrobku by sa podniky mali zameriavať hlavne na vývoj, resp. inovácie už zabehnutého výrobku na trhu čím, ušetrí vysoké náklady na distribúciu a podporu predaja pri uvádzaní nového neznámeho výrobku na trh. Inováciou vyrábaných výrobkov sa vytvorí špirála životného cyklu výrobku. Tieto inovácie možno orientovať na poskytovanie služieb najmä na vývoj riešení na objednávku.

ZÁVER

Spotrebitelia žiadajú stále nové a nové produkty, preto nepretržitý vývoj nových produktov a ich uvádzania na trh je v konkurenčnom prostredí nevyhnutnosťou. Inovácie sa týkajú nielen zdokonaľovaniu výrobkov, zmeny sortimentu výroby, ale aj zdokonaľovaniu výrobných strojov a zariadení, zvyšovaniu úrovne technológie výroby a kvalifikácie pracovníkov. To v konečnom dôsledku znamená uskutočňovať zmeny vo všetkých prvkoch výroby, vo výrobnom systéme, vo fungovaní celého podnikového systému. Snahou podnikov by malo byť, pristupovať k zdokonaľovaniu modifikácii či k inovácii (prispôsobovaniu) výrobkov podmienkam trhu a tým sa približovať ideálnemu modelu vývoja životného cyklu inovatívneho výrobku.

LITERATÚRA

1. Zaušková, A.: *Riadenie inovácií*. I. vydanie. Zvolen: Bratia Sabovci, Technická univerzita, 2002. 220 s. ISBN 80-89029-34-5, EAN 9788089029341.
2. Zaušková, A.: Inovačné stratégie a ich implementácia vo firme. *Vedecká štúdia 3/2003/A*. Zvolen: TU, 2003. 110 s. ISBN 80-228-1271-4.
3. KUSÁ, A., ZAUŠKOVÁ, A. Marketing v prospech podnikov drevospracujúceho priemyslu. In: *Zborník z medzinárodnej konferencie „Globalizácia a jej vplyv na transformujúce sa ekonomiky“*. Rajecké Teplice, Žilina: EDIS, 2002. s. 152-156. ISBN 80-8070-005-2.

KONTAKT

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárska fakulta Technickej univerzity vo Zvolene

T. G. Masaryka 2117/24, 960 53 Zvolen

E-mail: eloucan@vsld.tuzvo.sk

Branding – trend súčasnosti i budúcnosti

Ing. Zuzana Lukačovičová - Obchodná fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

Branding – trend for today and tomorrow

A lot of marketing managers start to concentrate to product brandbuilding and its image today. It is very important to realise, what does the brand mean for producers, retailers and consumers too. Brands can contribute to the higher and permanent quality, accelerate the innovation process and mobilise producers to looking for the new variants, which can guarantee against the imitators. The brand become one of the most determining factor in buying process of consumers, so it is necessary to understand what they perceive like brand and how cause to them image of numerous product brands.

Brand management so become one of the most dynamic zones in new marketing era. Many, especially global producers, start to appreciate this new trend and start to answer by restructuralization of their marketing systems, by incorporating them between their key strategic areas. Marketing managers would be aware of brand market movement and the role of the brand in consumers' decision process. It's evident, that whole system of brandbuilding is not in its final stage. Successful entrenched brand is independent of concrete products. Strategy of brandbuilding will create the mythology of company that will have power to impart meaning to the common products. It essential to realise, that the brand is one of the most important and most effective assets of a company, and many times is the unique source of differentiation and competitive advantage of company.

V súčasnosti sa pozornosť marketingových manažérov začína stále viac sústreďovať na otázku budovania značky produktu a jej imidžu. Iba málo výrobkov dnes nemá svoju značku. Soľ sa balí do značkových obalov, banány sú označené menom pestovateľa, autosúčiastky nesú mená značiek, ktoré ich odlišujú od výrobcov automobilov. Vo výpočtoch by sa mohlo pokračovať ďalej. Značka sa stáva jedným z rozhodujúcich kritérií nákupného rozhodovania zákazníkov, preto je nevyhnutné porozumieť, čo zákazníci vnímajú ako značku a ako na nich pôsobí imidž jednotlivých produktov a ich značiek.

ČO JE ZNAČKA?

Čo je to značka? Existuje mnoho definícií značky. Pod pojmom značka produktu /v anglickej literatúre: brand/ sa všeobecne chápe názov, pojem, symbol, alebo ich kombinácia, ktorá identifikuje tovary a služby jedného výrobcu či predajcu a odlišuje ich od tovarov a služieb poskytovaných inými predajcami alebo výrobcami⁶⁸. Tento všeobecne chápaný obsah pojmu značka však nie celkom vystihuje podstatu toho, prečo sa v súčasnosti takmer všetky progresívne firmy orientujú na budovanie značiek, vytváranie marketingových útvarov podľa značiek a prečo zamestnávajú tzv. brand manažérov, ktorých úlohou je komplexná starostlivosť o jednotlivé značky. Odpoveďou na tieto otázky je rozsah toho čo pojem značka pokrýva, ale aj to čo predstavuje.

Williams² zasa definuje značku ako „kombináciu mien, sloganov, loga, produktového dizajnu, obalu, reklamných a marketingových aktivít, ktoré spoločne vytvárajú jedinečný produkt alebo službu. To však nie je všetko. Značka má podľa neho aj svoj intelektuálny rozmer, svoju reputáciu a imidž. Značka je obchodná stratégia, ktorá vyzýva spotrebúvať práve náš produkt pred konkurenčným“.

¹ YESHIN, T. : *Integrated Marketing Communications*, s.338

² WILIAMS, G.: *Are you branded? Products and their personalities*, s.8-9

Podľa Malcolma McDonalda⁶⁹ je každá značka tvorená tromi rovnako dôležitými súčasťami: stratégiou značky, pozíciou značky a osobnosťou značky.

Pod stratégiou značky sa rozumie pozícia značky v portfóliu organizácie, ktorá je jej vlastníkom. Je to súbor rozhodnutí o tom na akom trhu bude značka operovať, a ako sa do nej bude investovať. Typickými stratégiami sú: investovanie, rast, redukcia, žatva a iné.

Pozíciu značky tvorí jej postavenie voči iným produktom a to, kto je jej konkurentom a pre aký trh je značka vytvorená. Pri tvorbe pozície značky je vhodné, aby firma najprv zhodnotila silné a slabé stránky produktu, jeho konkurenciu a možnosti trhu a až potom rozhodla o pozícii ktorú značka zaujme.

Tretím komponentom značky je jej osobnosť, imidž. Tento prvok charakterizuje úplný dojem, ktorý značka vytvára v mysliach zákazníkov. McDonald tvrdí, že práve imidž značky je to, čo odlišuje produkty, ktoré sú inak totožné, a používa príklad cenovo, technicky, aj dizajnom podobných áut malých rozmerov značiek Fiat, Volkswagen, Peugeot a Ford, z ktorých každé je spotrebiteľom vnímané inak práve pre svoj odlišný imidž.

V dnešnej dobe sa už začínajú označovať aj podniky, aby zdôraznili svoju osobitosť. Budujú si svoj vlastný imidž, chcú ukázať svoju prítomnosť všade, kde je to len možné, majú svoje farby, vizitky, ale i vlastné kancelárske papiere a pracovné odevy.

Označovanie produktov je podstatným prvkom „pull“ stratégií, pri ktorých potreby a želania konečných spotrebiteľov podnecujú na jednej strane obchodníkov k tomu, aby tovar dodávali a na strane druhej výrobcov k tomu, aby ho vyrábali. Viacerí autori sa zhodujú, že výroba takmer akéhokoľvek produktu dnes už nie je problémom. Podnik musí pred rozhodnutím, či označovať výrobky značkou, zvážiť viacero faktorov podnikového a trhového charakteru. Dôvodom je to, že práve značka dokáže dostatočne odlíšiť produkt od produktov konkurenčných a zviditeľniť ho. Podľa M. Příbovej medzi značkou a produktom existujú diametrálne rozdiely. Produkt sa fyzicky skutočne vyrába, kým značka je nehmotná a vytvára sa prostredníctvom komunikačného mixu podniku. Produkt sa mení v čase, kým značka je do istej miery stála. Produkt má objektívne zisiteľné fyzické charakteristiky, kým značka je definovaná atribútmi a imidžom, ktoré vnímajú spotrebiteľia. Značka podľa D. Aakera má svoju hodnotu vtedy, keď je vytvorená lojálnosť ku značke, spotrebiteľia značku poznajú, vnímajú ju na určitej kvalitatívnej úrovni a majú vo svojej mysli určité asociácie spojené so značkou. Má sprostredkovať určitý životný pocit, má ozrejmiť spojenie medzi všeobecne cenenými kultúrnymi vlastnosťami a konkrétnym podnikom. Význam značky znamená schopnosť generovať tržby a pridávať výrobku hodnotu.

Ľudia si svojím nákupným správaním vytvárajú obľubu k istým značkám. Tie znamenajú pre nich garanciu určitej úrovne kvality, splnenie očakávaní, ako aj istotu výsledku. Značka sa stáva komplexným súborom služieb, signifikantnou charakteristikou a pečaťou danej firmy. Je niekoľko spôsobov, ako predat' značku lepšie než konkurencia, a zvýšiť tak vlastnú hodnotu v očiach zákazníka: nižšou cenou, znižovaním nákladov zákazníka pomocou vlastného produktu a ponúkaných služieb, doplnením ponuky o ďalšie služby.

Zníženie ceny sa javí ako jeden z najefektívnejších nástrojov – no len v prvej línii. Má aj opačnú stranu mince. Zákazníka síce ľahko prilákame, no horšie ho udržíme. Pomerne efektívna stratégia je „tvorba cien podľa krivky učenia“ – zníženie ceny vedie k vyššiemu predaju, čo vedie k zníženiu sériových nákladov a tým i k ďalšiemu zníženiu ceny. Takáto metóda sa omnoho viac vyplatí pri priemyselne vyrábaných produktoch, pri službách ju možno aplikovať len čiastočne. Ďalšími faktormi, ktoré ovplyvňujú cenu pre koncového zákazníka, je okrem sériovosti umiestnenia v lokalite, ktorá nevyžaduje vysoké náklady, skúsenosti interných pracovníkov, lepšie riadenie nákladov, silná pozícia jednaní s dodávateľmi a distribútormi. Taktiež je možné presvedčiť nakupujúceho, že pre nižšiu cenu je dobré vzdať sa niektorých doplnkových služieb (inštalácia, inštruktáž). Znižovanie nákladov zákazníka je možné previesť tým, že sa ponúknu vlastné skúsenosti –

³ MCDONALD, M. : *Marketing Plans*, s.165-168

napríklad v procesoch objednávania, spracovania a skladovania. Zásobovanie systémom „just in time“ výrazne šetrí náklady na skladovacie priestory, vrátane dopravy a rieši problém tzv. „ležiakov“. Variantami takéhoto typu zásobovania je tzv. konsignačný predaj (tovar je distribútorom zaplatený až po jeho predaji) a externé riadenie zásobovacích procesov dodávateľom. Ďalším argumentom je dlhodobá úspora nákladov v porovnaní s konkurenčným výrobkom, a to aj napriek vyššej cene. Takáto spolupráca predpokladá dobrú znalosť podniku klienta, vzájomnú dôveru a často vedie k dlhodobej a tým i úspešnej spolupráci. Úskalím zostáva fakt, že oddelenie nákupu spravidla nenesie náklady, ktoré sú dôsledkom vzniknutých závad a použití, a preto radšej kúpi za krátkodobo nižšiu cenu.

Pomocou pridaných služieb je možné zvýšiť atraktivitu firemnej ponuky a tak posilniť imidž značky. Medzi služby „pridanej hodnoty“ je možné zaradiť individuálne úpravy, pohodlnejší spôsob objednávky a odberu, vyššiu rýchlosť, širšie portfólio doplnkových / asistenčných služieb (inštruktáže, poradenstvo, servis, školenia...), neobvyklé záruky v dĺžke či šírke, pomocný hardware či software, programy členských a zákazníckych výhod a pod. Pokiaľ väčšina firiem ponúka porovnateľné programy, vernosť zákazníkov sa tým oslabuje. Tieto stratégie však nemôžu kompenzovať také zásadné nedostatky ako je neúmerne vysoká cena a zlá kvalita, zároveň tieto programy nie sú motivujúce pre vnútornú efektivitu dodávateľa.

Produkt je to, čo sa vyrába v podniku. Značka je to, čo si kupuje zákazník.

Produkt + aura = brand

Existujú dve filozofie, ktoré medzi sebou zvädzajú pomyselný súboj - filozofia značky vs. filozofia produktu. Jedni veria, že základom obchodného úspechu je pokračujúci vývoj lepších a stále kvalitnejších produktov a služieb, druhí veria v branding (Produkt vs. Brand).

Produktový tábor na našej marketingovej scéne zatiaľ dominuje („*Na značke nezáleží. To čo sa počíta, je výkonnosť produktu.*“). I takto by sa dal charakterizovať tento postoj. Produktový tábor dominuje v regióne Východnej Ázie. Takmer každá ázijská spoločnosť sleduje filozofiu tzv. Megabrandov, Master-brandov (napr. Mitsubishi, Matsushita, Mitsui, Hyundai) prípadne stratégie expanzie produktových radov.

Pri porovnávaní Japonska a USA napríklad zistíme nasledujúce skutočnosti: v roku 1997 činili tržby z predaja Top 100 japonských spoločností 2,8 biliónov USD, pričom celkové tržby Top 100 amerických spoločností boli tak isto 2,8 biliónov USD. Vynára sa nám tu mnoho otázok. Načo potom ten neustály kolotoč pri budovaní značiek? Pointa spočíva v ziskovosti. Zatiaľ čo priemerná ziskovosť (zisk/predaj) u Top 100 japonských spoločností činila 1,1 %, v USA to bolo 6,3%, čo je takmer šesťkrát viac. Odtiaľ je už iba krôčik k tomu, aby sa dalo povedať, čo je hlavným cieľom budovania značiek: vytváranie dlhodobých vzájomných vzťahov medzi dvoma identitami – značkou a zákazníkom. Všade platí, že udržanie zákazníkov stojí menej peňazí ako neustále získavanie nových.

Vynára sa tu však ďalšia otázka. Prečo toľko diskutovaná spokojnosť zákazníkov nie je zárukou vybudovania trvalého a lojálneho vzťahu k danej firme a jej značke? Lojálnosť je totiž podmienkou nutnou, avšak nie postačujúcou. Všetci minimálne zo svojej skúsenosti poznajú, že nech sme boli mnohokrát spokojní s určitou značkou, pri nasledujúcom nákupe sa volila značka iná. Prečo, keď sme boli spokojní? Odpoveď je jednoduchá: pretože nebol žiadny dôvod pri pôvodnej zotrvať.

Ak teda budeme pátrať, aký je najdôležitejší cieľ marketingového procesu, čo je tým lepidlom, ktoré drží širokú škálu marketingových funkcií pohromade – možno odpovedať nasledovne: je to proces brandingu. Umožňuje nám toto tvrdenie dať rovnítko medzi pojmy marketing a branding? Marketing je o budovaní značiek v mysli zákazníka, pretože je to práve zákazník, kto je majiteľom značky, pretože iba on a nikto iný vo svojej hlave nosí (v lepšom prípade jasný a konkrétny) význam tej či onej značky. Firma je vlastníkom značky iba z právneho hľadiska - má ju zaregistrovanú na Úrade priemyselného vlastníctva.

AKÉ SÚ NAJDÔLEŽITEJŠIE RYSY BRAND-BUILDINGU?

Najpodstatnejším a najdômyselnejším rysom budovania značky je magické (pre mnohých stále bohužiaľ stále neznáme) slovo „diferenciácia“, teda odlišnosť. Odlišnosť taká, ktorá je z pohľadu cieľového trhu relevantná, má motivujúcu kvalitu. Diferencovať môžeme čokoľvek, i tzv. komodity. Platí, že tam, kde existuje vôľa, existuje i spôsob, ako veci diferencovať. Preto je diferenciácia jednou z najdôležitejších strategických a taktických aktivít, ktorou sa firmy musia neustále zaoberať. Tu je možné citovať slávnú vetu, ktorú kedysi predniesol bývalý prezident Chrysleru, Bob Lutz: „When Everybody Else Is Doing It, You Don't“ (keď všetci robia to isté, vy to nerobte).

Ďalší koncept, na ktorom úspešný branding rovnako závisí a je úzko spojený s diferenciáciou, je koncept singularity. Čím viac budú prevládať snahy značku „roziahnuť“, tým viac bude strácať jasné kontúry a jednoznačný význam. Predstava, že značka môže byť relevantná pre každého, je iluzórna.

Nutnou podmienkou brand-buildingu je i dlhodobosť zamerania. Za týždeň, mesiac či rok sa dobrá značka vybudovať nedá (hovoríme skôr o dekádach). Zato ju však možno počas krátkeho obdobia celkom úspešne zničiť – a to i značku etablovanú, ak dostane silný a rýchly úder.

Dnes možno smelo tvrdiť, že žijeme v „prekomunikovanej spoločnosti“. Denne na nás pôsobia tisíce rôznych stimulov, ktoré usilujú o našu pozornosť. Z tohto fenoménu vyplýva ďalšia požiadavka na efektívny brand-building. Je to konzistentnosť. Príliš časté zmeny v identite značky, v jej pozícii, štýle komunikácie, prílišnej zložitosti ešte žiadnej značke nepomohli.

Ak sa pozrieme na značky z pohľadu firmy, zistíme že značky spoločne so zamestnancami firmy tvoria najdôležitejšie a najefektívnejšie aktíva firmy (i keď ani zďaleka nie vždy je s nimi v takomto duchu zaobchádzané). Tieto aktíva sú primárnym a jedinečným zdrojom konkurenčnej výhody, resp. odlišenia, rovnako ako i zdrojom dlhodobého dosahovania ekonomickej výkonnosti firmy. Všetko ostatné je možné nakúpiť, požičať, prípadne napodobniť.

Na čokoľvek, čo firma robí, musí byť nazerané prizmatom zákazníka, trhu (ide o myslenie „outside-in“). Marketing / branding vo firme musí robiť každý. Je to vodcovská filozofia, ktorá prechádza naprieč celou firmou. Ako nakoniec hovorí sám veľký manažérsky guru Peter Drucker: „Každá spoločnosť má iba dve základné funkcie: marketing a inovácie“.

Je zrejmé, že dôležitejšie než vlastniť firmu, je vlastniť trhy. A jediným spôsobom, ako sa zmocniť trhu, je vlastniť dominantné značky. Budovať nové značky je čím ďalej ťažšie a drahšie. Existujúce kategórie sú už väčšinou etablované a mnohokrát i preplnené. Je takmer nemožné prísť s úplne novou značkou a vážne zamiešať kartami. No šance na budovanie nových značiek vždy boli, sú a budú. Tieto šance vždy prichádzajú so vznikom nových kategórií. Nová kategória je najlepší spôsob pre firmu, ako začať s budovaním novej značky.

ZÁVER

O uplatnení marketingu značky vo firme sa v posledných rokoch čoraz viac diskutuje nielen medzi marketingovými teoretikmi, ale aj medzi odborníkmi z riadiacej praxe. Pre výrobcov, obchodníkov aj marketingových manažérov je dôležité uvedomiť si pozíciu značky, jej vnímanie spotrebiteľmi a následne budovať želaný imidž. Značky prispievajú k vyššej a trvalej kvalite výrobku, zvyšujú inovačný proces a mobilizujú výrobcov hľadať nové varianty vyhotovenia, ktoré ich môžu ochrániť pred imitáciou. Brand manažment sa tak stáva jednou z najdynamickejších sa rozvíjajúcich oblastí v ére súčasného marketingu. Mnohé, najmä globálne pôsobiace firmy, si začínajú tento trend uvedomovať a reagujú naň reštrukturalizáciou svojich marketingových systémov postupným včleňovaním zodpovedajúcich aktivít medzi svoje kľúčové strategické oblasti. Marketingoví manažéri by si však mali začať byť vedomí trhovej dynamiky značky a postaveniu značky v spotrebiteľskom rozhodovacom procese. Je však zrejmé, že celý systém riadenia a budovania značky ešte nie je vo svojej finálnej fáze. Úspešne etablovaná firemná značka funguje nezávisle na konkrétnych produktoch. Stratégia budovania firemnej značky má vytvoriť mytológiu firmy, ktorá bude mať takú moc, že meno firmy prepožičia význam bežným predmetom. Značka firmy sa tak sama o sebe stane produktom. Úspešné značky usilujú o to, aby sa tesne napojili na životný priestor človeka, alebo aspoň určitej

cieľovej skupiny, čím sa stávajú akýmsi kultúrnym symbolom. Je nevyhnutné si uvedomiť, že značka tvorí jedno z najdôležitejších a najefektívnejších aktív firmy, ktoré sú častokrát jediným zdrojom diferenciácie a konkurenčnej výhody firmy.

POUŽITÉ ZDROJE

1. AAKER DAVID A.: *Brand building. Budování obchodní značky*. Brno, Computer Press, 2003, ISBN 80-7226-885-6
2. KITA, J. A KOL.: *Marketing*. Bratislava, Jura Edition, 2002, ISBN 80-89047-23-8
3. LESÁKOVÁ, D. A KOL.: *Strategický marketingový manažment*. Hronský Beňadik, NETRI, 2004, ISBN 80-968904-8-4
4. MCDONALD, M. : *Marketing Plans*. Oxford, Butterworth-Heinemann 2000, ISBN 0-7506-4116-9
5. PŘÍBOVÁ, M. A KOL.: *Strategické řízení značky*. Praha, Ekopress, 2000, ISBN 80-86119-27-0
6. WILIAMS, G.: *Are you branded? Products and their personalities*. London : V&A Publications, 2000, ISBN 1-85177-325-8
7. YESHIN, T.: *Integrated Marketing Communications*. Oxford, Butterworth-Heinemann 2000, ISBN 0-75061-923-6

Problém zahraničnej zadlženosti brdí ekonomický vývoj Angoly

Ing. Virginia Mafuta - Diyezwa - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

Problematike zadlženosti štátu sa v bývalom režime nevenovala príliš veľká pozornosť, čo však neznamená, že by sa štát nezadlžoval.

Angola patrí medzi krajiny, v ktorých objem dlhu, či už štátneho alebo verejného, bezprostredne ohrozuje makroekonomickú stabilitu.

Zahraničná zadlženosť sa popri existencii vnútornej zadlženosti viazanosť na štátny rozpočet považuje za samostatnú oblasť problematiky štátneho dlhu.

VÝVOJ ZAHRANIČNEJ ZADLŽENOSTI

Vývoj zahraničnej zadlženosti v Angolskej republike môžeme rozdeliť do troch etáp.

Prvá etapa

Od roku 1975 do roku 1987 **obdobie direktívneho administratívneho centrálného riadenia ekonomiky**, v tejto etape na začiatku mierne narastanie celkového hrubého zahraničného dlhu, na konci roku 1985 sa intenzifikovala vojna, na to rýchlo stúpala zahraničný dlh, nesplácanie úverov, úroky veľmi ovplyvňujú výšku zahraničného dlhu.

Druhá etapa

Od roku 1987 do roku 2002 **začiatok transformácie ekonomiky a koniec občianskej vojny**, vojny v roziahle transformačné procesy prebiehajúce v ekonomike v roku 1987 došlo k politickým zmenám vzťahu štátu k bankovej sústave, k subjektom vnútornej ekonomiky i k zahraničiu. Je to historická etapa a najkritickejšia, v ktorej financovaním vojny sa štát dostal k vysokej zahraničnej zadlženosti. Dlh bol vyšší ako HDP.

Tretia etapa

Od roku 2002 do súčasnosti, inflačný boj a stabilizovanie ekonomiky.

Vláda v roku 1987 zaviedla v rámci prechodu na trhovú ekonomiku celý rad inštitucionálnych reforiem. V septembri 1990 bola vykonaná výmena meny kwanza za novom kwanza, ktorá prebehla v rámci reforiem vo finančnom sektore, pre zlú hospodársku politiku, ktorá negatívne reagovala na vývoju makroekonomiky.

Výsledkom tejto výmeny razantne zvýšila zahraničná zadlženosť, ktorá ku koncu roka dosiahla 8.273 mil. USD. Porovnanie s ostatnými krajinami, napr. SADC bola zahraničná zadlženosť Angolskej republiky v tomto období vyššia, a to nielen v jej absolútnej výške, ale aj svojím podielom na obyvateľa, úrovňou k vytvorenému HDP a v rokoch 1998 a 1999 len mierne sa znížil celkový hrubý zahraničný dlh, ktorý dosiahol 347,0 mil. USD v roku 1998 oproti roku 1999 o 11,0 mil. USD.

V roku 2000 sa zaznamenával nárast zahraničného dlhu ale nie k pozitívnej stránke ale k negatívnej, pretože touto rast nezapríčinil komerčný sektor, (investičný proces alebo akcelerácia domáceho dopytu), ale len financovanie vojnových výdavkov ako celku aj jeho následkov, napríklad: štátnej administratívy, štátnych podnikov, transferových platieb (fyzicky a mentálne postihnutí atď...)

Zhoršenie ukazovateľa podielu krátkodobého zahraničného dlhu na celkovom hrubom zahraničnom dlhu, ktorý dosiahol tento pomerový ukazovateľ úroveň až 100,6 % HDP. Za všeobecne akceptovateľnú hranicu sa pri tomto pomerovom ukazovateli 50 %, ale vzhľadom na štruktúru angolského krátkodobého zahraničného dlhu, keď rozhodujúcu časť z objemu krátkodobého zahraničného dlhu tvoria dodávateľské úvery podnikateľským subjektom, nemožno toto prekročenie považovať za dramatické.

Nárast celkového krátkodobého zahraničného dlhu od roku 1987 do roku 2002 ovplyvňovali transakcie niektorých obchodných bank voči ich dcérskym spoločnostiam, ale i realizované repo transakcie NBA. NBA aj komerční banky dostali do krízy, nebola schopné reagovať na bankové

operácie, pretože nemali dostatok zdrojov. Súkromné sektora na ktorom nemohli dokázať vytvárať zdroje.

Vývoj zahraničnej zadlženosti Angolskej republiky vyrástol rýchlejšie ako HDP pretože boli iba krátkodobé úvery (riskantné úvery), aj v tom období nemali zdroje na úhradu úverov a úroky začala stúpať, úroky boli vyššie ako úvery.

Uvedené skutočnosti v nasledujúcom období viedli napätiu celú ekonomiku, Veritelia odmietli poskytovať pôžičky angolskej vláde, pretože kritériom získavania jednotlivých zdrojov, či už z domáceho peňažného trhu alebo zo zahraničia bola potreba posúdiť celkovú výhodnosť pre angolskú ekonomiku. Jediným riešením ako zvládnuť krízu, bolo zvýšiť ťažbu ropy, aby mohla vyplácať zahraničný dlh aj domáci a tiež rokovať s veriteľmi o znížení dlhu aspoň o časť úrokov pre nesplácanie úveru.

V súvislosti s touto otázkou je nevyhnutné zdôrazniť, že neexistuje vzorec na stanovenie optimálneho zahraničného dlhu krajiny.

Zahraničná zadlženosť predstavuje stavovú veličinu, ktorá sa porovnáva s dynamickými makroekonomickými veličinami, ktoré potrebujú čerpať zdroje a tým mieru zadlžovania ovplyvňovať. Monitorovane vývoja zahraničnej zadlženosti je používanie podielových ukazovateľov.

Pomerové ukazovatele sú ukazovatele, ktorý jednotne vo vzťahu k meraným hodnotovým údajom určujú, aká miera zahraničnej zadlženosti krajín je prípustná, resp. v medzinárodnom meradle akceptovateľná.

Medzi základné pomerové ukazovatele pre oblasť zahraničnej zadlženosti patrí:

- Podiel celkového zahraničného dlhu k vytvorenému HDP v bežných cenách. Tento ukazovateľ dáva do pomeru zahraničné zadlženie so zdrojovou bazou (akceptovateľnou hranicou i pre krajiny s transformujúcou sa ekonomikou je úroveň do 60 %). V prípade negatívneho vývoja tento pomerový ukazovateľ indikuje potrebu presunu produkcie do exportných odvetví v záujme posilnenia kapacít určených na splácanie zadlženia.
- Podiel krátkodobého zahraničného dlhu na celkovom zahraničnom dlhu zasa indikuje relatívnu závislosť od krátkodobého zahraničného financovania. Umožňuje monitorovanie budúceho rizika v spojitosti so splácaním zahraničného dlhu.
- Ukazovateľ možnej udržateľnosti zahraničného zadlženia. Porovnáva podiel zahraničnej dlhovej služby k exportu tovarov a služieb indikuje, koľko príjmov z exportu sa pri obhospodarovaní dlhovej služby použije, pričom naznačuje, do akej miery môžu prípadné neočakávané prepady v príjmoch z exportu ovplyvniť splátky dlhovej služby.
- Iný pomerový ukazovateľ dáva do vzťahu celkový hrubý zahraničný dlh k exportu tovarov a služieb.

Podiel celkového hrubého zahraničného dlhu k exportu sa využíva pri analýze vývoja dlhu v dlhšom horizonte. Ukazuje to, že zahraničná zadlženosť môže rásť rýchlejšie ako základný externý príjmový zdroj ekonomiky a môže poukazovať aj na potenciálne problémy s plnením zahraničnej dlhovej služby.

V rámci zahraničnej dlhovej služby k exportu pomer zaplatených úrokov poskytuje informáciu o cene zahraničného, zadlženia čiže o nákladoch, ktoré predstavujú úroky zo zahraničného zadlženia.

Pomerové ukazovatele by sa však mali vždy posudzovať v súvislosti s kľúčovými ekonomickými a finančnými veličinami, predovšetkým s očakávaným rastom a výškou úrokových sadzieb, ktoré determinujú trendy ich vývoja v strednodobom výhľade. To všetko naznačujú možné riziká vyplývajúce zo zadlženia. V podobnej situácii je Angola, preto sa vláda snaží a úhradu zahraničných dlh, a vytvorili program na výplácanie zahraničného dlhu aby v otvárala cestu k rozvoju ekonomiky.

Tabuľka: Vývoj podielu celkového hrubého zahraničného dlhu k HDP

Rok	Celk. HZD k HDP %
1997	107,8
1998	124,2
1999	130,0
2000	100,6
2001	90,2

Od roku 1997 do roku 2000 stav zahraničnej zadlženosti Angoly bol vyšší ako HDP, čo si mohli dovoliť niektoré vyspelé štáty ako USA, ktoré majú vyspelú vybudovanú ekonomiku. Od roku 2001 stav zahraničnej zadlženosti Angoly začala znižovať. Súčasný relatívne vyšší stav zahraničnej zadlženosti Angoly úsilie vyvoláva principiálne sa zamerať predovšetkým na ďalšie posilňovanie exportnej schopnosti angolských vyvozcov, nielen ropu a diamanti. Ale vláda musí vytvoriť podmienky na poľnohospodárstvo (infrakštruktúra), ďalej vyberať míny, kupiť materiálu ktorú bude pomahať vývoj poľnohospodárstvo na umožňovanie vyvážať aj kávu, sisal, kukurica, maniok, palmový olej, banány atď... pomocu zahraničných investorov (know-how), aby sa vyvažalo terminovane výrobkov, ako aj na efektívne zhodnočovanie všetkých novočerpaných zdrojov.

Tabuľka: Vývoj podielu celkového hrubého zahraničného dlhu k exportu tovarov a služieb

Rok	Celk.HZD k exportu tovaru a služieb (v %)
1997	28,6
1998	44,2
1999	34,7
2000	29,8
2001	30,7

Angolskej vlády neočakava na umorenie zahraničného dlhu z titulu zahraničného dlhopisov pretože nemá vyplnenie podmienky pre pôžičky. Procesu privatizácie štátneho majetku napr. podniky, nelaká zahraničných investorov, z dôvodom legislativo. Proces privatizácii štátneho majetku sa končí prílev priamych zahraničných investícií do vládneho sektora, čo vyvoláva potrebu nových výpožičiek a čerpania nových zdrojov.

Tabuľka: Hrubý zahraničný dlh AGO v mld. USD

	1997	1998	1999	2000	2001
Celkový zahraničný dlh AGO	8.273,0	7.926,0	7.915,0	8.916,5	8.916,3
• vládny dlh AGO	1.244,0	300,0	134,0	-2.331,2	- 17,9
• dlh NBA	245,3	47,8	261,8	308,8	38,1
Celkový krátkodobý zahraničný dlh AGO					
• vládny dlh AGO (v %)	-130,0	155,6	- 523,9	- 520,4	- 300,7
• akumulovanie zahraničného dlhu (omeškanie)	412,3	800,1	656,1	347,1	508,2
Celkový dlhodobý zahraničný dlh AGO					
• vládny dlh a AGO (v %)	167,8	- 974,4	-290,7	-380,3	- 599,4

ZÁVER

Pre zahraničnú zadlženosť nie je podstatný spôsob jeho vzniku, ale spôsob jeho úhrady. Ide teda o to, že predstavuje pohľadávku voči súčasným i budúcim daňovým povinnostiam štátu, a spôsobujú silné napätie v ekonomike

Dôležitou súčasťou rozpočtovej politiky na najbližšie obdobie je, že musí štát racionálne riadiť vývoj zadlženosti, zabezpečiť optimálnu výšku alebo % oproti HDP. Optimalizačnou požiadavkou je potreba zabezpečiť predpoklady a podmienky splácania dlhu pri súčasnom zabezpečovaní vnútornej a vonkajšej rovnováhy ekonomiky a stability meny. Ministerstvo financií Angoly i Národná banka Angoly musia pri širšom chápaní optimálnej výšky štátneho dlhu zahrnúť nielen zmenu výšky

zadlženosti a splátky dlhu, ale i spôsob jeho vnútorného a vonkajšieho financovania s jeho prípadnými menovými dôsledkami pri minimalizácii možných inflačných rizík.

Ekonomická alebo spoločenská únosnosť takého zadlženía je veľmi problematická a ani teória ani prax na túto únosnosť nedávajú dosiaľ jednoznačnú odpoveď.

LITERATÚRA

1. Précis d'économie " Repères pratique septembre 2000 France
2. Pavol KYJAC: vývoj zahraničnej zadlženosti. Slovenskej republiky v roku 2003 v hlavných ukazovateľoch. (Expertná studia, c:270.) Bratislava: Ekonomický ústav SAV 2004.
3. Banco Mundial Wanshington, D.C: África Subsaariana Da Crise Ate ao Crescimento Sustentável: str. 270. EUA 1/1990
4. The Economist Intelligence Unit Limited. (Busness Africa May 1998, 1999)
5. The Economist Intelligence Unit Limited. (EIU country Report end quarter 1997, 1998, 1999)

LCMS and their position in the eLearning systems

Ing. Roman Malo - Faculty of business and economics MUAf in Brno

ABSTRACT

The importance of the electronic education (eLearning) is increasing by an exponential way nowadays. The modern approaches to the education are especially based upon using possibilities of the information and communication technologies and the principles of the distance education. These basics are the main factors of the expansion itself. One of the most important problem domains of the eLearning education is above all the preparation of the eLearning content – study texts, which are the carriers of the whole process of electronic education. That is why the author tools are usually the integrated part of the eLearning systems and their functions support not only easy way of creating study texts, but also their administration and managing their using.

KEYWORDS: LCMS, LMS, eLearning system, preparation of the eLearning content

INTRODUCTION

The preparation of the study parts of the eLearning courses represents the most difficult task of providing eLearning education itself not only in the context of knowledge, but also from technical and time's point of view.

The term eLearning course (e-course) is necessary understand by the complex way and differ it from the subordinate term study text. The e-course has to be perceived as the set of study texts, tools and persons, which are the elements the education is composed of. On the contrary the study texts are operatively independent elements, which are usually used without the implicit relationship to any course. The adjective eLearning is possible to accept only in the case when the relevant study text is available in the electronic form and embodies certain rate of the using multimedia objects and interactivity.

The explanation of the term eLearning course shows that during creating courses the attention must be set not only on the informational value of the content but also to the form of its delivery. It means assuring a set of multimedia objects, which can increase student's rate of understanding of the study texts, interactive elements in the text as links, terms and their explanations, external study texts or internal links between the parts of the text etc. Except this it means also using suitable structure of chapters and sections and unification of the course design.

The very favorite approach to the solution of described problem is using standard software office applications. Especially applications as Microsoft Office applications or various type of editors for creating web pages. Yes, it is very easy solution of given problem, from the financial point of view, because this type of software is used in the institution for common purposes, and also from the user's point of view, because using of these ones belongs to the basic computer literacy. But on the other hand is necessary note, that this approach is not sufficient from the long-term's point of view, because effective using courses and their administration cannot be supported by these tools (Malo, 2004).

Creating of the learning content of eLearning courses is the domain of the specialized systems called LCMS (Learning Content Management Systems). Although these systems are designed as the standalone systems and are independent to other systems, their efficiency is increasing together with the rate of the integration with other parts subsystems of the eLearning system.

That is why LCMS usually represents integral part of the complex eLearning. This module is responsible for functions and providing tools in the relation to the preparation of the eLearning content, administration of the particular study texts, their description, sharing and managing of the access on the internal and external level.

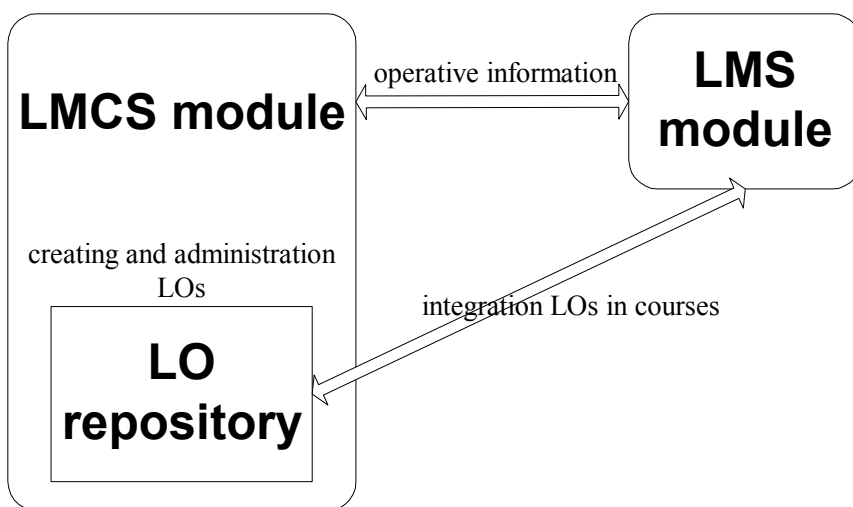
LCMS AS A PART OF THE ELEARNING SYSTEM

Nowadays, the common problem of the implementation of LCMS is the wrong understanding of their specification. A lot of producers of various kinds of LCMS systems and also a lot of persons working in the area of training and education consider them as the new improved variant of classic LMS (Learning Management Systems) in the better case. Sometimes it is possible to meet attitude, that both terms describe the same type of system. And it is very wrong idea.

Although there is the same subset of functions in both systems, for example for acquisition of statistic information or delivering courses to students, the truth is, that both systems are designed for the different purposes and it is necessary to set strict border between these systems especially in the case of the integrated solution. LMS system represents core or the eLearning system with functions ensuring management, administration and delivery of eLearning courses. It means managing all processes in providing eLearning education. On the other hand LCMS systems are designed for authoring study materials (Hall, 2004).

Both systems (LMS and LCMS) represent peremptory parts of the complex eLearning systems and their cooperation is determined by the rate of the integration. Separated eLearning study texts are created by help of LCMS module and are included in eLearning courses, which are managed by LMS. The integration of both systems is represented mainly by the communication of modules and amount of delivered data. Examples of delivered data are information about particular courses, their using and students' accesses. Apart from this sharing data, both system cooperated upon the learning objects repository (LO repository, see below). LMSC takes care about creating, saving, manipulation and administration of learning objects, LMS is determined for their using and composition in eLearning courses and their delivering to students. Possible scheme is shown at the picture below.

Picture 1.: Communication between LMS and LCMS systems



It is necessary to note this scheme is not generally valid for all eLearning systems because is depended on the characteristics of both discussed systems. As was described, there is the set of functions, which are common for both ones and sometimes can be suitable to assign delivering eLearning content to LCMS system.

Parts of LCMS and their role

The study parts of eLearning course are not represented as dense unaided objects, but they are assembled from the set of elements, which are called learning object (LO). The task of LCMS is providing the possibility of the easy creating single learning objects. The aim of the single learning objects is usually description of the part of course's problems and they are specified by trinity:

- goals of the learning object,

- study text and
- requests for passing.

Apart from creating LOs LCMS should support especially (Hall, 2004):

- managing cooperation on creating study texts,
- administration of LOs,
- composition and decomposition of LOs,
- including multimedia elements,
- statistic evaluation of activities upon LOs,
- delivering LOs to students,
- export and import of learning objects of whole courses and
- integrated WYSIWIG interface.

That is why the architecture of LCMS system consists of a several dependant modules. These modules are responsible for creating complex eLearning courses. The complex LCMS should consist of:

- Author module – basic module which is represented by author tools necessary for creating and modification of study parts of eLearning course. The common author tools integrate WYSIWIG interface, which makes the whole process of creating easy.
- Learning object repository – module for deposition of prepared learning object.
- Administration module – management and categorization of learning object including their description with suitable metadata formats.
- Module for managing cooperation – managing of cooperation all authors and administration of their access to various learning objects. Authorization of access and delegation is the way of reaching high quality of courses.
- Module for statistic evaluation – measuring of usability of learning objects and activities of students.
- Import/export module – module for assuring import and export of all learning objects and their effective sharing between various eLearning systems.
- Delivery module – module determined for delivering learning objects to students if this function is solved by LCMS.

Author tools and their functions

Author tool itself (sometimes called CMS – Content Management Systems) represents basic part of LCMS, which makes preparation of separated parts of course's study texts possible. These study part are for example glossaries, expletory questions, examples, references and so on. Author tools can be represented by online form applications, rich text editors or specialized applications. The result form is depended on selected approach to eLearning. Generally these tools can be designated for:

- online using via Internet or
- desktop application for local computers.

Both variants are usable, but both need different approach to their realization. The very interesting variant is using both types of author tools together. The main requests for functions of the author module are especially simplicity and intuition of operating, especially when we consider teachers in the author role for example at universities.

The complex author module should provide:

- tool form creating study texts,
- guides for realization of additional parts (examples, questions, glossaries ...),
- inputting multimedia objects,
- definition of tests
- validation of structure of courses
- look of courses,
- definition of the user roles,

- support of standards.

The basic of the author module should be strictly defined structure of course, which I necessary for validation of courses. The result course should include all mandatory parts as goals of chapters and their conclusions, introduction to the course and so on. It means parts which influence pedagogical impact of the course.

CONCLUSION

The described problem of using and integration LCMS within the complex eLearning system is one of the most important activities in the process of development complex solution for support of eLearning education.

Mounting specialized LCMS can ensure closing eLearning to the vision of full-multimedia and interactive form of the education. There are a lot of representatives of LCMS system in the market and their selections and using in certain institutions is the question of current state of eLearning, possible sources and the rate of expectations.

In this paper the problem of the implementation of LCMS was described in the context of development of eLearning system ELIS at Mendel University in Brno. That is why some details could be different from other projects and systems. Generally, the described position and role LCMS in eLearning system is analogical to arbitrary integrated eLearning solution.

Acknowledgement

The paper has arised from solution of the research proposal VZ MSM 6215648904/03/03/07

REFERENCES

1. Barešová, A.: *E-learning in education of adult*. Praha: VOX, 2003. ISBN 80-8632-427-3.
2. Hall, B.: *LMSs and LCMSs Demystified* [online]. Document HTML. 2004, [cit. 2005-03-25]. Available from <http://www.brandonhall.com/public/resources/lms_lcms/>.
3. Malo, R. *Support of education process by eLearning tools at MUAF in Brno*. In collection of papers Informatika XIV. Brno:Konvoj, 2004. s. 73-78. ISBN 80-7302-066-1. In Czech
4. Portal ADL konsorcium. Available from <<http://www.adlnet.org/>>.

CONTACT

Institute of Informatics, Faculty of Business and Economics, Mendel University of Agriculture and Forestry

E-mail: malo@pef.mendelu.cz

Aktuálny vývoj poisťného trhu SR

Ing. Miroslav Maťavka - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

Slovak insurance market became in 2004 a regular member of the insurance market of European Union. For the market supervisor raised new tasks, which include bigger international cooperation with other member countries supervisors. There is a single passport system for insurance companies from member countries. Positive development in the area of the insurance industry in 2004 finds expression in the growth of the premiums written in life and non-life insurance, in the increase of the reserves of insurance companies and the new insurance companies entering the Slovak insurance market in the single passport system.

Aj v komerčnom poisťovníctve pokračoval trend zlučovania poisťovní a vytvárania medzinárodných finančných skupín, a to najmä v poisťovniach so zahraničnou majetkovou účasťou. V poisťovniach sa kvalitatívne, ale aj kvantitatívne menia aktíva kryjúce technické rezervy v životnom a v neživotnom poistení a tvorba týchto technických rezerv. Zavádzaním nových poisťných produktov a služieb poisťovní je rozšírená možnosť výberu takého typu poisťnej ochrany, aký je z hľadiska požiadaviek a potrieb klientov najviac požadovaný.

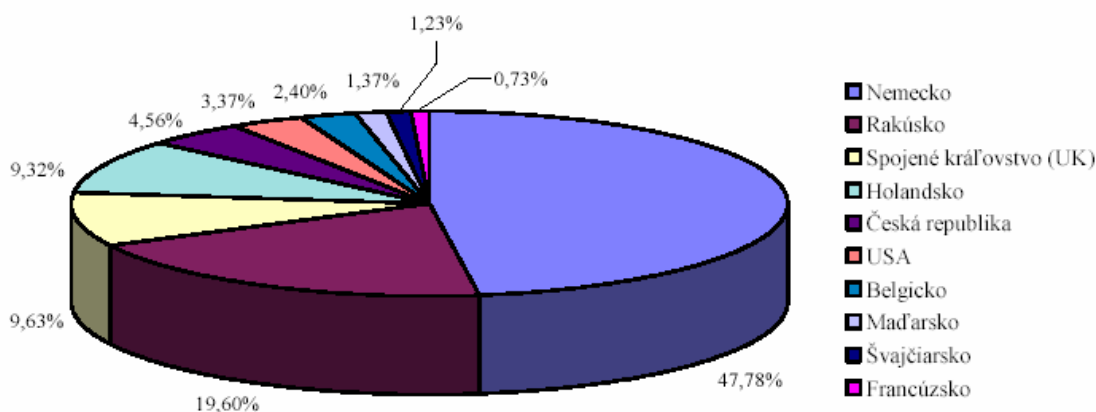
Významnou zmenou ktorá sa udiala v prvom polroku bol vstup Slovenskej republiky do Európskej Únie. V súvislosti s touto udalosťou pre orgán dohľadu vznikajú nové úlohy, ktoré súvisia najmä s podstatným rozšírením medzinárodnej spolupráce s ostatnými orgánmi dohľadu v poisťovníctve, zavedením systému dohľadu domovského orgánu dohľadu a uplatňovaním systému single passport pre celé územie Európskej Únie. Vstup Slovenskej republiky do EÚ sa zatiaľ výraznejšie neprejavil na poisťnom trhu, čo bolo spôsobené jednak krátkou dobou členstva v EÚ a už predchádzajúcimi aproximačnými opatreniami zo strany všetkých relevantných subjektov.

Dňom vstupu Slovenskej republiky do Európskej únie získali zahraničné poisťovne z členských štátov možnosť pôsobiť na území Slovenska aj bez povolenia úradu, a to na základe systému single passport.

Poisťovne so sídlom v niektorom členskom štáte Európskej únie alebo Európskeho hospodárskeho priestoru môžu po splnení jednoduchých povinností voči domovskému orgánu dohľadu vykonávať poisťovaciu činnosť na území Slovenska na základe povolenia, ktoré im bolo udelené v štáte svojho sídla (k 22.3. 2005 je to 146 subjektov). Analogicky môžu poisťovne so sídlom na Slovensku po ohlásení takéhoto úmyslu vykonávať poisťovaciu činnosť v inom členskom štáte (k 22.3. 2005 sú to 4 poisťovne).

Na území Slovenska môže poisťovňa z iného členského štátu vykonávať poisťovaciu činnosť dvoma spôsobmi a to buď prostredníctvom svojej pobočky (2 subjekty) alebo na základe práva slobodného poskytovania služieb bez zriadenia pobočky.

Graf 1: Štruktúra zahraničných akcionárov poisťovní k 30.6.2004

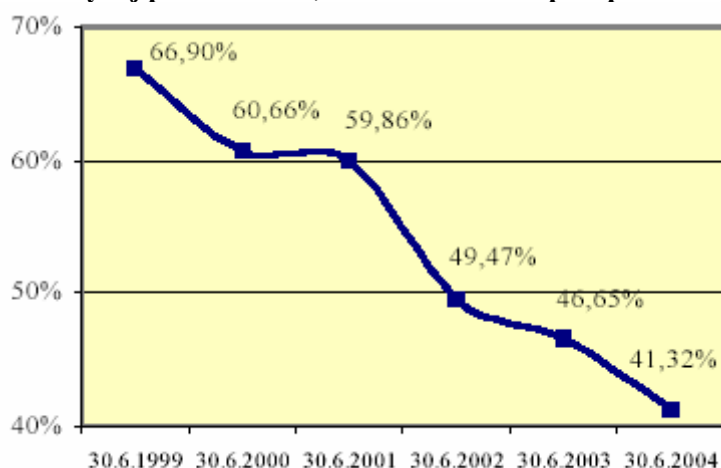


Celkový **podiel zahraničného kapitálu** na základnom imaní všetkých poisťovní k 30. 6. 2004 predstavoval hodnotu 91,82 %. Vo viacerých poisťovniach, kde je majoritným akcionárom zahraničný subjekt, predstavujú aj minoritní akcionári nepriame zahraničné investície. Nepriame zahraničné investície môžeme sledovať aj v poisťovniach, kde je majoritným akcionárom slovenský subjekt. Započítaním nepriamej zahraničnej investície (napr. pri Komunálnej poisťovni a. s. alebo Poisťovni Slovenskej sporiteľne, a. s.) by podiel zahraničného kapitálu na základnom imaní vzrástol na 95,24 %.

Koncentrácia poistného trhu, meraná predpísaným poistným, je uvedená v grafe. Podľa údajov uvedených ovládali viac ako 60 % poistného trhu dve poisťovne (A-SP, a. s. a KOOOPERATIVA poisťovňa, a. s.), pričom každá z nich vykázala podiel na poistnom trhu vyšší ako 10 %. V životnom poistení tieto dve poisťovne ovládli viac ako 41 % a v neživotnom poistení viac ako 71 %. Len dve poisťovne mali k 30. 6. 2004 vyšší ako päťpercentný a nižší ako desaťpercentný podiel na poistnom trhu, pričom spolu zastupujú 12,79 % poistného trhu.

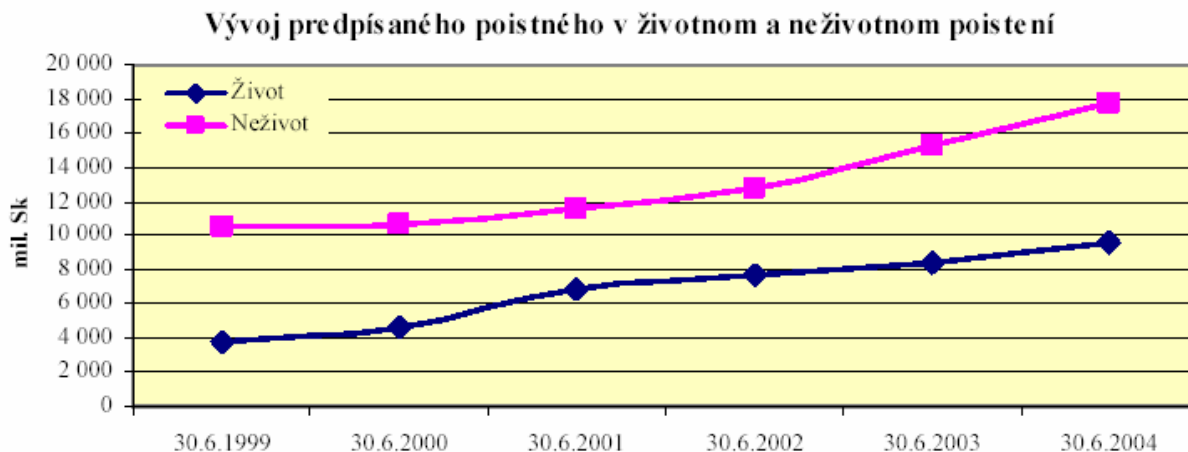
Podľa vyššie uvedených údajov možno konštatovať, že poistný trh na Slovensku je v prevažnej miere koncentrovaný, pričom poistný trh je viac koncentrovaný v neživotnom ako v životnom poistení.

Graf: Vývoj podielu A-SP, a. s. na celkovom predpísanom poistnom



V prvom polroku roku 2004 vykázali poisťovne celkom zisk vo výške 1 571 523 tis. Sk, čo predstavuje medziročný nárast hospodárskeho výsledku o 230 526 tis. Sk (17,19 %), keď k 30. 6. 2003 vykázali poisťovne celkom zisk vo výške 1 340 997 tis. Sk. Výšku celkového zisku ovplyvnil najmä **hospodársky výsledok** v KOOOPERATIVE poisťovni, a. s., kde bol vykázaný medziročný nárast o 150 860 tis. Sk, v AMSLICU AIG Life poisťovni a. s. s medziročným nárastom o 132 636 tis. Sk a v ING Životnej poisťovni, a. s., kde bol zaznamenaný medziročný nárast o 101 490 tis. Sk. Počas sledovaného obdobia vykázalo 16 poisťovní zisk a 11 stratu.

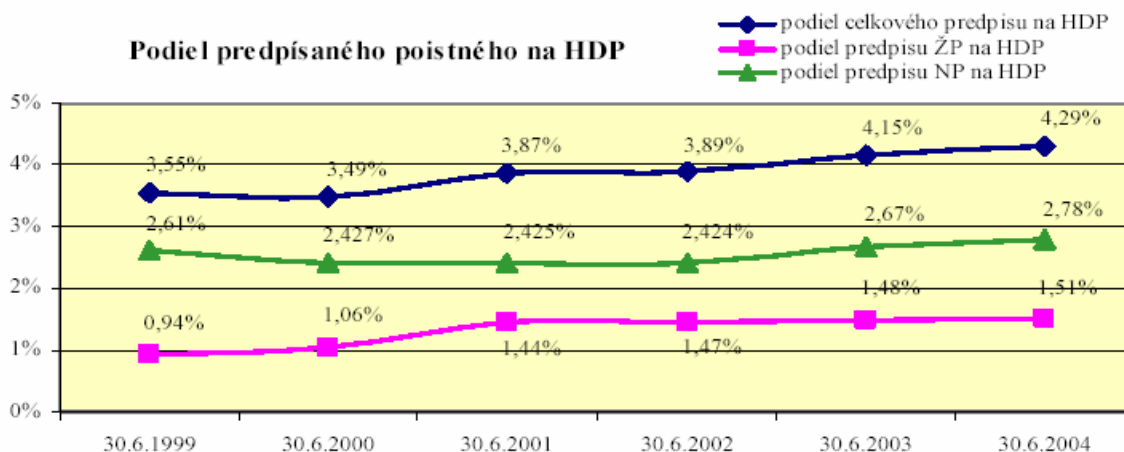
Podľa údajov ŠÚSR bolo na Slovensku v roku 2003 evidovaných 5 379 tis. osôb. Celkové **predpísané poistné** k 30. 6. 2004 prepočítané na jednu osobu potom predstavuje hodnotu 5 082 Sk, pričom predpísané poistné v životnom poistení na osobu predstavuje hodnotu 1 791 Sk a v neživotnom poistení hodnotu 3 291 Sk.



Podiel predpísaného poistného na hrubom domácom produkte (ďalej len „HDP“) tzv. „poistenosť“ je agregovaný ukazovateľ merajúci rozvoj sektora poisťovníctva na makroekonomickej úrovni. Tento indikátor napriek tomu, že je hlboko pod priemerom vyspelých európskych ekonomík, počnúc polrokom 2001 medziročne rastie v priemere o 0,2 percentuálneho bodu, pričom k 30. 6. 2004 dosiahol hodnotu 4,29 %, čo predstavuje medziročný nárast o 0,14 percentuálneho bodu. V porovnaní s krajinami prístupujúcimi do EÚ sa poistenosť Slovenska zaraďuje na štvrté miesto za Slovinskom, Cyprusom a Českou republikou.

Tabuľka: Vývoj podielu predpísaného poistného k HDP za jednotlivé polroky (v mld. Sk)

Obdobie	HDP v bež. cenách ¹⁾	Predpis poistného	Podiel predpisu k HDP	Podiel predpisu ŽP k HDP	Podiel predpisu NP k HDP
30.6.1999	405,1	14,391	3,55 %	0,94 %	2,61 %
30.6.2000	438,0	15,274	3,49 %	1,06 %	2,427 %
30.6.2001	479,5	18,548	3,87 %	1,44 %	2,425 %
30.6.2002	528,3	20,555	3,89 %	1,47 %	2,424 %
30.6.2003	571,6	23,730	4,15 %	1,48 %	2,67 %
30.6.2004	636,6	27,337	4,29 %	1,51 %	2,78 %

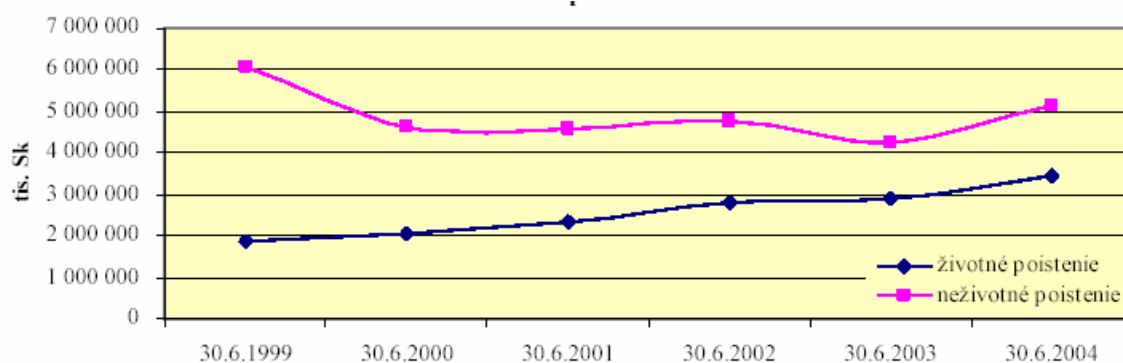


Celkové **náklady na poistné plnenia** k 30. 6. 2004 medziročne vzrástli o 1 425 365 tis. Sk, percentuálne o 19,97 %, na hodnotu 8 562 225 tis. Sk. V životnom poistení náklady na poistné plnenia medziročne vzrástli o 19,04 % na hodnotu 3 432 358 tis. Sk a v neživotnom poistení náklady na poistné plnenia vzrástli na hodnotu 5 129 867 tis. Sk, čo predstavuje medziročný nárast o 20,61 %.

K 30. 6. 2004 bolo v životnom poistení evidovaných 321 230 poskytnutých poistných plnení, pri ktorých bolo ukončené šetrenie a vznikol nárok na poistné plnenie, čo predstavuje 9,27 % medziročný nárast. V neživotnom poistení bolo k 30. 6. 2004 evidovaných 266 903 poskytnutých poistných plnení, čo je o 9,21 % menej ako k 30. 6. 2003.

Porovnaním podielov na poistnom trhu u jednotlivých poisťovní podľa predpísaného poistného a nákladov na poistné plnenia za ostatné polroky 1999 až 2004 možno konštatovať, že výšky podielov na poistnom trhu podľa nákladov na poistné plnenia jednotlivých poisťovní korešpondujú (existuje priama závislosť) s výškami podielov na poistnom trhu podľa predpísaného poistného. Táto závislosť neplatí pri životných poisťovniach, ktoré pôsobia na poistnom trhu krátku dobu, nakoľko v prvých rokoch životná poisťovňa prijíma predpísané poistné a nakoľko poistný kmeň je mladý, nedochádza ešte k výplatám poistných plnení.

Graf: Vývoj nákladov na poistné plnenia v životnom a neživotnom poistení za obdobie polrokov 1999 - 2004



Aplikácia Ganesanovho modelu, ako metódy vzťahového marketingu vo firme

Ing. Renáta Miklenčíčová - Drevárska fakulta TU vo Zvolene

ABSTRACT

Purchase marketing is a type of marketing, which relates to the firm position on the supply market. It analyses the market structure and development in order to ensure the purchase abreast of optimal costs and at the most favourable condition from the medium-term and long-term aspect.

Purchase marketing eventuates not only into relation marketing between outfitters and the firm that enters the mutual business ventures. It also requires long-term orientation of these mutual relations for purpose of their successful formation of co-operation.

Relation marketing should be attached at the side of producer – outfitter in the form of good communication, belief and valuation of mutual co-operation. Relation marketing connects sales and marketing activities, which issue from producer and thus outfitter, through seller as a jobber and they eventuate toward the final customer.

ÚVOD

Štatistické výskumy dokumentujú, že nákup organizácií tvorí 40 až 80% obratu priemyselných podnikov. Predstavuje činnosť, ktorou podnik získava od iného podniku výroby a služby určitej kvality a kvantity v rámci dohodnutých podmienok a v termínoch, ktoré zodpovedajú potrebám podniku.

Nákup produktov a služieb je komplexným procesom, zahrňujúcim takmer všetky funkcie podniku.

Marketing nákupu je druhom marketingu, ktorý sa týka pozície podniku na trhu ponuky. Analyzuje štruktúru a vývoj trhu ponuky, s cieľom zabezpečiť nákup na úrovni optimálnych nákladov a v najpriaznivejších podmienkach zo strednodobého a dlhodobého hľadiska.

Marketing nákupu vyúsťuje nielen do marketingu vzťahov medzi dodávateľmi a firmou, ktoré vstupujú do vzájomných obchodných transakcií, ale vyžaduje dlhodobé orientovanie týchto vzájomných vzťahov s cieľom ich úspešného formovania sa spolupráce.

1. TRANSAKČNÝ MARKETING – VZŤAHOVÝ MARKETING

Ako vyplýva zo samotného označenia, transakčný marketing sa sústreďuje na takú prácu s trhom, ktorej cieľom je realizácia jednorázovej výmeny. Vzťahový marketing definovali R. M. Morgan a S. D. Hunt (1994) nasledovne: „Všetky marketingové aktivity zamerané na ustanovenie, rozvoj a udržiavanie úspešnej vzťahovej výmeny, t.j. výmeny realizovanej v rámci dlhodobých vzťahov.“ Vzťahový marketing sústreďuje svoju pozornosť na trhy a to trhy dodávateľov, výrobcov, zákazníkov, pracovných síl a trhy sprostredkovateľov.

Tabuľka 1: Porovnanie transakčného a vzťahového marketingu

Transakčný marketing	Vzťahový marketing
Uskutočňuje výmenu a jednorázové kontakty	Dojednanie obojstranných výhodných predajov a udržanie si kontaktov ako zdroj lepších výsledkov
Kladie dôraz na cenu	Podpora hodnoty
Budovanie podnikania na jednorázových výmenách	Budovanie podnikanie na vzťahoch
Krátkodobé myslenie a konanie	Dlhodobé myslenie založené na vzťahoch
Získanie nových zákazníkov	Udržanie si všetkých zákazníkov a klientov
Neexistujú štruktúry na udržiavanie podnikania	Na podporu vzťahu sa vytvárajú štruktúry, osobitne kluby a priateľstvá s častými používateľmi a kupujúcimi
Zameranie sa len na predaj	Zameranie sa na vzťahy v záujme výsledkov
Krátkodobá empatia	Dlhodobá empatia a tesný kontakt
Podnety na uskutočnenie výmeny	Podnety na dlhodobé vzťahy a príjmy
Vytváranie základov pre predajný rozhovor a predaj	Vytváranie základov viery, že vzťah zabezpečí príjem
Súťaženie o výsledky v predaji	Rýchly pohyb, zabezpečenie a podpora výsledkov prostredníctvom budovania vzťahu
Slabá popredajná podpora, služby sa považujú za náklady	Silná popredajná podpora, služby sú považované za investíciu do vzťahu
Zameranie na výrobky a služby	Zameranie na očakávania a vnímanie ľudí
Odmeňovanie podporujúce výmeny	Odmeňovanie podporujúce udržiavanie a rozvoj vzťahu a rast príjmov
Uskutočnenie výmeny znamená koniec. Honba za jednorázovými výsledkami	Predaj je iba začiatok. Úsilie a dlhodobé vzťahy sú výsledky

Zdroj: Cchan a McDermott, 1995

Vzťahový marketing je u nás novým pojmom charakterizujúcim veľmi účinný spôsob rozvoja obchodných kontaktov a vzťahov, ako o záujemcov o našu produkciu tak aj k dlhodobým zákazníkom. Nové je to, že firma si vytvára pevný vzťah k svojim zákazníkom sama. Je ideálnym prostriedkom pre zabezpečenie neustálej starostlivosti o zákazníkov a na to využíva rôzne metódy výskumu a komunikácie.

Základným predpokladom riadenia vzťahov je vyvolať dôveru určenú vzťahom prinášajúcim zákazníkovi pridanú hodnotu.

Orientácia firmy na zákazníka, získanie (viazanie) zákazníka, vzťah so zákazníkom, pomoc pre zákazníka sú dnes kľúčom k úspechu pre budúce existenčné zabezpečenie zajtrajška, pretože sila zákazníka je zastúpená vo väčšej miere ako v minulosti. Zákazník je vnímaný viac ako predtým.

Klasický marketing fungoval vynikajúco v časoch masových trhov (široký spotrebiteľský trh). Systém masovej výroby (sériovej výroby) a masového (hromadného) marketingu je vytláčaný stále viac novými systémami ako napr. už spomínaný vzťahový marketing.

2. VZŤAHOVÝ MARKETING PROSTREDNÍCTVOM APLIKÁCIE GANESANOVHO MODELU

Vzájomné pôsobenie medzi obchodnými partnermi môže prebiehať od transakčných ku vzťahovým výmenám. Pri posudzovaní vzájomného pôsobenia je dôležité očakávanie, že bude pokračovať vzťah medzi obchodníkom a dodávateľom do budúcnosti a dlhodobej spolupráce.

Podľa Ganesana (1994) je dlhodobá orientácia zameraná viac ako pravdepodobnosť opakovaných transakcií. Obsahuje aj želania partnerov mať dlhodobé vzťahy.

Za východiskové faktory dlhodobej orientácie obchodných partnerov Ganesan považuje faktory vzájomnej závislosti a dôvery.

1. Faktory závislosti

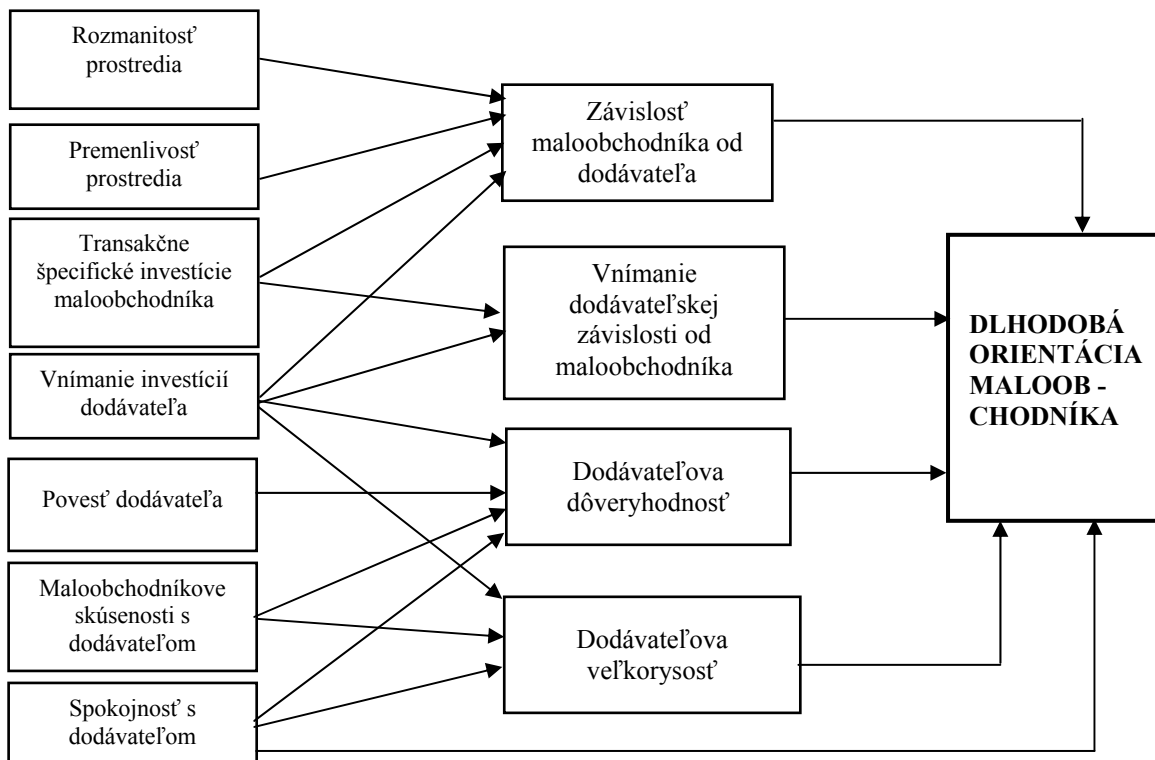
Tieto faktory v prípade maloobchodníka konkretizuje v dvoch polohách a konštatuje, že ide o:

- závislosť maloobchodníka od dodávateľa,
- maloobchodníckove vnímanie závislosti dodávateľa.

2. Faktory dôvery

Podľa Ganesana dôvera vyjadruje želanie spoliehať sa na partnera, ktorému sa dôveruje. Dôležitým aspektom tejto definície je chápanie dôvery ako viery alebo očakávania, ktoré sa týka partnera pri výmene a vyplýva zo skúsenosti, z partnerovej odbornosti, spoľahlivosti a úmyslu.

Obrázok 1: Model dlhodobej orientácie maloobchodníka podľa Ganesana (1994)



Zdroj: Richterová, 1999

Tento model sme aplikovali v obchodnej firme Nicholtrakt. Firma nakupuje od dodávateľských partnerov a ďalej predáva ich produkty konečným zákazníkom. V určitom časovom horizonte sme sa zamerali na analýzu dodávateľov, ale aj konkurencie a zákazníkov. Rozpracovali sme vzťahy so zákazníkmi a dodávateľmi. Pri komplexnom hodnotení dodávateľov sme použili váhovaciu metódu. Zvolili sme kritéria pre posúdenie vhodnosti jednotlivých dodávateľov firmy Nicholtractt. Váhu kritérií sme stanovili subjektívne na základe rozhodnutia o dôležitosti jednotlivých kritérií.

Na základe výsledkov analýzy a vyhodnotenia kritérií váhovacou metódou u dodávateľov firmy Nicholtractt sme aplikovali Ganesanov model dlhodobej orientácie pre firmu. Vychádzali sme zo schémy modelu a jeho faktorov (obrázok 1). Najskôr sme zhodnotili tie faktory, ktoré firma Nicholtractt v rámci spolupráce v súčasnosti používa voči firmám alebo dodávateľská firma voči Nicholtracttu. Ide o tieto faktory, ktoré sa dajú aplikovať na model.

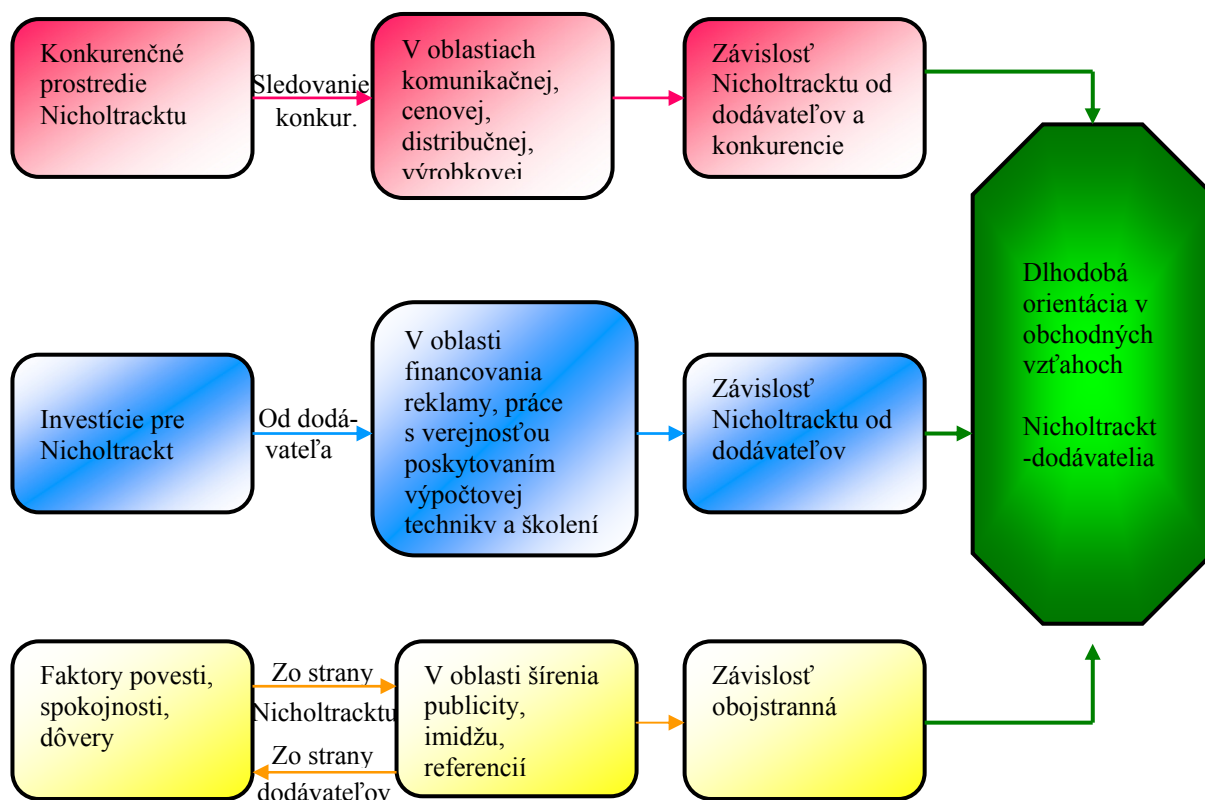
1. Faktory mikroprostredia, ich rozmanitosť – firma so svojimi strediskami si vytvorila dobré meno a povesť na domácom trhu, ale aj v zahraničí. Svedčí o tom zvyšovanie obratu a ziskov firmy, rozsah sortimentu a stále sa zvyšujúce poskytovanie služieb pre zákazníkov.

- dodávateľa,
- zákazníci,

- konkurencia,
 - verejnosť.
- 2. Investície maloobchodníka pri predaji a transakcii a ich vnímanie** - dodávateľské firmy pre Nicholtrackt nerealizujú žiadne investície do podpory predaja svojich výrobkov. Dodávateľské firmy sa spoliehajú na predajcu ich výrobkov prostredníctvom obchodníckej podpory.
 - 3. Povest' dodávateľa** – firma Nicholtrackt vníma svojich dodávateľov priaznivo. V analýze dodávateľov sme rozobrali piatich najvýznamnejších dodávateľov podľa jednotlivých kritérií – kvality, dodávok, ceny, poskytovaných služieb a ostatných kritérií, ktoré sú výsledkom obchodných transakcií.
 - 4. Skúsenosti s dodávateľmi a spokojnosť s ich spoluprácou**

Na základe výsledkov, návrhov a odporúčaní sme podľa Ganesana spracovali model, ktorý sme modifikovali na podmienky Nicholtracktu.

Obrázok 2: Modifikovaný Ganesanov model na podmienky firmy Nicholtrackt



ZÁVER

Model dlhodobej orientácie obchodníka a spolupráce dodávateľom v rámci obchodných vzťahov dodávateľ – predajca by mal vyúsťovať do marketingu vzťahov.

Ako už bolo spomenuté „vzťahový marketing“ zahŕňa všetky aktivity, ktoré sú zamerané na konečnú starostlivosť o konečných zákazníkov a na druhej strane trhu – ponuky výrobcov alebo predajcov.

Každá firma, ktorá si uvedomuje, že zákazníka si získa a udrží len za predpokladu, že bude uplatňovať princípy marketingu, odmenou jej bude skutočnosť, že zákazník sa bude k nej vracat', bude ju vnímať lepšie ako konkurenciu a bude šíriť o firme len kladné referencie.

Vzťahový marketing by sa mal uplatňovať aj na strane predajca – dodávateľ vo formách dobrej komunikácie, dôvery a hodnotenia vzájomnej spolupráce. Vzťahový marketing spája predajné

a marketingové aktivity, ktoré vychádzajú od výrobcu a teda dodávateľa, cez predajcu ako sprostredkovateľa a vyúsťujú ku konečnému zákazníkovi.

Na záver by som chcela poznamenať, že aplikácia marketingu s vyústením do dlhodobej orientácie sa na zákazníka vyžaduje, aby firmy bezvýhradne prijali marketingovú filozofiu v rámci svojho podnikania, aplikovali ju do svojich cieľov a tie pretransformovali v prospech zákazníka, konečného spotrebiteľa ich produktov.

Táto filozofia však musí vychádzať od výrobcov, dodávateľov a sprostredkovateľov.

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. KITA, J. 1998. Nákup a predaj. Bratislava: Sprint, 1. vydanie. 1998, 194 s. ISBN 80-88848-28-8.
2. KOTLER, P. – ARMSTRONG, G. 1992. Marketing. Bratislava: SPN, 1. vydanie. 1992, 720s. ISBN 80-08-02042-.
3. Prospektové materiály firmy Nicholtract. 2001.
4. McCARTHY, J. – PERREAULT, H. 1995. Základy marketingu. Praha: Victoria Publishing. 1995, 327 s.
5. RICHTEROVÁ, K. 1999. Nákupné správanie obchodných organizácií a jeho výskum v maloobchode. Ekonomický časopis 8/9, 1997, s. 11-16.
6. RICHTEROVÁ, K. 1999. Spotrebiteľské správanie – Nákup organizácií.
7. Bratislava: Ekonóm, 1. vydanie. 1999, 149 s. ISBN 80-225-1050-5.
8. KUSÁ, A. – ZAUŠKOVÁ, A. 2002. Marketing vzťahov – nový spôsob riadenia firiem. Marketing a obchod 2002. ISBN 80-89029-54-X.
9. SCHERHAUFER, T. Viac marketingu v roku 2002. In: „Efektívny marketing“. 2001. č.12. XI. Ročník, s. 264-266.

KONTAKT

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárska fakulta Technickej univerzity vo Zvolene
Masarykova 24, 960 53 Zvolen
E-mail: renatam@vsld.tuzvo.sk

Nové techniky a tendencie internetového marketingu (vybrané aspekty)

Ing. Andrej Miklošik - Obchodná fakulta EU v Bratislave

ABSTRACT

New Techniques and Trends in Internet Marketing (Selected Aspects)

In our conditions not many articles with the Internet marketing problematics were published. Internet itself does not create any competitive advantage to a company anymore. The advantage over the competition can be built just by implementing the Internet activities into the marketing mix and following the new trends and tendencies in the Internet marketing.

If a company decides to create its own e-shop, the key to its success is to attract potential customers and visitors to the site. Many less or more expensive methods can be used. One of them is the method called search engine marketing. This method is not used by our companies frequently in spite of being one of the most efficient.

The Internet is also a place, where valuable marketing information can be collected. The information can be used on evaluation of the internet marketing activities success and for monitoring the competition.

This article is trying to enable the marketing managers to discover the problematics of internet marketing and to help the companies in the area of increasing the effectivity of marketing expenditures and lowering the costs.

KEY WORDS: Internet marketing, search engine marketing, PPC

ÚVOD

Internetový marketing je v marketingovej teórii oblasťou, ktorá je v našich podmienkach len veľmi málo teoreticky spracovaná. Takisto aj jeho praktická aplikácia je v slovenských firmách realizovaná nekoncepčne a skôr náhodne ako uplatnením vopred premyslenej marketingovej stratégie. Tento príspevok vznikol v rámci riešenia grantového projektu Vega č. 1/2639/05 a kladie si za úlohu pomenovať a vysvetliť niektoré nové trendy v internetovom marketingu.

Internet sa v posledných rokoch zaradil svojím významom a využiteľnosťou stabilne medzi ostatné médiá. Vďaka svojej dynamickosti a interaktívnosti je považovaný dokonca za médium najperspektívnejšie. Pozornosť marketingových manažérov sa preto musí orientovať na zakomponovanie internetu do marketingového mixu a firemnej marketingovej stratégie. Internet má svoje špecifiká, ktoré sa dotýkajú všetkých štyroch P marketingového mixu – v produktovej oblasti, oblasti cenotvorby a cenových stratégií, v oblasti distribučných metód a kanálov ako a – a najmä v oblasti marketingovej komunikácie. V mojom príspevku by som sa chcel zamerať na posledne menovanú oblasť, a to oblasť marketingovej komunikácie. Špecificky sa chcem vyjadriť najmä k problematike účinnej realizácia marketingu vyhľadávacích služieb.

INTERNETOVÝ MARKETING AKO ZDROJ KONKURENČNEJ VÝHODY

Internet bol donedávna považovaný za perspektívne médium, ktorého využívanie môže firme priniesť významnú konkurenčnú výhodu. Využívanie internetu vo firmách sa už však pomaly blíži k hodnote 80 %. Ako vyplýva zo záverov prieskumu realizovaného v rámci projektu e-business watch realizovaného v roku 2003, 76 percent podnikov v rámci EU-5 (Nemecko, Španielsko, Francúzsko, Taliansko, Veľká Británia) disponuje prístupom k internetu, 68 percent z nich využíva elektronickú poštu ako komunikačný prostriedok a 58 percent podnikov používa službu world wide web.

Obrázok č.1: Prístup k internetu a používanie základných aplikácií v rámci EU

	Have access to the Internet	Use e-mail	Use the WWW
Sector total (EU-5)			
% of employment	98	98	94
% of enterprises	97	97	90
0-9 employees	97	97	90
10-49 employees	96	96	94
50-249 employees	99	99	95
250+ employees	98	98	96
All (9) Sectors (EU-5)			
% of employment	88	84	77
% of enterprises	76	68	58
DE Germany	100	100	100
ES Spain	99	99	79
FR France	94	94	93
IE Ireland	100	100	100
IT Italy	99	99	91
NL Netherlands	100	100	99
FI Finland	100	99	100
UK United Kingdom	98	98	97
CZ Czech Republic	100	100	98
EE Estonia	100	100	100
PL Poland	90	88	87
SI Slovenia	100	100	100

Zdroj: e-Business W@tch (2003)

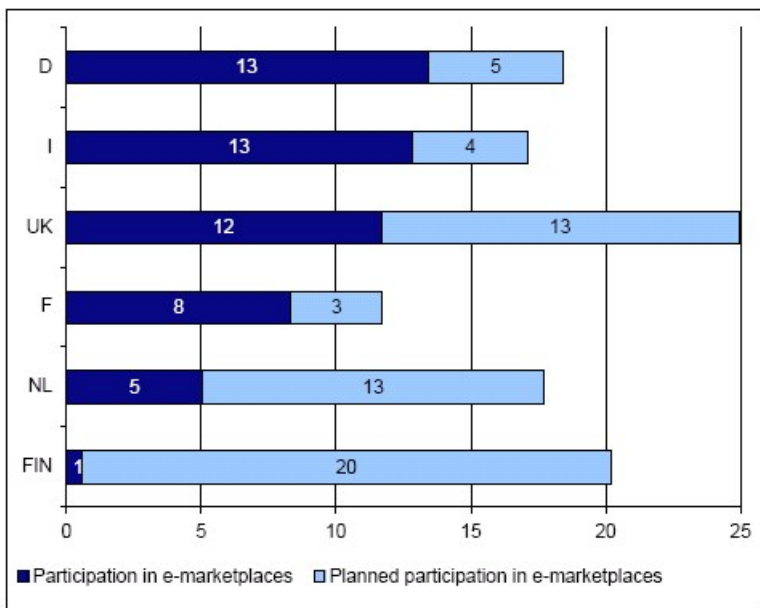
Tieto vysoké čísla naznačujú fakt, ktorý potvrdila aj konferencia Internet a konkurencieschopnosť podniku, ktorá sa uskutočnila 16.3.2005 na Univerzite T. Baťu v Zlíne pri príležitosti vyhlásenia mesiaca marec za Mesiac internetu. Ako vyplýva zo záverov konferencie, samotná prítomnosť firmy na internete už nepredstavuje významnú konkurenčnú výhodu. Dôvodom je takmer 100 percentná prítomnosť firiem na internete v niektorých odvetviach, napríklad v odvetví ICT predstavuje až 97 percent (viď druhý riadok tabuľky).

Znamenajú teda tieto údaje fakt, že internet stratil svoje dominantné postavenie a jeho využívanie je už len otázkou bežnej rutiny? Určite nie. Ako som spomínal, samotná prítomnosť na internete by mala byť už pre každú firmu samozrejmosťou, avšak podstatnú výhodu oproti konkurentom môže firma dosiahnuť jedine zmenou a inováciou v obchodných procesoch.

Internet predstavuje stále veľkú príležitosť pre každú firmu nezávisle od jej veľkosti. Veď práce internet je miestom, kde sa rozdiely vo veľkosti strácajú a šance malých firiem aj gigantov sa vyrovnávajú. Najväčšou príležitosťou v súčasnosti predstavuje zriadenie vlastného e-obchodu a aplikácia najnovších poznatkov v oblasti internetového marketingu vrátane marketingu vyhľadávacích služieb.

Nasledujúci obrázok ukazuje situáciu v oblasti realizácie vlastných e-business riešení v 6 krajinách EÚ. Aj v najrozvinutejších krajinách predstavuje súhrn existujúcich a plánovaných riešení len 25 percent. Dokonca vo Fínsku mala podľa údajov z roku 2002 svoj vlastný internetový obchod len 1 zo 100 firiem. V tejto oblasti teda stále existujú rezervy, nehovoriac o kvalite a efektívnosti jednotlivých e-shopov.

Obrázok č.2 Existujúce a plánované e-obchody v sektore ICT



Zdroj: e-Business W@tch (2002)

ZABEZPEČENIE NÁVŠTEVNOSTI INTERNETOVEJ STRÁNKY

Keď sa firma rozhodne realizovať internetový projekt a vytvoriť vlastnú internetovú predajňu, dôležitým krokom je zabezpečiť jej návštevnosť. To je možné zabezpečiť využitím najrôznejších nástrojov marketingovej komunikácie v rámci internetu, ale aj ďalších médií. Pokiaľ sa zameriame na internet ako najefektívnejšie médium pre oslovenie potenciálnych zákazníkov konkrétneho e-obchodu, do popredia okrem klasických reklamných aktivít v podobe bannerov, pop-up okien, či elektronickej pošty vystupuje tzv. marketing vyhľadávacích služieb. Jeho úlohou je zabezpečiť propagáciu web stránky a usmerniť tok návštevníkov hľadajúcich konkrétne informácie práve na túto stránku.

Marketing vyhľadávacích služieb (MVS) je v zahraničí bežne používanou marketingovou metódou. To, že u nás sa táto metóda takmer nevyužíva, potvrdzuje napríklad aj nasledujúci fakt. Na internete existuje zoznam firiem, ktoré sa zaoberajú realizáciou služieb MVS. Medzi stovkami evidovaných firiem je možné nájsť jedinou firmu z Českej republiky a ani jednu zo Slovenskej republiky. Zoznam je k dispozícii na adrese www.SEMList.com.

Pri komplexnej realizácii marketingu vyhľadávacích služieb prechádza firma niekoľkými základnými krokmi:

- zistenie potreby realizácie marketingu vyhľadávacích služieb
- monitoring existujúcich vyhľadávacích serverov
- výber relevantných serverov
- registrácia web stránky na relevantných serveroch
- zabezpečenie zvýraznenia nášho odkazu napríklad využitím platených odkazov
- využitie metód PPC (pay per click)

V prvom kroku si musí firma uvedomiť nutnosť využitia možností marketingu vyhľadávacích služieb. Niektoré firmy si možno vystačia s bežnými nástrojmi marketingovej komunikácie a internetovej reklamy. Táto však môže byť (a často aj býva) značne neefektívna a neprinesie očakávané výsledky vzhľadom na vynaložené výdavky.

Následne je nutné uskutočniť prieskum existujúcich vyhľadávacích serverov. V tomto prípade sa pozornosť sústreďí na katalógové vyhľadávače, ktoré umožňujú bezplatnú resp. platenú registráciu firemnej web stránky v rôznych kategóriách. Následne firma určí, ktoré servery najviac vyhovujú jej zameraniu ako aj cieľovému publiku a uskutoční registráciu. Podporu platených odkazov má

v súčasnosti napríklad server zoznam.sk. S ich využitím je možné docieľiť, aby sa daná stránka zobrazila pri hľadaní vždy medzi prvými zobrazenými stránkami a zvýšiť tak jej návštevnosť.

PPC AKO PERSPEKTÍVA MARKETINGU VYHĽADÁVACÍCH SLUŽIEB

Poslednou, a podľa mňa najúčinnnejšou metódou zviditeľnenia web stránky, sú služby PPC. PPC je zaužívaná skratka pre tzv. „platiť za klik“, po anglicky Pay Per Click. Je to podobná metóda ako sponzorované odkazy. Pri využití PPC sú odkazy zákazníka zobrazované pri hľadaní určitého slova vo vyhľadávачi na prvých miestach, čím sa výrazne zvýši návštevnosť stránky. Princíp spočíva v tom, že zákazník neplatí za zobrazené odkazy, ale len v prípade, ak používateľ na ne klikne. Je to teda veľmi efektívna metóda na zvýšenie návštevnosti stránok, čo sa v konečnom dôsledku prejaví aj v náraste obratu realizovaného prostredníctvom e-shopu. Táto forma marketingu vyhľadávacích služieb je veľmi populárna v zahraničí, jej obľúbenosť rastie aj na Slovensku. Firma, ktorá ponúka tieto služby, úzko spolupracuje s viacerými vyhľadávacími servermi a ďalšími spoločnosťami prevádzkujúcimi informačno-odborné internetové stránky (napríklad rôzne internetové noviny a časopisy, kluby, a pod.), pričom na základe zmluvnej dohody umožňuje zobrazovanie odkazov svojich zákazníkov na týchto serveroch.

Na základe vyššie uvedeného vystupuje do popredia otázka efektivity metódy PPC. Na túto tému bolo už publikovaných viacero odborných článkov, preto len stručne spomeniem, že v porovnaní s klasickými metódami internetovej reklamy, napríklad bannermi, je účinnosť a efektivita metódy PPC vyššia. Toto tvrdenie sa opiera o viaceré prieskumy zrealizované v tejto oblasti. V súčasnej praxi sa ukazuje, že banner je vhodný skôr na budovanie imidžu značky, tzv. brand marketing, pretože jeho klikateľnosť je hlboko pod hranicou 1 %. Reálny tok cieľených spotrebiteľov vyhľadávajúcich produkty cez vyhľadávачe s úmyslom nakupovať, prichádza cez výsledky vyhľadávania, o čom svedčia výsledky prieskumu uskutočnené americkou agentúrou NPD Group.

Ak by sme porovnali klasický sponzorovaný odkaz a PPC odkaz, tak je to v podstate výsledok vyhľadávania s vlastnosťami zhodnými s PPC výsledkami vyhľadávania. Ak je však klasický sponzorovaný odkaz príliš zvýraznený alebo zle umiestnený, môže sa správať ako tzv. textový banner, kde už je klikateľnosť výrazne nižšia kvôli tzv. bannerovej slepote. Cena však nie je stanovená za počet zobrazení, ale býva pevne určená cena za mesiac a veľmi úzko obmedzený počet kľúčových slov (3 až 5). To znamená, že náklady na návštevníka sa nedajú presne predpokladať, ale len spätne vyčíslíť a nachádzajú sa niekde medzi cenou za PPC návštevníka a bannermi. Pri málo frekventovaných kľúčových slovách však môže byť cena za jedného návštevníka cez klasický sponzorovaný odkaz aj omnoho vyššia.

U nás ponúka služby PPC systém eTarget. Odkaz na firemnú web stránku sa prostredníctvom eTargetu zobrazí naraz na tridsiatichdvoch slovenských portáloch, pričom sú zahrnuté dva základné typy odkazov:

- odkazy zobrazené vo vyhľadávacích serveroch
- kontextové odkazy, čiže odkazy pri článkoch týkajúcich sa firemnej obchodnej činnosti na spravodajských serveroch (napr. Sme.sk)

Spoločnosť eTarget poskytuje svojim zákazníkom aj celý rad doplnkových služieb, s použitím ktorých možno docieľiť vysokú návratnosť použitých prostriedkov a presné ciele na konkrétny zákaznícky segment.

ZÍSKAVANIE MARKETINGOVÝCH INFORMÁCIÍ NA INTERNETE

Súčasťou realizácie internetového marketingu je samozrejme aj monitoring konkurencie a získavanie marketingových informácií. Internet je zdrojom, v ktorom možno nájsť takmer neobmedzené množstvo informácií, ktoré sú viac či menej vhodné pre firemný marketingový informačný systém. Existujú rôzne servery, ktoré sa zaoberajú monitoringom návštevnosti stránok. Na takýchto serveroch je možné získať cenné marketingové informácie nielen o konkurencii ale aj o vlastnej firme a internetovej stránke. Príkladom je stránka www.naj.sk. Tento server je na

slovenskom internete unikátny tím, že monitoruje návštevnosť všetkých zaregistrovaných stránok, a tie následne podľa nej zoraduje. Používateľ si tak okamžite môže urobiť dojem o veľkosti, serióznosti a populárnosti stránky, ktorú chce navštíviť. Okrem toho poskytuje zaregistrovaným partnerom veľmi cenné služby. Okrem celkového počtu návštev na stránke totiž disponuje až prekvapivo podrobnými štatistikami o jednotlivých prístupoch a prehľadnými grafickými zobrazeniami. Firma po registrácii získava množstvo neoceniteľných služieb, z ktorých sú najdôležitejšie:

- nepretržitý monitoring internetovej stránky podľa medzinárodnej organizácie IF ABC
- prístup k podrobným výsledkom monitoringu - viac ako 40 štatistických ukazovateľov

Na základe týchto podrobných štatistík je možné robiť podrobné analýzy úspešnosti jednotlivých marketingových nástrojov ako aj vyhodnocovať efektivitu internetovej reklamnej kampane. Poskytované informácie možno kategorizovať nasledovne:

- základné údaje - počet prístupov (denný, mesačný, ročný, celkový), počet unikátnych hostov, údaje o návštevnosti podľa jednotlivých hodín dňa, podľa dní v týždni, ďalej údaje o najúspešnejšom dni, mesiaci, roku, a podobne
- grafické zobrazenia - všetky predstaviteľné údaje aj v grafickej forme, napríklad ktoré podstránky sú najviac navštevované, koľko času strávili používatelia prehliadaním stránok, počet stránok za jednu návštevu, atď.
- informácie o návštevníkoch - systém graficky znázorní, aké operačné systémy návštevníci používajú, aké rozlíšenie obrazovky (veľmi dôležitá informácia), aký internetový prehliadač, odkiaľ návštevníci prišli – presný zoznam adries serverov aj s počtom návštev

Využitie serveru naj.sk prináša teda firmám nemalú úsporu nákladov aj času a podstatnú konkurenčnú výhodu, pokiaľ dokážu získané informácie efektívne použiť.

ZÁVER

Keďže nasadenie internetu v podnikových a obchodných procesoch už samo o sebe nie je zdrojom konkurenčnej výhody, je potrebné viac sa sústrediť na zakomponovanie internetu do marketingového mixu a využitie potenciálu, ktorý internet ponúka. Na internete uspeje len ten, kto dokáže sledovať a implementovať najnovšie trendy a tendencie v internetovom marketingu. Tento príspevok si kladie za úlohu umožniť marketingovým manažérom nahliadnuť do problematiky internetového marketingu a pomôcť v oblasti zvyšovania efektivity marketingových výdavkov a znižovania nákladov.

Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu VEGA č.1/2639/05 Rozvoj podmienok na inovácie marketingových a obchodných činností podnikov po vstupe SR do EU na pracovisku Obchodná fakulta EU Bratislava.

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. <http://www.e-komerce.cz>, Kozák, D.: Internet už není konkurenční výhodou, 18.03.2005
2. <http://www.ebusiness-watch.org> (2005-03-25)
3. <http://www.etarget.sk> (2005-04-04)
4. <http://www.naj.sk> (2005-04-06)
5. <http://www.semlist.com> (2005-04-07)

KONTAKT

Katedra marketingu, Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave
Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava
E-mail: miklosik@dec.euba.sk, Tel.: +421 905 248293

Ekonomické aplikácie teórie hier

Ing. Nora Mikušová - EU v Bratislave

Niektoré ekonomické situácie môžeme popísať modelmi maticových hier a riešiť ich jednoduchými procedúrami teórie hier.

V maticových hrách, ktoré v predkladanej práci uvádzame, uvažujeme s hrami dvoch hráčov proti sebe, alebo jedného hráča proti prírode.

COURNOTOVA A STACKELBERGOVA ROVNOVÁHA

Najčastejšie uvádzaným príkladom ekonomickej aplikácie teórie hier je analýza duopolu pomocou Cournotovej a Stackelbergovej rovnováhy. Na duopolistickom trhu sú dvaja „hráči“, konkurujúce si firmy, pri ktorých správaní sa na trhu môžu nastať nasledovné situácie:

- Obidve firmy sa správajú ako nasledovníci – Cournotova rovnováha,
- Jedna z firiem je vodcom a druhá nasledovníkom – Stackelbergova rovnováha,
- Obidve firmy sa správajú ako vodcovia – Stackelbergova nerovnováha.

Vieme, že táto analýza vychádza z predpokladu, že firmy poznajú funkcie reakcie svojich konkurentov, čo v praxi nie je možné. Každá z firiem si vie urobiť iba odhad konkurentovho správania sa. Ale môžeme predpokladať, že každá z firiem si uvedomuje svoje postavenie na trhu a bude sa podľa neho správať. Potom, za predpokladu, že si obe firmy uvedomujú svoje postavenie, vedia sa rozhodnúť, či budú uspokojovať hlavnú časť dopytu – budú sa správať ako vodcovia, alebo budú uspokojovať reziduálnu časť dopytu a budú nasledovníkmi. Pričom ak sa obidve firmy správajú racionálne, tak vedia, že ak sa obe budú správať ako vodcovia (aj napriek tomu, že jedna z nich je v postavení nasledovníka), tak obe dosiahnu nižší zisk (Stackelbergova nerovnováha) ako keby sa správali obaja ako nasledovníci (Cournotova rovnováha), pričom pre naozajstného vodcu je nevýhodné správať sa ako nasledovník, ale musí odhadnúť, či sa jeho konkurent bude správať racionálne a príjme svoje postavenie nasledovníka. Ak sa nasledovník nebude správať racionálne a bude trvať na postavení vodcu, firmy sa dostanú do už spomenutej Stackelbergovej nerovnováhy.

Preniknutie na nové trhy

Predstavme si situáciu, že slovenská firma sa snaží preniknúť na trh EU, kde už pôsobí iná firma a má na týchto trhoch svoje postavenie. Majme 4 rôzne trhy, na ktorých tieto firmy môžu pôsobiť – označme ich indexmi $i = 1, 2, 3, 4$ a nech s_i označuje objem objednávok na i -tom trhu. Jednotlivé trhy si zoradíme podľa veľkosti od najväčšieho po najmenší $s_1 \geq s_2 \geq s_3 \geq s_4 > 0$.

Keď sa chce nová firma na trhu dostať do povedomia zákazníkov, urobí to prostredníctvom propagačnej kampane. Každá z firiem má vyčlenené prostriedky na kampaň, ktoré stačia na jej vytvorenie iba na jednom trhu. Pre slovenskú firmu je vytvorenie propagačnej kampane nevyhnutnosťou, a keďže firma EU považuje našu firmu za dôstojného konkurenta, bude odpovedať protikampaňou (ale tiež má prostriedky na jej vytvorenie iba na jednom trhu)⁷⁰.

Pre lepšiu názornosť predpokladajme extrémny prípad a to, že ak slovenská firma realizovala na niektorom z trhov propagačnú kampaň a firma EU na tomto trhu kampaň nerobila, potom všetky objednávky z tohto trhu získava slovenská firma. Ak na i -tom trhu realizovali propagačnú kampaň obe firmy, potom slovenská firma získa ps_i objednávok a firma EU $(1-p)s_i$ objednávok. Kde p udáva efektívnosť propagačnej kampane slovenskej firmy a platí $0 < p < 1$. Ak na i -tom trhu nevykonala kampaň ani jedna z firiem, potom všetky objednávky tohto trhu ostávajú firme EU, keďže už na tomto trhu má svoje postavenie.

⁷⁰ Musíme poznamenať, že reklamné kampane budú mať požadovaný efekt iba ak budú prebiehať súčasne.

Z uvedeného vyplýva, že slovenská firma sa rozhoduje, na ktorý trh prenikne najprv (na ktorom trhu vyková propagačnú kampaň) a firma EU sa rozhoduje, na ktorom z trhov bude hájiť svoje postavenie. Popísanú situáciu môžeme zapísať ako *maticovú hru dvoch hráčov*, pričom slovenská firma bude 1. hráčom, firma EU 2. hráčom a nech

$$s_1 = 40, s_2 = 30, s_3 = 20, s_4 = 10 \text{ a } p = 1/6.$$

Maticu platieb môžeme zapísať v tvare:

$$\begin{pmatrix} ps_1 & s_1 & s_1 & s_1 \\ s_2 & ps_2 & s_2 & s_2 \\ s_3 & s_3 & ps_3 & s_3 \\ s_4 & s_4 & s_4 & ps_4 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 20/3 & 40 & 40 & 40 \\ 30 & 5 & 30 & 30 \\ 20 & 20 & 10/3 & 20 \\ 10 & 10 & 10 & 5/3 \end{pmatrix}$$

Matica platieb v tomto prípade nemá sedlový bod, čo znamená, že hra nemá riešenie v čistých stratégiách, ale ak predpokladáme, že nerovnosti medzi trhmi sú ostré, hra má riešenie v zmiešaných stratégiách:

$$x_k^0 = \frac{\frac{1}{s_k}}{\sum_{i=1}^r \frac{1}{s_i}}, \quad x^0 = (x_1^0, x_2^0, \dots, x_r^0, 0, 0, \dots, 0)$$

$$y_k^0 = \frac{1}{1-p} \left[1 - \frac{\frac{p+r-1}{s_k}}{\sum_{i=1}^r \frac{1}{s_i}} \right], \quad y^0 = (y_1^0, y_2^0, \dots, y_r^0, 0, 0, \dots, 0)$$

kde $k = 1, 2, \dots, r \leq n$ a hodnota hry je

$$v = \frac{r+p-1}{\sum_{i=1}^r \frac{1}{s_i}}.$$

Index $r \leq n$ určíme zo vzťahu:

$$\frac{1}{\frac{s_{r+1}}{\sum_{i=1}^r \frac{1}{s_i}}} > \frac{1}{r+p-1} \geq \frac{1}{\frac{s_r}{\sum_{i=1}^r \frac{1}{s_i}}}$$

ako najmenšie prirodzené číslo, ktoré tomuto vzťahu vyhovuje. Ak takého číslo neexistuje, položíme $r = n$.⁷¹

V našom prípade je $r = 3$, zmiešané stratégie pre obidve firmy sú:

$$x^0 = (3/13, 4/13, 6/13, 0),$$

$$y^0 = (3/5, 2/5, 0, 0)$$

a hodnota hry v je

$$v = 20.$$

⁷¹ tento prípad nastáva iba ak $\frac{1}{n} \frac{s_n}{\sum_{i=1}^n \frac{1}{s_i}} \leq \frac{1}{n+p-1}$

To znamená, že slovenská firma sa bude rozhodovať urobiť reklamnú kampaň na prvých troch trhoch, pričom pri svojom rozhodovaní použije náhodný mechanizmus. Rozhodne sa pre kampaň na prvom trhu s pravdepodobnosťou 3/13, na druhom s pravdepodobnosťou 4/13 a na treťom 6/13. Firma EU bude uvažovať o kampani iba na prvých dvoch trhoch a to s pravdepodobnosťami 3/5 pre prvý a 2/5 pre druhý trh. Stredná hodnota objednávok, ktoré získa slovenská firma je 20 jednotiek.

Vykonávanie preventívnych kontrol

Ďalším príkladom využitia teórie hier sú tzv. *hry proti prírode*. Sú to hry dvoch hráčov s nulovým súčtom platieb, v ktorých je jeden hráč racionálny a snaží sa maximalizovať svoju platbu a druhý hráč je k výsledku hry ľahostajný - *príroda*.

Predpokladajme, že firma pri nepretržitej výrobe tovarov používa výrobné zariadenie, na ktorom by mala vykonávať preventívne kontroly s prípadnými menšími opravami. Problémom firmy ale je, že počas trvania kontroly je výrobné zariadenie vypnuté a ona nemôže pokračovať vo výrobe, čím jej za predpokladu, že zariadenie je v poriadku vznikajú straty. Je na rozhodnutí manažéra firmy, či bude vykonávať preventívne kontroly a opravy, pričom nie pri každej kontrole je nutná aj oprava, ale dá sa ňou predísť havárii na výrobnom zariadení, alebo vykoná opravu až pri havárii zariadenia a bude v tomto prípade riskovať oneskorenie objednávky s tým spojené penále a vyššie náklady na opravy.

Nech:

$t_1 = 3$ h	priemerná doba prerušenia výroby pri preventívnej kontrole v prípade bezchybného stavu zariadenia,
$t_2 = 8$ h	priemerná doba prerušenia výroby pri preventívnej kontrole a oprave v prípade odhalenia chyby na výrobnom zariadení,
$t_3 = 48$ h	priemerná doba prerušenia výroby pri havárii zariadenia
$a = 2\,100,-$ Sk/h	priemerné tržby za časovú jednotku (1 h) pri plnom využití výrobného zariadenia,
$b = 2\,400,-$ Sk	priemerné náklady na preventívnu kontrolu v prípade bezchybného stavu výrobného zariadenia,
$c = 7\,800,-$ Sk	priemerné náklady na preventívnu kontrolu v prípade, že na zariadení bola odhalená chyba,
$d = 33\,800,-$ Sk	priemerné náklady na opravu pri havárii zariadenia,
$e = 15\,000,-$ Sk	priemerná hodnota ďalších škôd spôsobených haváriou zariadenia,
$p = 0,8$	pravdepodobnosť toho, že v sledovanom období je zariadenie bez poruchy.

Stratégiami firmy, ako sme už spomenuli sú: vykonanie preventívnej opravy ($i = 1$) alebo nevykonanie preventívnej opravy ($i = 2$). *Stratégiami prírody sú*: zariadenie funguje bezchybne ($j = 1$) alebo na zariadení sa vyskytla chyba ($j = 2$). Maticu platieb v tejto hre bude tvoriť matica (a):

$$\begin{pmatrix} -t_1a - b & -t_2a - c \\ 0 & -t_3a - d - e \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} -8700 & -24600 \\ 0 & -149600 \end{pmatrix}$$

Matica predstavuje výšku strát firmy, ak nastane niektorá z už spomenutých situácií.

Keďže poznáme (zo skúseností alebo z odhadov), zmiešané stratégie prírody – pravdepodobnosť bezchybného fungovania stroja, na nájdenie čistej optimálnej stratégie firmy použijeme *Bayesov princíp* pri ktorom zmiešané stratégie prírody sú:

$$p = (p, 1 - p) = (0,8; 0,2) .$$

Podľa Bayesovho princípu volí firma tú zo svojich čistých stratégií, pre ktorú platí:

$$E(i, p) = \sum_{j=1}^n a_{ij} p_j \rightarrow \max$$

	Funguje bezchybne	Porucha	suma <i>j</i>
Kontrolovať	-6 960	-4 920	-11 880
Nekontrolovať	0	-29 920	-29 920
		max <i>i</i>	-11 880

Uvedený princíp môžeme napísať aj:

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Náklady kontroly} & & \text{Náklady havárie} \\
 -p(t_1 a + b) - (1-p)(t_2 + c) & \geq & -(1-p)(t_3 a + d + e) \\
 -11\,880 & \geq & -29\,920 \\
 11\,880 & \leq & 29\,920
 \end{array}$$

čo znamená, že pre firmu je optimálne vykonávať preventívne kontroly, ak náklady preventívnej kontroly nie sú vyššie ako náklady havárie.

Prostredníctvom obidvoch zápisov Bayesovho princípu vidíme, že firme sa v tomto prípade oplatí vykonávať preventívne kontroly, lebo náklady na ich vykonanie a prípadné odstránenie zistených škôd sú nižšie ako náklady, ktoré vzniknú firme pri havárii.

Kompromisné riešenie

V praxi nemôžeme predpokladať, že sa manažéri firiem rozhodujú iba na základe jedného kritéria, alebo že chcú maximalizovať iba jedno kritérium. Predpokladajme, že manažér firmy sa zaujíma, o to, ako môže dosiahnuť čo najväčší zisk a čo najväčší odbyt výrobkov. Nech sú tieto dva jeho zámery merané prostredníctvom nasledujúcich dvoch kritériálnych funkcií:

$$\begin{array}{l}
 f_1(x_1, x_2) = 2,5x_1 + x_2 \text{ (zisk)} \\
 f_2(x_1, x_2) = 5x_1 + 10x_2 \text{ (odbyt)}
 \end{array}$$

Technologický manažment spoločnosti poskytol informácie o výrobných možnostiach. V existujúcich kapacitných podmienkach možno vyrobiť najviac 8 miliónov jednotiek prvého výrobku a 10 miliónov jednotiek druhého výrobku. Zo zdrojov, ktoré sa spotrebúvajú pri výrobe výrobkov, sú limitované len dva. K dispozícii je 17 ton prvého z nich, pričom na 1 milión jednotiek prvého výrobku sa spotrebujú 2 tony a na 1 milión jednotiek druhého výrobku sa spotrebuje 1 tona tohto zdroja. Z druhého zdroja je k dispozícii 12 ton, pričom na 1 milión jednotiek každého výrobku sa spotrebuje 1 tona tohto zdroja. Prípustná je teda každá alternatíva x , pre ktorú je splnená nasledujúca sústava nerovnic:

$$\begin{array}{l}
 2x_1 + x_2 \leq 17 \text{ (1. zdroj)} \\
 x_1 + x_2 \leq 12 \text{ (2. zdroj)} \\
 0 \leq x_1 \leq 8 \\
 0 \leq x_2 \leq 10
 \end{array}$$

Vo všeobecnosti môžeme povedať, že hľadáme kompromisné riešenie, ktoré rešpektuje tendenciu maximalizovať t lineárnych cieľových kritérií:

$$f_k(x) = \mathbf{c}_k^T \mathbf{x}$$

za podmienok

$$\mathbf{Ax} \leq \mathbf{b}$$

$$\mathbf{x} \geq \mathbf{0}$$

kde $k=1,2,\dots,t$, \mathbf{c}_k sú n -rozmerné stĺpcové vektory konštant, \mathbf{A} je matica typu $m \times n$, \mathbf{b} je m -rozmerný stĺpcový vektor konštant a \mathbf{x} je n -rozmerný stĺpcový vektor premenných.

Nech \mathbf{x}^k je optimálne riešenie úlohy lineárneho programovania:

$$\max \{ \mathbf{c}_k^T \mathbf{x} \mid \mathbf{Ax} \leq \mathbf{b}, \mathbf{x} \geq \mathbf{0} \}$$

v ktorej je účelovou funkciou k -te kritérium. Veličinu $f_k(\mathbf{x}^k)$ voláme realizáciu k -teho cieľa, alebo jednoduchšie iba k -tym cieľom.. Predpokladáme, že pre všetky $k=1,2,\dots,t$ platí:

$$f_k(\mathbf{x}^k) \neq 0$$

a pre $k \neq s$ platí

$$f_k(\mathbf{x}^k) \geq f_k(\mathbf{x}^s)$$

čo nám vlastne hovorí, že optimálne riešenie úlohy lineárneho programovania z hľadiska jedného cieľového kritéria nemusí byť optimálne z hľadiska iného cieľového kritéria.

V našom príklade získavame nasledovné optimálne riešenia úloh lineárneho programovania pre maximalizáciu zisku a obratu:

Pre zisk dostávame: $\mathbf{x}^1 = (8; 1)^T$,
pre obrat dostávame: $\mathbf{x}^2 = (2; 10)^T$,
z ktorých vypočítame:

$$\begin{aligned} f_1(\mathbf{x}^1) &= 21 & f_1(\mathbf{x}^2) &= 15 \\ f_2(\mathbf{x}^1) &= 50 & f_2(\mathbf{x}^2) &= 110 \end{aligned}$$

Preskúmame veličinu:

$$g_{ks} = \left| \frac{f_k(\mathbf{x}^k) - f_k(\mathbf{x}^s)}{f_k(\mathbf{x}^k)} \right|$$

ktorú voláme normovanou odchýlkou riešenia \mathbf{x}^s od cieľa f_k . Veličina $g_{ks} \cdot 100$ udáva absolútnu percentuálnu odchýlku riešenia \mathbf{x}^s do cieľa f_k , pričom je zrejmé, že $g_{ks} \geq 0$.

Teraz môžeme analyzovať maticovú hru s maticou platieb:

$$\mathbf{G} = (g_{ks})$$

Kde $k=1,2,\dots,t$, $s=1,2,\dots,t$.

V našom príklade bude mať uvedená matica tvar:

$$\mathbf{G} = \begin{pmatrix} 0 & 0,2857 \\ 0,54 & 0 \end{pmatrix}.$$

Uvedenú hru môžeme interpretovať tak, že 1. hráč (nadriadený orgán – rozhodovateľ) volí cieľ f_k a 2. hráč (analytik, ekonomický subjekt, ktorý sa rozhoduje) volí riešenia \mathbf{x}^s . Druhý hráč (analytik) sa usiluje o to, aby maximálna normovaná odchýlka od jednotlivých cieľov bola čo najnižšia.

Nech v je hodnota hry s maticou platieb \mathbf{G} a vektor $\mathbf{q}^0 = (q_1^0, q_2^0, \dots, q_t^0)$ je optimálnou zmiešanou stratégiou druhého hráča v tejto hre. Potom vektor \mathbf{x}^0 definovaný ako

$$\mathbf{x}^0 = \sum_{s=1}^t \mathbf{q}_s^0 \mathbf{x}^s$$

môžeme pokladať za najlepšie kompromisné riešenie úlohy kompromisného programovania.

V príklade je optimálnou zmiešanou stratégiou analytika (druhého hráča) vektor $q^0 = (0,34; 0,66)$ a hodnota hry je $v = 0,1875$. Kompromisné riešenie úlohy viackriteriálnej maximalizácie je

$x^0 = 0,34 \begin{pmatrix} 8 \\ 1 \end{pmatrix} + 0,66 \begin{pmatrix} 2 \\ 10 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 4 \\ 7 \end{pmatrix}$, čo znamená, že pri rešpektovaní oboch kriteriálnych funkcií by

podnik mal vyrábať 4 milióny jednotiek prvého výrobku a 7 miliónov jednotiek druhého výrobku. Pri takejto kombinácii výrobkov bude firma realizovať zisk vo výške 17 jednotiek a obrat vo výške 90 jednotiek.

Príklady ekonomických aplikácií teórie hier, ktoré sú uvedené v predloženej práci sú naozaj iba príkladmi a nechcú byť výpočtom všetkých možností jej využitia v ekonomickej praxi. Poznamenajme ale, že rozhodovať o určitých opatreniach iba na základe teórie hier by nebolo od rozhodovateľov múdre, lebo nevyužíva všetky informácie, ktoré máme k dispozícii, ale v mnohých prípadoch môže byť zahrnutá do niektorej etapy rozhodovania a môže napomôcť k efektívnemu rozhodnutiu.

SUMMARY

In this paper we try to show on very simply examples how to make the pay off matrixes in the game theory. In the first part we are speaking about Stackelberg and Cournot equilibrium. These two equilibriums are showed in a lot of books like the typical example for two player games. The next example is also a game of two players and it shows how we can make a decision to go in a new market. The third example is a very simply example game of one player against the nature. We tried to show the decision of firm about making or not making preventive repairs of production line. In the last example we show that also Multiple Criteria Decision Making we can solve with game theory.

LITERATÚRA

1. CHOBOT, M.: Teória hier a rozhodovania, Edičné stredisko Vysokej školy ekonomickej, Bratislava 1986
2. MAŇAS, M.: Teorie her a její ekonomické aplikace, Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1988
3. TURNOVEC, F., Ekonomické aplikácie maticových hier, In: Sborník Katedry kybernetiky Vysokej školy ekonomickej v Bratislave 1968, Východoslovenské tlačiarne n. p., Košice 1967
4. MLYNAROVIC, V., Modely a metódy viackriteriálneho rozhodovania, Vydavateľstvo EKONÓM 1998
5. NORMAN, H. – T., EUI Working Papier ECO No.94/43, Stackelberg Warfare as an Equilibrium Choice in a Game, European University Institute, Florence 1994

Rozdielny vývoj európskych regiónov a koncepty znižovania medziregionálnych disparít v EÚ

Ing. Miloš Mrva - Fakulta managementu UK Bratislava

ABSTRAKT

Cieľom článku je skúmať rozdielny vývoj a disparity medzi jednotlivými regiónmi Európskej únie. V článku poukážeme na príčinu existencie týchto disparít a vysvetlíme dôvody, prečo Európska únia považuje podporu regionálneho rozvoja za jednu z hlavných priorít svojej politiky. V kontexte napĺňania cieľov Lisabonskej stratégie predstavíme možné ekonomické a manažérske nástroje, ktoré prispievajú k znižovaniu rozdielov medzi regiónmi a k zvyšovaniu konkurencieschopnosti a efektívnemu využívaniu potenciálu regiónov.

KEÚČOVÉ SLOVÁ: konkurencieschopnosť regiónov, znalostná ekonomika, strategické partnerstvá, rozvoj regiónov, regionálna politika a stratégia, disparity medzi regiónmi EÚ, Lisabonská stratégia

ABSTRACT

The goal of the article is to examine different development and disparities among EU regions. In the article we are showing causes of this disparities and we are explaining the reasons, why EU considers the support of regional development and regional policy as a main priority of its policy. In the context of fulfilling of the goals of the Lisbon agenda we are presenting possible economical and managerial instruments, which contribute to lower disparities among regions and lead to increasing of competitiveness and effective using of regional capacity.

KEY WORDS: competitiveness of region, knowledge economy, strategic partnerships, development of regions, regional strategy, disparities among EU regions, Lisbon agenda

CIELE LISABONSKEJ STRATÉGIE A ICH PREHODNOTENIE

Lisabonská stratégia si kladie za cieľ urobiť z Európskej únie do roku 2010 najdynamickejšiu a najkonkurencieschopnejšiu znalostne orientovanú ekonomiku na svete. Hneď po schválení Lisabonskej agendy sa však ozývali skeptické hlasy o reálnosti jej cieľov, a to najmä z hľadiska jej časového naplnenia. Okrem toho existovali pochybnosti o tom, či sa Lisabonská stratégia neodkláňa od svojich pôvodne definovaných cieľov. Preto sa očakávalo, že orgány EÚ prehodnotia a opätovne prediskutujú aktuálnosť cieľov Lisabonskej stratégie.

Stalo sa tak na stretnutí Európskej rady v Bruseli 22.-23. marca 2005. Európska komisia chce opätovne zacieliť stratégiu na ekonomickú, sociálnu a environmentálnu obnovu, orientovanú na rast a tvorbu pracovných miest. Komisia obzvlášť podčiarkla potrebu zamerať sa viac na národné „privlastnenie si“ reformného procesu. Rada ministrov pre konkurencieschopnosť potvrdila, že tri piliere stratégie (ekonomického rastu, sociálnej inklúzie a environmentálnej udržateľnosti) majú rovnakú váhu a synergia medzi nimi by mohla lisabonskú stratégiu posilniť.

Belgický premiér Guy Verhofstadt má ale vážne pochybnosti o návrhoch Komisie na opätovné spustenie lisabonskej agendy. V memorande, ktoré zaslal svojim kolegom, rozvíja alternatívne myšlienky o tom, ako realizovať lisabonské ciele. Verhofstadt verí, že paralelne s národnými plánmi, navrhovanými Komisiou, by mala existovať aj **európska stratégia**: „Spoliehanie sa výlučne na národné akčné plány môže vytvoriť fiškálny a sociálny dumping, pretože medzi akčnými plánmi existuje konkurencia.“

Ciele Lisabonskej stratégie sa teda opierajú o implementáciu jednotlivých národných stratégií. Ich cieľom by malo byť zvyšovanie konkurencieschopnosti regiónov v kontexte vytvárania

synergických efektov prospešných pre rozvoj Európskej únie ako celku. Práve tento moment naznačil aj Verhofstadt – jednotlivé národné plány stratégie si môžu konkurovať, ale iba do tej miery, pokiaľ neznižujú celkovú konkurenčnú pozíciu EÚ. Zaoštvávajúce regióny musia implementovať princípy znalostnej ekonomiky, využívať strategické regionálne partnerstvá vyúsťujúce do zvyšovania konkurencieschopnosti a revitalizácie svojho potenciálu.

MEDZIREGIONÁLNE DISPARITY PO ROZŠÍRENÍ EÚ

Rozšírenie Európskej únie totiž výrazne zmenilo sociálno-ekonomickú mapu tohto zoskupenia. Zväčšili sa regionálne disparity medzi jednotlivými regiónmi členských štátov. Hoci nové členské krajiny priniesli do únie dodatočnú pätinu obyvateľstva, ekonomický rozmer únie sa zvýšil len o päť percent.

Približne 92 percent obyvateľov prístupujúcich krajín žije v oblastiach, kde HDP na hlavu nedosahuje ani 75 percent priemeru rozšírenej EÚ. Viac ako dve tretiny obyvateľov týchto krajín žije v oblastiach, kde to nie je ani polovica priemeru EÚ. Najakútnejšie problémy vyplývajúce z rozdielu v ekonomickej úrovni regiónov, ktoré sa snaží riešiť regionálna politika Európskej únie, sa po rozšírení presunuli smerom na východ. Rozvoju najzostalejších regiónov EÚ bráni nízka miera investícií, vysoká nezamestnanosť, nekvalitná dopravná infraštruktúra a nedostatočné zázemie služieb, čo je potrebné na rozvoj podnikania.

Situácia v nových členských krajinách EÚ zo strednej a východnej Európy nie je všade rovnaká. Nové členské krajiny vykazujú väčšie vzájomné rozdiely ako krajiny doterajšej pätnásťčlennej únie. Desiat' ekonomicky najvyspelejších regiónov desiatich nových členských krajín EÚ sa v roku 2001 podieľalo na ich populácii len vyše pätinou, ale vyprodukovalo viac ako tretinu ich celkového HDP. Desiat' najslabších regiónov malo na počte obyvateľov rovnaký podiel, k celkovej tvorbe HDP však prispelo len 15 percentami⁷².

Rozdiely medzi regiónmi v nových členských krajinách sa nestierajú, ale naopak dlhodobo zväčšujú. Rozvoj sa koncentruje vo veľkých mestách a v ich okolí, predovšetkým v hlavných mestách a ich zázemí. Tieto lokality ponúkajú najlákavejšie podmienky na rozvoj perspektívnych činností v oblasti služieb. Spravidla disponujú lepším infraštruktúrnym vybavením a napojením na kľúčové odbytového trhu v západnej časti EÚ. Veľkou prekážkou rozvoja regiónov je v podmienkach strednej Európy a Pobaltia relatívne nízka hustota obyvateľstva a neexistencia miest, ktoré by svojou veľkosťou dokázali zaujať zahraničných investorov a následne mohli slúžiť ako motor rozvoja celého regiónu. Uvádza sa to v minuloročnej Tretej správe o ekonomickej a sociálnej kohézii z dielne Európskej komisie. Komisia označila za veľké mestá sídla s počtom obyvateľov nad 250-tisíc. Z nových členských krajín viacerými takýmito mestami disponuje len Poľsko. Osem z celkovo 41 regiónov NUTS 2 (regiónov druhého stupňa – na Slovensku sú štyri) v nových členských krajinách nemá na svojom území ani jedno mesto s aspoň stotisíc obyvateľmi.

Regionálne rozdiely sú naďalej výrazné aj v pôvodných pätnástich členských krajinách EÚ. HDP prepočítaný na paritu kúpnej sily a jedného obyvateľa sa v roku 2001 pohyboval od 53 percent priemernej úrovne pätnásťčlennej EÚ v dvoch gréckych regiónoch a španielskej Extremadure až po 263 percent priemeru v najbohatšom regióne, ktorým je vnútorný Londýn. Celkovo vykázala v európskej pätnástke HDP na obyvateľa vyšší ako 125 percent priemeru desatina regiónov. Päťina naopak vytvorila HDP nižší ako 75 percent priemeru.

HDP na obyvateľa v regiónoch nových členských krajín v porovnaní s priemerom EÚ 15 v roku 2001 vykazoval vo väčšine prípadov extrémne nízke hodnoty, a to aj po prepočte na paritu kúpnej sily, čiže po zohľadnení nižšej cenovej úrovne. Najlepšie na tom bola Praha a Bratislavský kraj, ktoré ako jediné dosahovali cez sto percent priemeru EÚ 15. Pomohla im k tomu aj malá rozloha ich regiónov. Zvyčajne lepšie výsledky hlavných miest tak chudobnejší okolitý región neutralizoval menej výrazne. Aj preto región Bratislavy vyšiel z porovnania lepšie ako tretí najbohatší región obklopujúci

⁷² Rozdiely medzi regiónmi sú v únii priepastné. In.: <http://www.etrend.sk> [cit. 2005-03-20].

Budapešť. Až 37 zo 41 regiónov nových členských krajín vykázalo v roku 2001 HDP na obyvateľa nižší ako 75 percent priemeru EÚ 15.

PREČO ZNIŽOVAŤ DISPARITY MEDZI REGIÓNMÍ?

Záujem o znižovanie disparít majú bohaté aj chudobné oblasti. Z pohľadu rozvinutých západných krajín rast chudobných regiónov znamená rast kúpyschopnosti obyvateľstva v týchto oblastiach a priestor na zvyšovanie odbytu pre svoje výrobky. Už v súčasnosti platí, že firmy dosahujú rast tržieb na tradičných trhoch západnej Európy len niekoľko percent ročne, na trhoch strednej a východnej Európy bol tento rast až dvojciferný. Chudobné regióny majú záujem o zvyšovanie svojej konkurencieschopnosti, pretože chcú na svoje územie pritiahnúť investorov, zvýšiť zamestnanosť, stabilizovať pracovný trh, vytvoriť priestor na rozvoj podnikania, vedy a výskumu a zlepšovať sociálnu situáciu obyvateľov.

Chudobným regiónom majú pomáhať finančné prostriedky zo štrukturálnych fondov EÚ. Tie však musia byť využité rozumne a musia korešpondovať so strategickými cieľmi regiónov. Stačí sa pozrieť na úplne odlišné skúsenosti Írska a Grécka. Hoci obe krajiny vstupovali do EÚ ako chudobné, rovnakú podporu únie dokázali využiť rozdielne. Kým z Írska je rastový tiger únie, Grécko sa ekonomickou úrovňou naďalej potáca na jej chvoste. Európske štrukturálne fondy príliš nepomohli ani Portugalsku.

Slovensko a ostatní nováčikovia dostanú na vyrovnávanie ekonomickej úrovne z rozpočtu EÚ oveľa menej, ako dostávali Grécko či Portugalsko. Dve najchudobnejšie krajiny vtedajšej únie v roku 2000 dostali z rozpočtu EÚ na regionálnu politiku po 2,9 percenta svojho HDP, Slovensko v tomto roku získa necelého pol percenta. V rokoch 2004 až 2006 má Slovensko k dispozícii viac ako 70 miliárd korún, čo predstavuje ročne priemerne 1,9 percenta z vlašjšieho HDP. Rozhodovať nebudú len percentá. Nestačí, že zdroje v rozpočte EÚ budú k dispozícii. Dôležité je dokázať ich vyčerpať a najmä minúť ich účelne. Využiť ich na projekty, ktoré z dlhodobého hľadiska prispievajú k zvyšovaniu konkurenčnej schopnosti krajiny a jej regiónov. Paralelne sa však musia robiť aj opatrenia na národnej úrovni zvyšujúce atraktivitu podnikateľského prostredia.

NÁSTROJE NA ZNIŽOVANIE MEDZIREGIONÁLNYCH DISPARÍT

Ekonomická teória i manažérska prax pozná a definuje rôzne nástroje, ktoré sa využívajú alebo by sa mali využívať na znižovanie regionálnych rozdielov. Cieľ použitia ktoréhokoľvek z týchto nástrojov je jednoznačný – zlepšiť konkurenčnú pozíciu regiónu. Pretože len pomocou rastu konkurencieschopnosti môže prísť k zvyšovaniu ekonomickej úrovne regiónov a k zmenšovaniu rozdielov. Jednotlivé nástroje zvyšovania konkurencieschopnosti regiónov možno rozdeliť napríklad podľa subjektu implementácie. Väčšinu týchto nástrojov môžu a musia použiť len regionálne a samosprávne orgány (respektíve orgány štátnej exekutívy), ktoré majú kompetenciu na určovanie rámcových ekonomických podmienok v danom regióne. Z takýchto nástrojov môžeme vymenovať nasledovné:

- **podpora podnikania**
- **budovanie kvalitnej dopravnej infraštruktúry**
- **reforma systému vzdelávania (aby viac odrážal potreby trhu práce)**
- **implementácia princípov znalostnej ekonomiky – budovanie informačnej spoločnosti, podpora vedy a výskumu**

Všetky tieto nástroje sa vyznačujú tým, že ich napĺňanie a používanie vyžaduje určité legislatívne zmeny a ovplyvňuje celkové podmienky v regiónoch. Takáto podpora môže byť problematická vtedy, ak región presahuje štátne hranice a v každej časti regiónu platia iné legislatívne pravidlá (iné dane, iná úroveň a stupeň reforiem a podobne). Tieto problémy sa riešia postupnou harmonizáciou dôležitých legislatívnych rámcov a pravidiel, ktoré usmerňujú a riadia hospodársku súťaž.

Existujú však aj nástroje, ktoré môžu využívať aj samotní podnikatelia a v rámci budovania obchodných vzťahov, ktorých existenciou chcú zvyšovať vlastnú konkurencieschopnosť, môžu zvyšovať aj konkurencieschopnosť regiónu. Podnikatelia môžu využívať možnosti, ktoré im ponúka čerpanie štrukturálnych fondov z EÚ. Ďalším nástrojom, ktorý môže pozitívne vplyvať na rast konkurencieschopnosti regiónov môže byť **budovanie strategických partnerských vzťahov** v rámci regiónu aj medzi regiónmi.

Existujú samozrejme aj ďalšie nástroje zvyšovania konkurencieschopnosti a znižovanie regionálnych disparít, prípadne v inej literatúre môže byť uvedené iné rozdelenie. Autor uvádza tieto nástroje predovšetkým na ilustráciu. Zároveň nie je cieľom tohto článku analyzovať všetky uvedené nástroje. Bližšie si charakterizujeme len tie nástroje, ktorých využívanie je relatívne nové a ktoré môžeme považovať z teoretického i praktického za menej známe. Z tohto dôvodu bližšie rozoberieme dva nástroje – **implementáciu princípov znalostnej ekonomiky** a budovanie **strategických partnerstiev**.

ZNALOSTNÁ EKONOMIKA – NÁSTROJ ZVYŠOVANIA KONKURENCIESCHOPNOSTI REGIÓNOV

K základným konceptom, ktoré sa skloňujú v súvislosti so zvyšovaním konkurencieschopnosti regiónov, patrí budovanie **znalostnej ekonomiky** (knowledge-based economy). Podstatou budovania znalostnej ekonomiky je strategická orientácia a podpora odvetví s vysokou pridanou hodnotou. Krajina či región, ktorý do svojej politiky implementuje nástroje znalostnej ekonomiky, nie je len montážnou dielňou pre iné krajiny či regióny, nie je len dovozcom know-how a technológií, ale strategicky podporuje a investuje do vzdelávania, vedy, výskumu, informačných technológií, komunikačných technológií a inovácií.

Krajina orientovaná na znalostnú ekonomiku robí všetko preto, aby podnietila a plne využila talent a znalosti svojich ľudí a motivuje ich, aby svoje schopnosti odovzdávali v prospech „svojej“ ekonomiky. Umožňuje ľuďom rozvíjať ich schopnosť pracovať s neustále novými informáciami, produkovať nové poznatky a využívať ich v praxi. Súčasťou budovania znalostnej ekonomiky je aj reforma vzdelávania, prepojenie teórie a praxe (zapojenie významných zamestnávateľov na tvorbe osnov vysokých škôl, umožnenie praktických stáží v rámci štúdia), podpora vedeckých pracovísk, prepojenie fakultných vedeckých pracovísk z výskumnými oddeleniami v podnikateľskej sfére. Znalostná ekonomika úzko súvisí s informatizáciou spoločnosti. Vo fungujúcej znalostnej ekonomike je vysoká informačná gramotnosť, rapídne stúpa percento ľudí, ktorí sa môžu pripojiť na internet. Súčasťou budovania informačnej spoločnosti je aj vznik a reálne fungovanie e-governmentu a zvyšovanie podielu on-line verejných služieb.

Koncept budovania znalostnej ekonomiky je však omnoho širší. Siahá napríklad až k zvyšovaniu vymožitelnosti práva, či sprístupneniu kapitálového trhu pre všetky podniky. Vidno teda, že znalostná ekonomika je multiprofesný prístup a nástroj, ktorý je na zvyšovanie konkurencieschopnosti nevyhnutný a podcenenie ktorejkoľvek spomenutej oblasti môže mať za následok zlyhanie celého konceptu.

VYTVÁRANIE STRATEGICKÝCH PARTNERSTIEV

V strategickom manažmente sa presadzuje v posledných rokoch názor, že strategické partnerstvá sa v posledných rokoch stávajú faktorom, ktorý veľmi výrazne vplyva na súčasnú podobu ekonomiky i faktory konkurenčného prostredia. Ich obľúbenosť v podnikateľskej sfére rastie predovšetkým preto, že sú jedným z najúčinnějších nástrojov na zvyšovanie konkurencieschopnosti podnikov a umožňujú im, prostredníctvom partnera či partnerov, formulovať a uskutočňovať rastové stratégie. Podniky tak môžu ovplyvňovať jestvujúcu podobu podnikateľského prostredia. [2]

Región, tak ako firma alebo iný subjekt môže napredovať len vtedy, ak má jasne formulovanú strategickú víziu a strategické ciele. Strategická vízia a ciele musia byť definované s ohľadom na posilňovanie silných stránok a príležitostí regiónu a majú byť formulované všetkými, ktorí k rozvoju

regiónu majú a môžu prispieť. Z toho následne vyplýva, že by mala jestvovať nielen stratégia rozvoja regiónu ale aj kvalifikovateľné i kvantifikovateľné ukazovatele a kontrolné mechanizmy (do ktorých majú mať právomoc zasahovať zúčastnení na tvorbe cieľa i jeho implementácii) plnenia daných cieľov. Základným jadrom každej stratégie je medzifunkčná a medziprofesná integrácia. Je ním schopnosť prepojiť a integrovať činnosti v celom spektre hodnotového reťazca a vytvoriť situáciu, keď sa mnohé činnosti vzájomne dopĺňajú.

Práve toto vnímanie tvorby regionálnej stratégie dáva jedinečný priestor na využitie strategických partnerstiev ako funkčného nástroja regionálneho rozvoja. A platí, že čím rôznorodšie subjekty spolupracujú na tvorbe a dosiahnutí určitého cieľa, tým zaujímavejšie, netradičnejšie a prospešnejšie riešenia môžu vzniknúť. Preto majú strategické partnerstvá významné miesto v regionálnom rozvoji a v posilňovaní silných stránok regiónov. Spolupráca medzi rôznymi subjektami súkromnej a verejnej sféry napríklad umožní efektívnejšie a účelnejšie čerpanie prostriedkov zo štrukturálnych fondov EÚ a zaručí použitie týchto prostriedkov na také aktivity, ktoré budú korelovať so strategickými cieľmi regiónu.

ZÁVER

Disparity medzi regiónmi v rámci EÚ sú realitou a po rozšírení EÚ v máji 2004 sa ešte viac prehĺbili. Aj v rámci Lisabonskej stratégie, ktorá bola opätovne prehodnotená, sú formulované ciele, ktorými EÚ dáva jasne najavo, že je v záujme únie, aby menej rozvinutým regiónom podávala pomocnú ruku a pomáhala im znižovať mieru zaostávania. Znižovanie disparít sa môže uskutočňovať prostredníctvom zvyšovania konkurencieschopnosti regiónov, ktoré bude mať synergický efekt a bude súvisieť so zvyšovaním konkurencieschopnosti celej Európskej únie. Nástroje zvyšovania konkurencieschopnosti i nástroje regionálnej politiky sú nastavené jednoznačne – aby rast konkurencieschopnosti celej EÚ pomáhal rásť aj jednotlivým jej regiónom a naopak – aby rast jednotlivých regiónov prispieval k rastu celej Európskej únie. Len tak môže EÚ raz splniť svoj strategický cieľ – stať sa najviac konkurencieschopnou ekonomikou na svete.

POUŽITÁ LITERATÚRA

1. SMOLKOVÁ, E.: Strategické partnerstvá, Iris, Bratislava, ISBN 80-89018-80-7
2. SMOLKOVÁ, E., DOBRUCKÁ, L.: Konkurencieschopnosť regiónov. In: Firma a konkurenční prostředí II., Brno 2005, v tlači
3. First progress report on economic and social cohesion. http://europa.eu.int/comm/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/interim1_en.htm [cit. 2005-03-14].
4. Regional policy of EU. http://europa.eu.int/comm/regional_policy/index_en.htm [cit. 2005-03-14].
5. Knowledge economy. http://en.wikipedia.org/wiki/Learning_economy [cit. 2005-03-14].
6. Lisbon Strategy. http://www.europarl.eu.int/summits/lis1_en.htm#a [cit. 2005-03-14].
7. Regionálne rozdiely v Európskej únii po rozšírení výrazne vzrástli. <http://www.etrend.sk> [cit. 2005-03-20].
8. Rozdiely medzi regiónmi sú v únii priepastné. <http://www.etrend.sk> [cit. 2005-03-20].

Využití portálového řešení při personalizaci webových informačních systémů

Ing. Hana Netteřová - Převádzkově ekonomická fakulta MZLU v Brně

ABSTRACT

During the past several years, web information systems have turned into standards in the field of business or university information systems. The next step in the evolution of these systems is presented by portals (portal information systems) that bring many new pieces of knowledge in the usage and development of information systems. One of the indisputable advantages of portals is the high-level personalization of the system – customizing the system layout and behaviour to users' requests. By implementing properties of portal information systems, we meet the domain of development of these systems. For the highest utilization of all the properties offered by the portals, it is necessary to know the internal structure of the system.

The business portals were developed on the basis of the integration of not only company information but also of the integration of applications into one complex. The business portal is then defined as a multilevel technological system that integrates processes, applications, and data. It thus creates an integrated environment that enables the companies to provide a unified communication channel to everyone who wants to participate in its activities.

For the best usage of portal features, it is necessary to choose the appropriate portal architecture. It could be divided into three basic categories: integration, services, and applications. The company's portal is able to integrate data, applications and events in an efficient way and thus interconnects the separated data bases of the whole company. The main task of services is the integration of operative systems and process information, and providing the integration services through the application interface. The application layer of the portal provides the integrated user interface that is optimized for the efficient passing of requested information.

From the user's point of view, the portals are divided into components that altogether create the working area of an application. The reusable components that display its content are called portlets and they represent independent functional units.

IT-specialists are certainly keen to go a little bit deeper and find out how to develop a portal information system that would be easy developed and maintained and everything in the most efficient way. While developing the portal web information system, the idea of Model-View-Controller Paradigm and the principle of the three-layer architecture are observed. The separation of the content of presented data and the way of its presentation bring the important aspect of implementation. It offers new possibilities of applications modularity and thus is possible to provide the portal variability as personalization, languages, and display devices diversity etc. in the easy and elegant way.

KEYWORDS: web information system, portal, portal components, modularity, personalization

ÚVOD

Během posledních několika let se webové informační systémy postupně staly standardem v oblasti podnikových či univerzitních informačních systémů. Dalším stupněm ve vývoji těchto systémů představují portály, resp. portálové informační systémy, které přinášejí řadu nových poznatků v použití a tvorbě informačních systémů. Jednou z nesporných výhod, které portály přinášejí, je možnost maximální personalizace systému, tedy přizpůsobení vzhledu a chování systému požadavkům uživatelů. Realizací vlastností portálových systémů se dostáváme k problematice vývoje těchto systémů. Pro maximální využití všech vlastností nabízených portály je nutné znát i vnitřní strukturu

systemu. Následující odstavce pojednávají o uživatelském i vývojářském pohledu na problematiku portálů.

1. PORTÁLOVÉ ŘEŠENÍ INFORMAČNÍHO SYSTÉMU

V současné době může být velmi často užíván pojem portál v oblasti moderních webových informačních systémů a technologií pojat dvěma způsoby – ve smyslu internetového portálu nebo podnikového portálu (enterprise information portal). Přestože je dnes nutné tyto dva pojmy rozlišovat, je vhodné podotknout, že mezi oběma pojmy existuje určitá paralela, neboť internetový portál se stal předchůdcem portálu podnikového.

Zpočátku představoval internetový portál jednoduchý přehled kategorizovaných informací s možností vyhledávání. Postupem času se v oblasti internetových portálů vytvořily dvě základní skupiny. První skupinu tvoří portály s vyhledávacím katalogem a snažící se o to, aby uživatel v co největší míře využíval informací, které portál zastřešuje. Zástupci této skupiny v současnosti jsou v České republice například Centrum, Seznam či zahraniční Yahoo. Do druhé skupiny spadají portály, které staví na vlastním obsahu, jenž je zpravidla o třídu bohatší než u předchozí skupiny, a snaží se uživatele dotlačit k tomu, aby v maximální míře používal pro zjištění informací tento obsah. Příkladem mohou být zpravodajské servery, např. český iDnes.

1.1 Podnikový portál

Podnikové portály vznikly na základě integrace nejen podnikových informací, ale i integrace aplikací do jednoho celku. Podnikový portál pak můžeme podle Manhartsbergera (2001) definovat jako víceúrovňový technologický systém, který integruje procesy, aplikace a data, a vytváří jedno celistvé prostředí, jež umožňuje společně poskytnout jednotný komunikační kanál všem, kdo se chtějí zúčastnit jejich aktivit. Podle této definice může podnikový portál používat každý, kdo má zájem zúčastnit se aktivit podniku (např. zákazníci, obchodní partneři nebo zaměstnanci) a prostřednictvím podnikového portálu si vyměňovat informace a provádět transakce s dalšími stranami.

1.2 Architektura podnikového portálu

Při vytváření portálu každá organizace usiluje o to, aby bylo podporováno co nejrozsáhlejší spektrum uživatelů a současně byla zpřístupněna co nejširší škála informací. Je nutné zvolit vhodnou architekturu, jež pro skutečně integrované prostředí vytvoří potřebnou infrastrukturu. Architekturu podnikového portálu lze rozdělit do tří základních kategorií: integrace, služby a aplikace.

Integrace

Pro maximální využití potenciálu všech informací v organizaci a tím i investic je potřeba propojit izolované datové zdroje celého podniku. Podnikový portál je schopen efektivně integrovat data, aplikace a události, ať už se jedná o systémy klient/server, mainframe systémy, nestrukturovaný text, e-mailové systémy aj. Technologie podnikového portálu poskytuje:

- jednotný integrovaný pohled na všechna data distribuovaná po celé organizaci,
- jednotný integrovaný způsob řízení, správy a automatizace obchodních procesů uvnitř organizace,
- jednotný integrovaný způsob využití externích služeb,
- jednotný integrovaný způsob řízení a sledování událostí v celém systému.

Služby

Důležitou komponentou robustního portálového systému jsou služby. Hlavním úkolem služeb je integrace operativních systémů, nestrukturovaných dokumentů a procesních informací a poskytnutí integračních služeb prostřednictvím modifikovatelného aplikačního rozhraní. Jako příklad služeb je možno uvést zabezpečení, katalog metadat, indexování, autorizace atd. Tyto aplikace musí poskytnout infrastrukturu schopnou spolupracovat s velkými podnikovými systémy a splňující vysoké nároky na spolehlivost, dostupnost a škálovatelnost. Základem technologie pro zajištění služeb je:

- robustní a škálovatelný aplikační server (schopnost škálovatelnosti s růstem uživatelů),
- nepřetržitá dostupnost (výpadek systému může znamenat nejen ztrátu zákazníků, ale i poškození pověsti organizace),
- flexibilita a otevřenost (možnost jednoduše provádět úpravy systému).

Aplikace

Aplikační vrstva podnikového portálu představuje softwarové moduly, se kterými uživatel komunikuje, ve většině případů s použitím standardního webového prohlížeče. Aplikace portálu poskytují integrované uživatelské prostředí, optimalizované pro efektivní poskytování požadovaných informací. Aplikace musí splňovat několik základních kritérií:

- snadné použití i pro příležitostného a nezkušeného uživatele,
- snadná upravitelnost a možnost přizpůsobení konkrétnímu uživateli nebo kategorii uživatelů (personalizace),
- jednoduchý způsob třídění, vyhledávání a filtrování informací,
- přijatelná cena a podpora mobilních uživatelů.

1.3 Horizontální a vertikální členění portálů

Někdy se setkáváme s odlišným pojetím členění portálu – horizontálním a vertikálním dělením. Horizontální portály představují hlavní struktury, na kterých je portál vybudován. Jsou stavěny na horizontální vrstvě, reprezentují speciální instanci portálu, obvykle definovanou předmětem či doménou (Hrnčárek, 2002).

Horizontální infrastruktura se skládá z několika modulárních subsystémů:

- Prezentační vrstva – WWW rozhraní uživatele spolu s podporou mobilních a přenosných zařízení.
- Personalizace – schopnost dynamické odezvy uživateli, vycházející z jeho osobního profilu.
- Spolupráce – sada nástrojů, umožňující výměnu e-mailů, skupinové debaty, sdílená místa.
- Portlety – kostra pro jednoduché připojování softwarových modulů (portletů) a služeb.
- Aplikace a workflow – integrace odvozených a nových aplikací.
- Hledání a navigace – zavedení kategorií v repozitářích informací a vyhledávání odpovídajících informací.
- Tvorba nových prvků – možnost vytvořit novou položku s novým obsahem a prezentovat ji nebo nabízet ostatním uživatelům.
- Administrativa a bezpečnost – základní služby www sídla, jako např. návrhy stránek, monitory výkonů, služby pro clustery a správa metadat.
- Integrace – sdílení metadat, XML, standardy apod.

Pod pojmem vertikální členění chápeme instance jednotlivých částí podnikového portálu, pokrývající specifickou doménu (propojení dat, aplikací a uživatelů v příslušné oblasti, ať už pracovní či funkčně specifické). Obvykle bývá vertikální členění vytvořeno na vrcholu horizontální infrastruktury portálu.

1.4 Portlety

Z hlediska uživatele jsou portály rozděleny na komponenty, ze kterých se skládá pracovní okno aplikace. Portlety představují samostatné funkční jednotky, které mohou po vytvoření fungovat na libovolné stránce portálu. Jsou to vícenásobně použitelné komponenty sloužící pro zobrazování obsahu. Jednou vytvořená komponenta tvoří celek, který smí být umístěn kdekoli na stránce, jedná se o oblast reprezentující informační zdroj standardizovaným, konzistentním a bezpečným způsobem.

2. PORTÁL Z POHLEDU VÝVOJE IS

Odborníky z oblasti informačních technologií však jistě zajímá více, než jen pohled uživatele. Na naší univerzitě se zabýváme praktickým vývojem informačního systému a současně zkoumáme

možnosti jeho zdokonalení přechodem na systém plně portálový.

2.1 Komponentové pojetí systému

Při tvorbě portálově řešeného informačního systému vycházíme z myšlenky MVC paradigmatu (Model-View-Controller Paradigma) a principu třívrstvé architektury (datová, aplikační a prezentační vrstva) informačního systému – podrobněji tato východiska popisuje Netrefová (2003).

Významným aspektem realizace portálového informačního systému je oddělení obsahu prezentovaných dat od způsobu jejich prezentace. Vzájemné oddělení obsahu od způsobu prezentace dat vyjadřuje podmínku striktního oddělení systémových komponent (Pazdziora, 2001). Aplikace pouze generují data, jejich další formátování do výstupního tvaru je úlohou navazujícího procesu, který výstupní data „obalí“ příslušnými značkami pro formátování podle typu a požadavků na výstupní formát. Tento způsob oddělení jednotlivých složek výstupních dat přináší nové možnosti modularity aplikací, neboť jednotlivé části systému (případně i externích dat) mají obecné a neměnné datové rozhraní. Hovoříme pak o datově orientovaných komponentách.

V klasickém, dosud používaném přístupu, jsou výstupní data dále nestrukturovaná a jsou výstupem příslušné aplikace, která vytváří podobu výstupu včetně dynamického obsahu. Odpovědnost za podobu i obsah dat leží tedy na aplikačním programátorovi. Naproti tomu v komponentově stavěném systému je odpovědnost rozložena, neboť stránky obsahová a prezentační jsou vzájemně odděleny. Reakce systému na požadavek uživatele probíhá ve třech fázích:

- zpracování parametrů vstupního požadavku aplikační, příp. datovou logikou,
- generování výstupních dat nezávislých na formě prezentace (výstupní parametry udávají, která data jsou poslána na výstup, ale neříkají, jak budou zobrazena),
- zformátování výstupu a jeho prezentace uživateli.

Současně s požadavkem přicházejícím od uživatele jsou předávány i parametry popisující prostředí (např. typ a možnosti klienta), které umožňují správnou interpretaci výstupních dat. Může být nastavena také jazyková varianta a na základě preferencí uživatele je připraveno prostředí pro výstup.

Následuje fáze zpracování vstupních údajů a provedení požadovaných akcí (např. změny v databázi či obecně stavu systému). Tato fáze většinou neprodukuje žádná výstupní data, typicky pouze chybová hlášení, příp. zprávu o úspěšně provedených změnách.

V další fázi procesu vybírá aplikace požadované údaje z databáze a sestavuje je do vhodného formátu. Nejčastěji jsou data formována jazykem XML do výstupního proudu, který je pak dále zpracován prezentační transformací, příp. je možné data poslat přímo na výstup. Aplikace mohou ukládat uživatelské preference a nastavení, které se pak používají při opětovné prezentaci dat uživateli. V autentizovaných systémech je možné tyto informace uchovávat v databázi, jinde mohou podobně posloužit např. cookies.

Výhody tohoto způsobu zpracování vstupních požadavků a výstupních dat jsou zřejmé. Pro výstup na různých zařízeních či v různých jazykových variantách potřebujeme jedinou aplikaci. Aplikační programátoři se nemusejí zatěžovat těmito odlišnostmi, v ideálním případě o nich vůbec nemusejí vědět.

2.2 Řízení událostí

Celý výše uvedený systém událostí, vyvolaných požadavkem uživatele (např. kliknutím na odkaz, odesláním formuláře apod.), je řízen jádrem, tzv. dispečerem, který je aktivován s každým požadavkem v koloběhu požadavek – odpověď u http přenosu. Jádro pak řídí posloupnost událostí, nutnou pro zajištění provedení každé operace. Chování jádra systému je problematikou velmi rozsáhlou a překračuje rámec tohoto příspěvku. Podrobněji se touto problematikou zabývá Šorm (2003).

3. PŘÍNOSY PORTÁLOVÉHO IS

Přínos portálového řešení spočívá zejména v jednotném vzhledu a chování všech částí celku,

čímž uživateli zjednodušuje práci s celým informačním systémem. Uživatelé nemusejí podstupovat školení na jednotlivé části systému, je možné je obeznámit v jednom školení s principy uživatelského rozhraní a pak se soustředit pouze na výklad konkrétních obsahových a datových aplikací.

První úroveň tvoří komunikace uvnitř organizace. Využití technologie podnikového portálu může zlepšit schopnost podniku komunikovat se svými zaměstnanci, jedná se tedy o vztah mezi firmou a zaměstnancem (business to employee, B2E). B2E ale není jedinou úrovní, jež přinese z podnikového portálu rychlý užitek. Trendem poslední doby je vytváření aliancí a partnerství mezi podniky, a proto je další rovinou, na kterou má portálová aplikace dopad, oblast vztahů mezi firmou a jejími partnery (business to partner, B2P). Podnikový portál lze velmi efektivně využít jako filtr a distribuční mechanismus, který dodá partnerům s podobnými zájmy (např. dodavatelům, zákazníkům, spolupracovníkům) přesně ty informace, jež pro svou činnost potřebují. V souladu s touto koncepcí může podnik vytvořit a rozvíjet různá „zájmová společenství“, podle kterých bude moci své partnery členit.

Klíčovým rysem portálu je schopnost personalizovat informace pro různé uživatele a doručit je přesně tam, kde jsou potřeba a ve formě ovlivnitelné uživatelem. Nejen že uživatelé mají dostupné právě ty informace, které jsou jim určeny, ale dokonce sami mohou nastavovat způsob prezentace a skladbu jim předkládaných dat.

ZÁVĚR

Přínosy portálově řešeného informačního systému jsou nesporné a v praxi pozorujeme značné rozšiřování těchto systémů. Chceme-li se podívat „pod pokličku“ tvorby portálového webového systému, narazíme na osvědčené principy třívrstvé architektury a MVC paradigmatu, kde komponenty z jednotlivých vrstev spolu na základě řízení jádra systému spolupracují a prováděním jednoznačně definovaných posloupností operací vykonávají události vyvolané požadavky uživatelů.

Díky komponentovému pojetí portálu je možné realizovat řadu dříve těžko proveditelných vlastností. Mezi ně patří zejména personalizace informačního systému, kdy si uživatelé mohou volit jaké informace chtějí dostávat a v jaké podobě se jim tato data budou zobrazovat, tedy uživatelsky definovaná skladba, obsah a design portálu.

REFERENCE

1. HRNČÁREK, A. *Podnikový portál v prostředí Oracle portal*. Diplomová práce. Brno: VUT, 2002. 62 s.
2. MANHARTSBERGER, F. Portály se prosazují – zkuste to s nimi. Článek na www.pcworld.cz, číslo 02/2001 [cit. 28. 3. 2004].
3. NETREFOVÁ, H. *Nové postupy uplatňované při návrhu uživatelsky přívětivých informačních systémů*. Rozpracovaná disertační práce. Brno: MZLU, 2003. 74 s.
4. PAZDZIORA, J. *Converting Web Applications to Data Components: Design Methodology*.
5. <http://www.fi.muni.cz/~adelton/papers/compsac2001.ps> [cit. 9. 5. 2003].
6. ŠORM, M. *Webové informační systémy*. Teze disertační práce. Brno: MZLU, 2003. 62 s.

KONTAKT

Ústav informatiky PEF MZLU v Brně

Zemědělská 1, 613 00 Brno

E-mail: hanac@pef.mendelu.cz

Metody zvyšování uživatelské přívětivosti informačních systémů

Ing. Hana Netřefová, RNDr. Milan Šorm - Převádzkově ekonomická fakulta MZLU v Brně

ABSTRACT

While developing Web information systems, ergonomic aspects of their usage are often neglected. Adaptation of these systems to their users' needs is usually carried out through a few options such as background colour or font size. This paper presents in great detail principles, methods, possible implementation of different approach to the design and development of information system where the main goals are not only detailed elaboration of the system but most of all the efficiency from users' view. Behind the idea of user-friendly information system we can imagine not only a system which enables adaptation of its functions to the users' needs but also ideas searching and exploring users' expectations and requests. It is necessary to look for general principles and methods for practical building and development of large web information systems.

We see the main perspective of the information systems' development in the Internet and in Web information systems. The future of these systems lies also in the communication with users, it is necessary to provide a compact user interface, user-friendly and easy to work. To fulfil these requirements, it is appropriate to design the information system according to the three-layer architecture. In this generally expanded model, we keep the data layer, the application layer and the presentation layer (methods of preparing and saving data and methods of operating data) separated.

We present the Portal application as one of the outstanding working tools based on the Web information system theory. The portal represents an entrance point into one or more applications distributed via Internet, a place where we can store documents, links and also frequently used tools as well as it can integrate whole information subsystems into one integrated system.

To provide the user-friendliness in the most possible way, the portal solution involves three basic techniques – the navigation system, the variable design and the data controlled application layer.

The navigation system represents the basic unifying element for all the applications. We consider the fact that users can influence the portal content (by links definition and enlistment) and also its structure (by their own links organization).

Variable designs provide to the users their own definitions of the user interface. In the design description, we include not only the basic appearance of the entire portal and individual component colours, but also the design elements of the individual components – navigation and decoration icons, element shapes, colour changes in table line-background, individual component spacings, list icons, text paragraph alignment, form elements design etc.

The data controlled application layer provides the possibility of flexible changes of the database and it can be regarded as the most important factor of the modern IS, especially of the portal IS.

At present, the user-friendliness of the information systems must not be forgotten. The information systems become one of the basic working tools in companies, and it is evident that the better working tools we use, the higher is our productivity and competitive advantage.

ABSTRAKT

Při vývoji webových informačních systémů je často opomíjena ergonomická stránka jejich využívání. Přizpůsobování těchto systémů potřebám jejich uživatelů je obvykle realizováno pouze několika málo volbami zabývajícími se většinou pouze barvou pozadí či velikostí použitého fontu. Příspěvek pojednává hlouběji o principech, metodách a možných realizacích odlišného přístupu k návrhu a vývoji informačního systému, kde není hlavním cílem pouze detailní propracovanost systému, ale především použitelnost systému uživatelem. Pod pojmem přívětivost (uživatelsky přívětivý informační systém) si můžeme představit nejen systém umožňující přizpůsobení jeho funkcí potřebám uživatele, ale i myšlenky zabývající se hledáním toho, co uživatel od systému očekává, příp.

požaduje. Je nutné hledat obecné zásady a metody, na kterých může být prakticky realizováno budování rozsáhlých webových informačních systémů.

ÚVOD

V současné době dochází k překotnému rozvoji informačních technologií a souběžně s tím i k rozvoji informačních systémů (IS) v nejrůznějších oblastech lidské činnosti. Bez kvalitního informačního systému se v současné době neobejdou ani nejmenší firmy, o velkých organizacích ani nemluvě. Do styku s počítačově orientovanými informačními systémy nyní přichází stále větší část populace. A právě z tohoto důvodu se důležitou vlastností informačního systému stává jeho uživatelská přívětivost.

Odpověď na otázku uživatelské přívětivosti je třeba hledat nejen na straně uživatelů, ale samozřejmě i na straně autorů (vývojářů, provozovatelů) informačního systému. Základním požadavkem každého uživatele informačního systému pak je prohlášení, „aby se mi se systémem dobře pracovalo“. Pro pracovníky vývoje to znamená, že musejí navrhnout takové uživatelské rozhraní, jehož ovládání bude přehledné, příjemné a intuitivní.

1. INFORMAČNÍ SYSTÉMY V PROSTŘEDÍ INTERNETU

Masivní rozšíření počítačové sítě Internet v posledních letech minulého století s sebou přineslo i průlom v rozvoji informačních systémů. Vlastností Internetu a world-wide webu lze s výhodou využít při konstruování tzv. webových informačních systémů. Podrobně jejich vlastnosti popisuje Šorm (2003). Zjednodušeně lze říci, že se jedná o informační systémy navržené pro provoz v podmínkách www. Takovým modelem informačního systému se budeme dále zabývat.

1.1 Model třívrstvé architektury

V tomto všeobecně rozšířeném modelu informačního systému dochází ke striktnímu oddělení datové, aplikační a prezentační vrstvy IS, tedy způsobu úchovy a přípravy dat od metod pro operace s těmito daty. Vrstva datová je předem definovaným rozhraním propojena na vrstvu aplikační, která zajišťuje veškerou aplikační logiku nad daty poskytovanými právě datovou vrstvou. Komunikace s uživatelem je výsadou vrstvy prezentační, jejímž úkolem je zajistit kompaktnost rozhraní, jeho uživatelskou přívětivost a současně maximálně zpřehlednit a zpřístupnit všechny funkce aplikační logiky. Na druhou stranu komunikuje prezentační vrstva s aplikační vrstvou voláním jednotlivých funkcí (příp. metod objektů) aplikační logiky.

V třívrstvé architektuře není striktně nutné, aby všechny vrstvy byly provozovány na jednom počítači. Právě prostředí počítačové sítě umožňuje zcela oddělit oblast datové vrstvy (specializovaný databázový server, storage area networks apod.) od aplikační vrstvy (superpočítače, masivní aplikační clustery, webové farmy) a od prezentační vrstvy (uživatelský webový prohlížeč, který umožňuje interpretaci popisu přenášených údajů nezávisle na aplikační vrstvě).

1.2 Distribuované aplikace

Do popředí uživatelského zájmu se dostává myšlenka distribuovaných aplikací (aplikací „na vyžádání“), kdy uživatel předá příkaz ke spuštění aplikace světové sítě (distribučnímu serveru) a je mu zobrazena základní aplikace s jednoduchými funkcemi. Pokud potřebuje užít pokročilou funkci, požádá uživatel prostřednictvím základní aplikace světovou síť (pravděpodobně distribuční server nebo server poskytovatele aplikace) o doručení pokročilé funkce a uživatel ji může využít. Má tedy k dispozici právě to množství funkcí, které využívá.

Většina dokumentů i aplikací na Internetu využívá principu hypertextu, kdy pomocí odkazů v běžném multimediálním dokumentu (kombinace textu, obrázků a dalších multimediálních objektů) lze propojit několik různých dokumentů dohromady, odkazovat se na externí zdroje či zajistit „dynamičnost“ příslušného dokumentu (provázání s výkonnými aplikacemi či jejich částmi).

2. PORTÁLOVÁ APLIKACE

Propojením hypertextu, aplikací na vyžádání a striktním dodržením myšlenky třívrstvé architektury na oddělení aplikační a prezentační vrstvy dosáhneme vynikajícího pracovního nástroje – portálové aplikace. Portál představuje vstupní bod pro jednu nebo více aplikací distribuovaných po Internetu (ne nutně aplikací „na vyžádání“) a současně místo, kde lze soustřeďovat řadu dokumentů, odkazů a nástrojů denně uživatelem využívaných. Portál se tak stává základním pracovním nástrojem uživatele, přirozenou a nenucenou cestou mu zpřístupňuje všechny části jedné aplikace nebo vybrané části různých, spolu i nesouvisejících, aplikací.

Portálová aplikace přehlednou formou integruje různé části nejen aplikací, ale celých informačních systémů (Hrnčárek, 2002). Zajišťuje jednotný vzhled a chování všech částí celku, čímž uživateli zjednodušuje práci s celým informačním systémem (integrovaným informačním systémem, portálovým informačním systémem). Uživatelé nemusí podstupovat školení na jednotlivé části systému, je možné je obeznámit v jednom školení s principy uživatelského rozhraní a pak se soustředit pouze na výklad konkrétních obsahových a datových oblastí aplikací.

Současně s centralizací funkční oblasti (tedy propojením jednotlivých aplikací do portálu) umožňují portálové aplikace rozsáhlou decentralizaci v oblasti uživatelského rozhraní. Je možné (nezávisle na jednotlivých aplikacích) definovat personalizační techniky celého portálu a ovlivnit tak zásadním způsobem prezentaci, uživatelské rozhraní a skladbu celého portálu. Existují nástroje, které zajistí maximální variabilitu celého portálu podle přání uživatele se zachováním konzistence a provozuschopnosti celého řešení.

Informační portál je zpravidla představován dvěma základními portály – veřejným portálem, přístupným všem uživatelům sítě Internet, a osobním portálem, což je personalizovaný základní portál každého uživatele, majícího oprávnění ke vstupu do neveřejné části portálu. Pro existenci portálu je stěžejní navigační systém, který umožňuje uživatelům organizovat si obsah informačního systému podle svých zvyklostí. Na tento navigační systém jsou napojeny aplikace ostatních integrovaných subsystémů. Z průzkumu personalizace osobních portálů uživatelů potom může provozovatel (univerzita) sestavovat a organizovat informace na veřejném portále.

Celý vnitřní portál je plně uživatelsky přizpůsobitelný v mnoha směrech – mimo oblast organizace obsahu navigačním systémem jde především o dvě základní oblasti – maximální vizuální přizpůsobení variabilními designy a personalizací vzhledu a chování jednotlivých aplikací na straně jedné a datově řízené aplikační vrstvě na straně druhé. Všechny tři základní techniky – navigační systém, variabilní design a datově řízená aplikační vrstva – si v následujících částech vysvětlíme.

3. Navigační systém

Navigační systém představuje základní jednotící prvek pro všechny aplikace. Je organizován stromově a jednotlivými listy jsou odkazy na konkrétní dokumenty či aplikace příslušných informačních systémů. Každý odkaz má navíc přiřazenu informaci (strukturovaný záznam) popisující, kteří uživatelé smějí tento odkaz užívat (samozřejmě je možné zpřístupnit odkazy všechny, ale portál, kde dvě třetiny odkazů zobrazí informaci o nedostatku práv uživatele velmi brzo omrzí). Tato omezující informace vychází z logických formulí nad oprávněními a rolí integrovaného informačního systému. Rozdíl mezi oprávněním a rolí je dán pohledem na problematiku určování rozsahu přidělení pravomocí. Zatímco oprávnění je explicitně udělováno (odpovědná osoba určuje, kdo má jaká oprávnění, obvykle pouze deleguje některé své oprávnění v plné nebo snížené síle dál), role vzniká zařazením uživatele do portálové (podnikové) hierarchie (oprávněná osoba pouze definuje uživatele, role je implicitní oprávnění osoby) – typicky lze mezi práva řadit např. právo vydávat zaměstnanecké karty (explicitně uděleno systémovým integrátorem – provozovatelem systému – příslušným osobám v podniku), mezi role pak roli účetního (osoba je účetním z titulu svého zaměstnání na pracovním místě).

Z předchozí definice by mohlo plynout, že definici odkazů musí provádět systémový integrátor

(provozovatel portálu), protože jinak by bylo možné definovat si odkaz s libovolnými oprávněními. Skutečně základní množina obsahu portálu musí být stanovena explicitně mimo vlastní uživatele. Avšak uživatelé mohou tuto skupinu odkazů rozšiřovat o další, uživatelsky definované, odkazy a ty zařazovat ve svém, skupinovém nebo všeobecném portálu (portál má určité části zaměřené na konkrétní uživatele, skupiny definované především získanými rolemi a všeobecnou část určenou celé akademické obci). Tím se množina odkazů stává otevřená i pro běžné uživatele minimálně v části svého uživatelského portálu.

Fakt, že uživatel sám si může ovlivnit obsah portálu (definicí a zařazením odkazů) a jeho strukturu (vlastní organizací odkazů do stromové struktury s možností definovat si části a sekce doplněné vhodnými grafickými navigačními značkami – např. ikonami) umožňuje přizpůsobit si informační systém každodenní potřebě. Uživatel tak může umístit nejpoužívanější funkce do nejvyšší úrovně hierarchie a směrem k začátku seznamu odkazů, naopak nepoužívané funkce do úrovně nejnižší, na konec seznamu, příp. úplně vyřadit. Přitom není nutné stanovit použitelnost odkazu direktivně (rozhodnutím provozovatele), ale lze vše ponechat na vůli a chuti uživatelů.

Vedlejším efektem takto provozovaného navigačního systému je možnost sledovat, které odkazy jsou nejpoužívanější (provozovatel dopředu zná strukturu uživatelů a vymezení jejich pravomocí, ale nedokáže popsat jejich postupy práce ani četnost jimi prováděných akcí) a také periodicitu používání některých odkazů. Tím lze zjistit celou řadu faktorů – na které aplikace se zaměřit, které aplikace přednostně vylepšovat či zjednodušit, které aplikace dále nerozvíjet atd.

Celé přizpůsobování obsahu a struktury portálu lze částečně automatizovat zavedením dynamického modifikování jednotlivých portálových sekcí. Často používané odkazy se pak postupně „stěhují“ vzhůru v hierarchii portálu, méně používané odkazy níže až posléze mizí v implicitně skryté části systému. Takto lze systém dynamicky přizpůsobit běžnému chování uživatele bez nutnosti školit jej v konfiguraci vlastního portálu. Zjištěné výsledky různých uživatelů lze porovnávat a pro standardizované kategorie uživatelů (odvíjející se od rolí a oprávnění) pak definovat standardní šablony rozložení prvků portálu – i nový uživatel tak dostane portál ve stavu velmi se blížící jeho běžné práci, nemusí se systém „učit“ způsobu práce nového uživatele.

4. VARIABILNÍ DESIGN

Každý uživatel má své zvyklosti v grafickém pojetí oblíbených aplikací. Postupný vývoj několika informačních systémů ukázal, že řadě uživatelů vyhovuje tmavší pozadí, řadě naopak světlejší. Někteří preferují organizaci běžných aplikací v pořadí prezentace stávajících údajů – prezentace nových údajů – další operace, jiní naopak vyžadují přidání nových údajů v přední části stránky a další operace v levé navigační části, pro řadu uživatelů je přidání údajů dokonce další operace a nemá být v úvodní stránce vůbec.

Aby bylo možné vyhovět všem požadavkům a zajistit pro uživatele standardizaci systému s jeho zvyklostmi, je nutné vytvářet všechny informační systémy striktně v koncepci třívrstvé architektury. Aplikace využívají komponent, u kterých definují chování (aplikační logiku) a způsob prezentace a vzájemného složení komponent musí ponechat na prezentační vrstvě. Prezentační vrstva představuje souhrn objektových komponent s mnoha vlastnostmi a nástroje pro jejich kombinaci (např. některé komponenty musí být nutně v určitém významovém sledu).

Uživatelé si pak mohou stanovit jak popis vzhledu jednotlivých aplikací (složení komponent), tak grafické (tedy nejen barevné) rozložení a design všech aplikací. Je možné definovat design v závislosti na aplikaci (a tak barevně rozlišit aplikace různých systémů) či naopak vytvořit si homogenní design ve všech aplikacích všech systémů. Je možné vytvořit si několik designů a střídát je. Tvořiví uživatelé také mohou vytvořit designy, které ostatní převezmou a užívají. Je tak můžeme i pro nové uživatele připravit rozsáhlý výběr designů jak pro používání, tak pro inspiraci.

Do popisu designů je nutné zahrnout nejen základní vzhled celého portálu a barevné ladění jednotlivých komponent, ale i designové prvky jednotlivých komponent – navigační a dekorační ikony, tvary prvků, barevné střídání řádků v tabulkách, vzdálenosti a proklady jednotlivých

komponent, způsob odrážek seznamů, zarovnání odstavců s textem, vzhled formulářových prvků apod. Je vhodné naslouchat uživatelům, kteří přicházejí s inovativními metodami, co by ještě mělo být variabilní. Ukazuje se, že je vhodné sledovat vývoj designů jednotlivých uživatelů, protože ti při svém návrhu hledají často techniky, jak obejít nějaké omezení systému. Vytvořením prvků, které umožní korektně řešit uvedené obcházené situace jednak zlepšujeme stávající designy, ale také otvíráme cesty pro nové nápady a díla (Netrefová, 2002).

5. DATOVĚ ŘÍZENÁ APLIKAČNÍ VRSTVA

Za nejdůležitější faktor moderního informačního systému (především pak portálových informačních systémů) lze považovat možnost pružné změny datové základny. Každý systém se obvykle skládá ze tří kategorií údajů. První kategorií jsou zcela zásadní a funkčně jasně definovatelné datové objekty – např. objekt uživatele, předmětu, životopisu, publikace, dokumentu. Tyto objekty mají základní identifikační prvky, které umožňují s objektem pracovat, vytvářet jej, kopírovat, přesunovat, vyhledávat a mazat.

Druhou kategorií datových údajů jsou položky jasně vyplývající z povahy systému, které jsou odkazovány především aplikační logikou systému. Tyto položky jsou pro provoz systému nutné, i když ne všechny lze jasně identifikovat v době návrhu a analýzy informačního systému. Často dochází k prototypování a doplňování těchto údajů s postupným vývojem systému.

Třetí kategorií jsou údaje předem neznámé, které uživatelé potřebují evidovat v souvislosti s využíváním nových funkcí informačního systému. Příkladem z oblasti univerzitních informačních systémů může být evidence katalogu předmětů. Základní struktura syllabu a doplňkových údajů předmětu byla stanovena již při první analýze informačního systému. Ovšem vytvoření několika desítek nástrojů na práci s předměty (jednou ze základních komponent informačního systému) vytvořilo podmínky pro vznik zcela nové skupiny údajů, kterou mělo smysl evidovat (příkladem může být barva papíru, na který mají být tištěny rozvrhové kartičky předmětu v období mezi registrací a tvorbou rozvrhu).

Je nutné vytvořit nástroj, který umožní uživatelskou (provozní) definici dat, která mají být evidována, bez nutnosti příliš modifikovat aplikační logiku. U druhé kategorie můžeme ještě částečně změny aplikační logiky (doplnění užívání nových vlastností) tolerovat, u kategorie třetí je však musíme zakázat. Nástroj, který plně ovlivňuje chování aplikační vrstvy (se zachováním předchozího požadavku, že aplikační vrstva je nezávislá na vrstvě prezentační) na základě datové vrstvy (datově řízená aplikační vrstva) nazýváme šablonování a patří mezi základní know-how Vývojového týmu Univerzitního informačního systému Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity v Brně. Jeho rozbor je ovšem již nad rámec tohoto příspěvku.

ZÁVĚR

Článek rozebírá problematiku uživatelského rozhraní webových informačních systémů a rozděluje tuto problematiku do několika dílčích oblastí. Vycházíme zde ze zkušeností z vývoje a provozu Univerzitního informačního systému Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity v Brně, naše poznatky jsou však zobecnitelné na libovolný podnikový či jiný informační systém. Jako typický příklad moderního uživatelského rozhraní je nabízeno řešení formou portálové aplikace, která musí splňovat tři další základní kritéria: proměnlivý design, navigační systém a tvorbu datově řízených aplikací. Do budoucna je nutné dále detailně prozkoumat uvedenou problematiku a navrhnout řešení umožňující vytvořit automaticky generované uživatelské rozhraní k běžným webovým informačním systémům. Takovéto řešení umožní jednoduše integrovat všechny informační systémy organizace (např. univerzity či libovolného podniku) do jednoho celku tak, že běžný uživatel nebude moci rozlišit původní systémy a přitom si zachová celý integrovaný systém maximální možnou variabilitu uživatelského rozhraní.

Je evidentní, že v dnešní době nelze uživatelskou přívětivost opomínat, neboť informační systémy se stávají jedním ze základních podnikových pracovních nástrojů. Čím lepší pracovní nástroje

používáme, tím vyšší je pak produktivita práce a samozřejmě i konkurenční výhoda na trhu.

REFERENCE

1. HRNČÁREK, A. *Podnikový portál v prostředí Oracle portal*. Diplomová práce. Brno: VUT, 2002.
2. NETREFOVÁ, H. *Nové postupy uplatňované při návrhu uživatelsky přívětivých informačních systémů*. Teze disertační práce. Brno: MZLU, 2002.
3. ŠORM, M. *Webové informační systémy*. In *MendelNet 2002/3*. Brno: Konvoj, 2003.

KONTAKT

Ústav informatiky PEF MZLU v Brně

Zemědělská 1, 613 00 Brno

E-mail hanac@pef.mendelu.cz, sorm@pef.mendelu.cz

Výber optimálnej monetárnej stratégie pre centrálnu banku

Ing. Marianna Neupauerová - Ekonomická fakulta TU Košice

ABSTRAKT

Monetary policy can be implemented through several monetary strategies. Every strategy has its strengths as well as restrictions; consequently the choice of an optimal alternative is difficult. Every central bank has to decide, which solution is suitable according specifics of chosen economy. Eventually, a central bank can verify and confirm its decision using results of the utility and loss functions. Nowadays, two types of monetary strategies are preferred; discretionary monetary policy and monetary policy rule. The main advantage of a monetary rule is that it enables quantification of a monetary instrument, e.g. to which extent an instrument should be applied. The strength of discretionary policy is high flexibility. National bank of Slovakia implements discretionary policy. However, present evolution of Slovak economy as well as access to longer time ranks of macroeconomic variables; provide a possibility to develop an optimal monetary rule adaptable to conditions of the Slovak republic. Consequently; National bank of Slovakia could profit from advantages of both strategies; discretionary monetary policy and monetary policy rule.

VÝBER OPTIMÁLNEJ MONETÁRNEJ STRATÉGIE PRE CENTRÁLNU BANKU

Súčasná ekonomická literatúra aj aktuálna prax ponúka niekoľko možných alternatív monetárnych stratégií. Monetárna politika môže byť z hľadiska rozhodovacieho a strategického procesu:

- a. **časovo-konzistentná monetárna politika (time-consistent monetary policy)** – Na začiatku prvého uvažovaného obdobia monetárna autorita vytýči viacero možných stratégií pre rôzne situácie, ktoré sa môžu v ekonomike vyskytnúť v nasledujúcich obdobiach. Tieto stratégie sú preddefinované a v priebehu daného obdobia (dlhšieho) sa nemôžu meniť, aj keby sa v ekonomike vyskytli predtým neuvažované šoky. Výhodou tohto prístupu je, že ekonomické subjekty poznajú dopredu reakcie centrálnej banky podľa toho, aká situácia sa vyskytne. Dopredu si zvolia vhodnú úroveň investícií, úspor, spotreby pri predpokladanej výške inflácie, ekonomického rastu, nezamestnanosti; a pod. Nevýhoda spočíva v nepružnosti, v prípade vopred nepredvídaného šoku, sa pôvodné stratégie nekorigujú;
- b. **diskrecionárna monetárna politika (discretionary monetary policy)** – Táto monetárna politika rektifikuje a koriguje svoje stratégie vždy podľa aktuálnej situácie. Jej výhodou je flexibilita. Diskrecionárna politika pri reoptimalizácii svojho prístupu na začiatku každého obdobia už neberie do úvahy minulé obdobia. Navrhuje politiku vychádzajúc zo súčasnosti a predpokladanej budúcnosti. V nasledujúcom období nič nebráni centrálnej banke rektifikovať svoju politiku podľa existujúcich zmien. Slabou stránkou je vysoká miera neistoty ekonomických subjektov, ktorí sa nikdy nemôžu dopredu spoľahnúť na to, ako centrálna banka na dané okolnosti (nemusia to byť len šoky) zareaguje;
- c. **monetárna politika riadiaca sa určitým monetárnym pravidlom (monetary policy rule)** – Monetárne pravidlo môže byť v tvare jednoduchej funkcie, vzorca alebo môže ísť o celý komplex funkcií. Takéto pravidlo kvantifikuje použitie monetárneho nástroja, ak sa makroekonomické veličiny menia. Na základe pomerne presných výpočtov centrálna banka vie o koľko má zmeniť úrokové miery, prípadne objem menových agregátov, ak sa makroekonomické premenné zmenili o určitú hodnotu. Výhodnejšie je, ak sa centrálna banka riadi jednoduchým, zrozumiteľným pravidlom. Vtedy je monetárna politika transparentnejšia a aj pre širokú verejnosť ľahšie interpretovateľná. Tým je pravdepodobnejšie, že rozhodnutia verejnosti budú za daných okolností

optimálne. Obmedzením monetárnych pravidiel je ich nepružnosť, čo je nevhodné hlavne v ekonomikách náchylných na šoky;

- d. **monetárna politika zohľadňujúca spätnú väzbu (feedback policy)** – V tomto prípade monetárna politika zodpovedá aktuálnemu stavu ekonomiky. Monetárna stratégia sa mení podľa toho, ako sa menia ekonomické podmienky. Na základe spätnej väzby vie centrálna banka zhodnotiť, či minulé rozhodnutia boli správne a aké rozhodnutia teda treba prijať do budúcnosti. Aj monetárna politika zohľadňujúca spätnú väzbu môže byť konzistentná alebo diskrečná. Pri konzistentnej je dopredu určené, ako sa má meniť napr. ponuka peňazí, ak sa miera inflácie a nezamestnanosti zmení o určitú hodnotu. Pri diskrečnej politike to dopredu dané nie je, závisí to od aktuálneho rozhodnutia centrálnej banky;
- e. **prípade iné typy monetárnej politiky uvádzané skôr ako teoretické úvahy, v praxi menej používané** – V praxi sa často jednotlivé typy monetárnej politiky prelínajú a dopĺňajú. Nedá sa medzi nimi urobiť hrubá čiara. Najčastejšie uvažované sú dve alternatívy: diskrečná monetárna politika a politika monetárneho pravidla.

DISKREČNÁ MONETÁRNA POLITIKA VERZUS POLITIKA MONETÁRNEHO PRAVIDLA

Podľa Walsh [2001, s.321] je monetárna politika konzistentná v čase, ak nejaké opatrenie navrhnuté v čase t pre obdobie $t+i$ zostáva aktuálne a vhodné aj v období $t+i$. Avšak pôsobenie monetárnej politiky je podmienené rôznymi okolnosťami, z ktorých sú mnohé nepredvídateľné. Preto často býva pôvodne navrhnutá monetárna politika časovo nekonzistentná a uprednostňuje sa diskrečná.

Na základe tejto úvahy by sa zdalo použitie diskrečnej politiky vhodnejšie v porovnaní s monetárnou politikou riadiacou sa určitým pravidlom. No Walsh [2001, s.322] ďalej uvádza, že diskrečná politika sa prejavuje väčšou mierou inflácie ako politika založená na určitom pravidle. Ak má centrálna banka možnosť prispôbiť svoje nástroje kedykoľvek, sklon k vyššej miere inflácie bude spravidla väčší. To je dané neustálym „pokusom“ monetárnej autority dosiahnuť väčší ekonomický rast ako je rovnovážny, prípadne znížiť mieru nezamestnanosti pod jej prirodzenú úroveň. Zároveň v prípade diskrečnej monetárnej politiky budú ekonomické subjekty z opatrnosti predpokladať predsa len vyššiu úroveň inflácie ako vo vyhláseniach uvádza centrálna banka. Nominálne mzdy aj ceny budú teda vyššie, a následne bude vyššia aj skutočná miera inflácie.

Diskrečná monetárna politika je považovaná za aktívnu monetárnou politiku. Monetárna politika založená na určitom monetárnom pravidle sa pokladá za pasívnu monetárnou politiku.

Monetárna politika založená na určitom monetárnom pravidle predstavuje vlastne funkciu reakcie monetárnej autority, ktorá vyjadruje vzťah medzi nástrojmi centrálnej banky a nezávislými premennými [Blinder, 2000, s. 36].

Blinder [2000, s. 37] rozlišuje niekoľko typov monetárnych pravidiel:

- a. Friedmanovo k-pravidlo vyjadrujúce mieru rastu menových agregátov,
- b. menový kurz naviazaný na inú menu,
- c. udržiavanie reálnej krátkodobej úrokovej miery na úrovni neutrálnej úrokovej miery,
- d. pravidlo kvantifikujúce použitie nástroja monetárnej politiky,
- e. pravidlo kvantifikujúce výsledky monetárnej politiky.

Friedman a jeho zástancovia tvrdili, že monetárne pravidlo dokáže zabezpečiť dostatočne dobré výsledky monetárnej politiky, hoci nie dokonalé.

Súčasná teória skôr tvrdí, že centrálna banka aplikujúca diskrečnú politiku má sklony viesť ekonomiku k vyššej inflácii. Preto odporúčajú použitie monetárneho pravidla.

Funkcia užitočnosti

Pri výbere vhodného spôsobu aplikácie monetárnej politiky, centrálna banka uvažuje rovnicu užitočnosti. Cieľom je samozrejme maximalizovať túto funkciu. Jej matematické vyjadrenie podľa

Barra a Gordona [1983] je nasledovné:

$$U = \lambda(y - y_n) - 1/2\pi^2 \quad (1)$$

Kde y je output, y_n je prirodzená miera outputu, π je miera inflácie a parameter λ vyjadruje váhu, akú prisudzuje centrálna banka ekonomickej expanzii vzhľadom na inflačnú stabilitu. Závisí to od preferencií cieľov. V rovnici autori predpokladajú, že väčší output je preferovanejší pred menším a jeho hraničná užitočnosť je stále konštantná, preto je jeho vyjadrenie v rovnici lineárne. Avšak rastúca inflácia vyvoláva rastúcu hraničnú „neužitočnosť“, preto má kvadratické vyjadrenie a negatívne znamienko.

Stratová funkcia

Okrem funkcie užitočnosti môže centrálna banka kalkulovať aj stratovú funkciu, ktorú sa samozrejme snaží minimalizovať. Jej matematické vyjadrenie je:

$$V = 1/2 \lambda(y - y_n - k)^2 - 1/2\pi^2 \quad (2)$$

V tomto prípade je strata daná fluktuáciou tak outputu ako aj inflácie, preto majú obidve veličiny kvadratický tvar. Predpokladáme, že centrálna banka sa snaží stabilizovať obe veličiny; infláciu v blízkosti nuly a output približne na úrovni $y_n + k$. Čiže rovnovážny output by mal byť v ideálnom prípade väčší o k .

Posledný člen môže byť rozpísaný ako

$$1/2\pi^2 = 1/2(\pi - \pi^*)^2 \quad (3)$$

Stratová funkcia je v súlade so stabilizačnou politikou, ktorá v prípade prvej rovnice chýba, pretože centrálna banka sa zaoberá iba úrovňou outputu.

AKTUÁLNE TRENDY V MONETÁRNYCH PRAVIDLÁCH

Hlavnou úlohou monetárneho pravidla či modelu by mala byť kvantifikácia použitia monetárneho nástroja, ak sa makroekonomické veličiny zmenia určitým spôsobom. Vypracovať presný model monetárnej politiky je v praxi samozrejme nemožné. Aj keď niektoré centrálny banky nemajú zostavený konkrétny, záväzný model resp. pravidlo pre aplikáciu monetárnej politiky, podľa Blindera [2000] si väčšina centrálnych bánk vypracováva aspoň neformálny, orientačný model. Takýto model pomáha aspoň približne odhadnúť vhodnú budúcu stratégiu monetárnej politiky a ohodnotiť jej minulé pôsobenie.

Kvantifikovanie odporúčaní optimálnej monetárnej politiky – Taylorovo pravidlo

Jedným z najznámejších monetárnych pravidiel je tzv. Taylorovo pravidlo amerického ekonóma Johna B. Taylora z roku 1993 [Taylor, 1993]. Toto pravidlo vlastne kvantifikuje odporúčania pre centrálnu banku. Jeho pôvodná forma je [Taylor, 1996]:

$$i = \pi + g y + h(\pi - \pi^*) + r f \quad (4)$$

kde, i je krátkodobá nominálna úroková miera meraná v percentách. π je miera inflácie meraná v percentách. π^* je cieľená miera inflácie. Parametre π^* , $r f$, g , h majú kladné hodnoty. g a h sú váhy medzery HDP a inflačnej medzery. Posledný člen $r f$ je rovnovážna úroková miera centrálnej banky.

Na základe empirických pozorovaní americkej ekonomiky a úrokových sadzieb Federálneho rezervného systému od roku 1987 do roku 1994 Taylor pravidlo konkretizoval:

$$i = \pi + 0,5y + 0,5(\pi - 2) + 2 \quad (5)$$

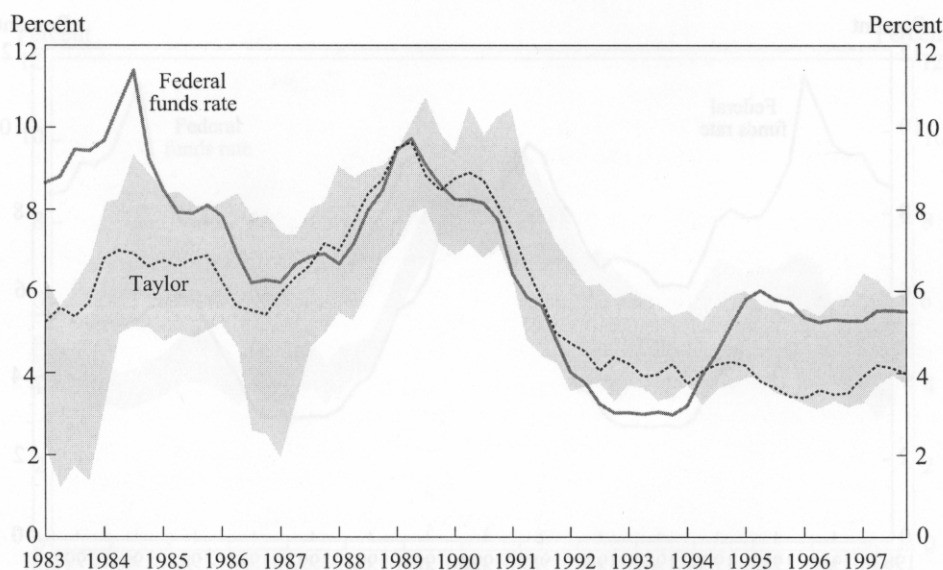
Užitočnosť a obmedzenia Taylorovho pravidla

Užitočnosť Taylorovho pravidla a jeho odporúčania je diskutabilná [Kozicki, 1999]. Predsa inú výslednú úrokovú mieru dostaneme, podľa toho, či používame na meranie inflácie: index spotrebiteľských cien (CPI), deflátor HDP, jadrovú infláciu, očakávanú, predpokladanú infláciu, a pod.

Analogicky, rozdielny výsledok dostaneme aj v súvislosti s rozdielnym určovaním reálneho a potenciálneho HDP ako i rozdielnou hodnotou váh.

V Ekonomickej revue z roku 1999 Sharon Kozicki uvádza porovnanie odporúčaní Taylorovho pravidla a pravidiel Taylorovho typu v USA od roku 1983 do roku 1997. Z nasledujúceho grafu je zjavné, že pre centrálnu banku nemôže byť jedno aký výpočet monetárneho pravidla si zvolí, pretože priemerná variácia odporúčanej úrokovej miery je 3,1%, minimálna 1,8% v roku 1994 a maximálna 5,5% v roku 1987:

Graf 1: Rozsah odporúčaní pravidiel Taylorovho typu pri rozdielnych spôsoboch merania inflácie a HDP



Zdroj: Rada guvernérov Federálneho rezervného systému, výpočty S.Kozicki (s. 11)

Ako teda počítat Taylorovo pravidlo, aby odporúčania, ktoré z neho pre monetárnu politiku plynú, boli čo najpresnejšie a najspoľahlivejšie? Monetárne pravidlá, ktoré vychádzajú z rovnice navrhutej Taylorom, ale na výpočet nominálnej úrokovej miery používajú iný ukazovateľ inflácie, iný výpočet HDP, prípadne iné váhy, sa nazývajú *pravidlami Taylorovho typu* [Kozicki, 1999]. Ktoré z nich je najpresnejšie a za akých okolností? Pre rozhodovanie Európskej centrálnej banky (ECB) ako aj NBS by bolo pravdepodobne vhodnejšie pravidlo, ktoré priznáva väčšiu váhu inflačnej medzere ako medzere HDP, nakoľko prioritnou stratégiou ECB je jednoznačne cenová stabilita.

Obmedzením Taylorovho pravidla v pôvodnom znení je fakt, že na výpočet patričnej úrokovej miery používa minulé hodnoty inflácie a HDP, no navrhnutá úroková miera bude predsa pôsobiť v súčasnosti a budúcnosti. Preto viacerí ekonómovia navrhujú korigovať pôvodné Taylorovo pravidlo a používať hodnoty očakávanej inflačnej medzery a medzery HDP [Batini, Haldane; 1999]. Tomu zodpovedá aj správanie monetárnych autorít v krajinách G 7 [Clarida, Gali, Gertler; 1998]. Predpovedaná inflácia a HDP sa počíta z aktuálnych a minulých údajov. Takéto monetárne pravidlá sa považujú za presnejšie.

MONETÁRNA STRATÉGIA NA SLOVENSKU

Národná banka Slovenska si zvolila stratégiu diskrecionárnej politiky. To jej umožňuje pružne reagovať na aktuálne zmeny. V počiatkoch monetárnej politiky by bolo použitie inej stratégie, predovšetkým monetárneho pravidla značne komplikované. Zostavenie vhodného monetárneho

pravidla či modelu si vyžaduje dlhšie časové rady makroekonomických veličín, aby bolo medzi nimi možné sledovať štatisticky významnú závislosť. Začiatkom 90-tych rokov NBS dostatočne dlhými časovými radmi ešte nedisponovala. Navyše, transformujúca sa ekonomika, v ktorej prebiehali početné reformy, bola citlivejšia na zmeny. Aj z tohto dôvodu by vypracovanie ustáleného monetárneho pravidla nebolo veľmi vhodné a možné. Avšak v súčasnosti sa ekonomické podmienky v SR viac menej ustálili a časové údaje sú predsa len dlhšie. Vypracovanie vhodného monetárneho pravidla je možné. Jeho existencia by mohla mať pre monetárnu politiku na Slovensku pozitívny prínos, hoci by jeho úloha bola len orientačná a doplňujúca vzhľadom na diskrečionárnu monetárnu stratégiu. Tak by mohla NBS skĺbiť výhody oboch stratégií. Návrh na vypracovanie takéhoto monetárneho pravidla pre podmienky slovenskej ekonomiky by som chcela opísať v samotnej dizertačnej práci.

ZÁVER

Odporúčania Taylorovho prípadne iného monetárneho pravidla by však mali byť pre analytikov centrálnych bánk skôr odporúčaním. V praxi je niekedy vhodné toto odporúčanie upraviť vzhľadom na špecifickú situáciu a pôsobenie ďalších vplyvov.

Taylorovo pravidlo je už používané aj Európskou centrálnou bankou. Jeho odporúčania majú predovšetkým orientačný charakter, pretože rôznorodý priestor „eurozóny“ si vyžaduje špecifický prístup. ECB uplatňuje iné opatrenia v krajinách s väčšou citlivosťou na cyklické výkyvy (Španielsko, Portugalsko, Írsko, Holandsko) a v krajinách s väčšou odolnosťou voči cyklickým zmenám (Francúzsko, Nemecko, Taliansko) [Správa Medzinárodného menového fondu, 1998].

Národná banka Slovenska musí samozrejme sledovať aktuálne monetárne trendy, a to nie len v súvislosti s našim potenciálnym vstupom do menovej únie. Prvoradým záujmom by malo byť optimálne riadenie inflácie, prípadne ďalších makroekonomických cieľov. Či a do akej miery budú návrhy monetárnych pravidiel sledované na Slovensku závisí od rozhodnutia monetárnych autorít.

BIBLIOGRAFIA

1. Barro, R. J. a Gordon, D. B. 1983. *Rules, Discretion, and Reputation in a Model of Monetary Policy*. In *Journal of Monetary Economics*, 12, no. 1. s.101-121.
2. Batini, N., a Haldane, A. G. 1999. *Forward-Looking Rules of Monetary Policy*. In Bank of England, Working Paper Series no. 91, január.
3. Blinder, Alan S. 2000. *Central Banking in Theory and Practice*. The MIT Press Cambridge, Massachusetts. 4. vydanie. ISBN 0-262-02439-X.
4. Clarida, R.; Gali, J. a Gertler, M. 1998. *Monetary Policy Rules in Practice: Some International Evidence*. In *European Economic Review*, vol. 42, str. 1033-67.
5. Kozicki, S. 1999. *How Useful Are Taylor Rules for Monetary Policy?* In *Economic Review*, second quarter. s. 5-33.
6. Správa Medzinárodného menového fondu. 1998. *Economic Policy Challenges Facing the Euro Area and the External Implications of EMU*. s. 123-157.
7. Taylor, J. B. 1993. *Discretion versus Policy Rules in Practice*. In *Carnegie-Rochester Series on Public Policy*. Vol. XXXIX. s. 195-214.
8. Taylor, J. B. 1996. *How Should Monetary Policy Respond to Shocks While Maintaining Long-Run Price Stability? - Conceptual Issues*. A symposium sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City. 29. – 31. augusta. s. 181-196.
9. Walsh, Carl E. 2001. *Monetary Theory and Policy*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 3rd printing.

KONTAKT

Ekonomická fakulta TU Košice, Katedra financií
B. Němcovej 32, 040 01 Košice
E-mail: Marianna.Neupauerová@tuke.sk

Zahraníční obchod České republiky a perspektivy vztahů s ČLR

Ing. Lenka Nigrinová - Fakulta mezinárodních vztahů VŠE v Praze

1. ZAHRANIČNÍ OBCHOD ČR V ROCE 2004

ČR dosáhla v roce 2004 nejnižšího schodku zahraničního obchodu od roku 1993. Z údajů *Českého statistického úřadu* vyplývá, že český vývoz dosáhl hodnoty 1696,7 mld. Kč a dovoz 1717,3 mld. Kč. Obchodní výměna zboží a služeb tak i přes posilující korunu k euru a dolaru skončila pro ČR schodkem ve výši 20,6 mld. Kč.⁷³

Vyšší poptávka po českém zboží byla zaznamenána zejména po vstupu ČR do EU, kdy vývoz rostl v průměru o 27,4 % a dovoz o 20,8 % ve srovnání s 16,3 % a 15,8 % v období leden až duben 2004.

Velmi pozitivně se do výsledku zahraničního obchodu promítl obchod se stroji, dopravními prostředky, příslušenstvím k motorovým vozidlům, dále s díly pro výpočetní techniku. Dynamicky narostl vývoz u zařízení pro automatické zpracování dat, telekomunikační techniky, příslušenství k televizím a rozhlasu. Je třeba také zdůraznit, že rostl podíl technologií, což bylo částečně způsobeno zahraničním kapitálem, který vstoupil do české ekonomiky. Velká část produkce zahraničních investorů je určena pro export, docela zřetelně se to projevuje v oblasti strojírenství, zejména při výrobě dopravních prostředků, telekomunikačních zařízení, spotřební elektroniky a výpočetní techniky. Zároveň klesal podíl zboží s menší přidanou hodnotou, jako jsou hutní výrobky. Na rozdíl od příznivých výsledků obchodu se stroji a dopravními prostředky se snížil přebytek obchodu s průmyslovým spotřebním zbožím, s minerálními palivy, surovými materiály a s chemickými výrobky.

Z hlediska teritoriální struktury obchodu došlo k posílení obchodu se státy EU. V roce 1993 se podíl zemí EU na celkovém českém exportu pohyboval kolem 53 %, v roce 2003 tvořil už 70 % a v roce 2004 dokonce 86 %. To se odrazilo i ve vyšším přebytku obchodní bilance se státy EU, nejvíce se na něm podílelo Německo, Slovensko, Maďarsko a Belgie. Ze států EU se výrazně snížilo kladné saldo s Velkou Británií. Schodek s mimoevropskými státy se prohloubil o 15,7 mld. Kč, největší podíl na tom nesly schodky s Japonskem, Čínou a USA.

Tabulka č. 1: Teritoriální struktura zahraničního obchodu ČR za leden – prosinec 2004

	obrat		vývoz		dovoz	
	mil. Kč	%	mil. Kč	%	mil. Kč	%
celkový zahraniční obchod ČR	3 414 023	100,0	1 696 709	100,0	1 717 314	100,0
státy s vyspělou tržní ekonomikou	2 962 880	86,8	1 554 471	91,6	1 408 409	82,0
státy EU	2 698 554	79,0	1 458 936	86,0	1 239 618	72,2
státy ESVO	64 983	1,9	27 465	1,6	37 518	2,2
ost. státy s vyspělou tržní ekonomikou	199 343	5,9	68 070	4,0	131 273	7,6
rozvojové země	159 526	4,7	53 446	3,1	106 080	6,2
evropské státy s tranzitivní ek.	49 142	1,4	38 095	2,2	11 047	0,6
SNS	140 826	4,1	41 667	2,5	99 159	5,8
ostatní (ČLR, KLDL, Kuba, Laos, MoLR, VSR)	98 136	2,9	7 892	0,5	90 244	5,3
nespecifikováno	3 513	0,1	1 138	0,1	2 375	0,1

Pramen: ČSÚ

Vysoká orientace na trh EU je problematická z hlediska přílišné závislosti na tomto regionu a přenášení konjunkturních vlivů do domácí ekonomiky, proto Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR v současné době podporuje spolupráci s mimoevropskými trhy, mezi prioritní partnery patří Čína,

⁷³ Celkové pasivum v roce 2004 bylo o 49,2 mld. Kč nižší než v roce 2003.

Rusko, Indie a arabské země. Z důvodu zájmu na aktivizaci vztahu ČR s ČLR a rostoucích schodků zahraničního obchodu ČR s ČLR se v následující části textu zaměřím na perspektivy vztahů s ČLR.

Pokud se týká struktury subjektů podílejících se na zahraničním obchodu zjistíme, že na dobrých výsledcích zahraničního obchodu se podílel malý počet firem, hlavně zahraničních společností. Ačkoli výsledky zahraničního obchodu jsou příznivé, je třeba se zamyslet nad tím, co zapříčinilo tyto hodnoty a zda je struktura exportérů z hlediska hospodářské politiky a ekonomických perspektiv žádoucí. Existuje zájem na tom, aby se v následujících letech na českém exportu podílel větší počet subjektů se silnějším zastoupením českých podnikatelů a v budoucnu by se mělo zvýšit zastoupení místních středních podnikatelů.

2. OBCHODNÍ VZTAHY ČR S ČLR

2.1 Kvantifikace česko-čínských obchodních vztahů

I přes výše zmíněné obecně příznivé výsledky zahraničního obchodu ČR, problémem zůstává nerovnováha obchodní bilance s ČLR. V roce 2004 došlo k dalšímu prohloubení salda. V současné době je deficit obchodní bilance s ČLR největší, který má ČR s jednotlivým státem. Výsledky zahraničního obchodu s ČLR by se mohly ještě zhoršit, protože se ukončuje kontrakt týkající se dodávek bloků elektráren Shentou. Dalším faktorem, který bude negativně působit na vývoj bilance ČR s ČLR, je zrušení kvót na dovozy čínského textilního zboží. Jelikož nelze předpokládat, že by obchodní bilance byla vyrovnána prostřednictvím omezení dovozu, je nutné podporovat export, a proto byla ČLR zařazena mezi země prioritního exportního zájmu.

Už od 30. let minulého století byly do ČLR dodávány české investiční celky, v průběhu následujících desetiletí došlo k dalšímu nárůstu. Šlo o dodávky a zavádění obráběcích strojírenských výrob, textilních strojů, zařízení pro obuvnický průmysl, automobilový průmysl a další odvětví. Od 70. let začala spolupráce mezi Československem a ČLR v oblasti energetického průmyslu, byly dodávány elektrárenské bloky do Shentou. Realizace dalších bloků probíhá i v současné době, což aspoň částečně kompenzuje obchodní nerovnováhu mezi ČR a ČLR. Tradiční spolupráce byla v 90. letech mírně narušena ukončením clearingového zúčtování plateb, což způsobilo zdražení českého dovozu a to se promítlo v omezení dodávek investičních celků i kusového zboží. V období 90. let byla bilance ČR ve vztahu k ČLR pasivní, jen s výjimkou roku 1993, kdy došlo k nárůstu vývozu hutnických výrobků, nákladních a osobních automobilů. V posledních letech český export směřující do ČLR v absolutních číslech narůstal, ale vzhledem k tomu, že čínských dovozů do ČR rostl několikanásobně dynamičtěji, deficit na české straně se stále zvyšoval.

Tab. č. 2 Zahraniční obchod ČR a ČLR (v tis. USD)

	vývoz	dovoz	obrat	saldo
1993	252 941	79 184	332 125	173 757
1995	94 005	208 794	302 799	-114 789
1997	48 360	377 139	425 499	-328 779
1999	58 511	564 345	622 856	-505 834
2001	80 532	1 067 246	1 147 778	-986 714
2003	236 382	2 610 889	2 847 271	-2 374 507
2004	253 852	3 246 593	3 500 445	-2 992 741

Pramen: www.mpo.cz a údaje ČSÚ

Komoditní struktura českého vývozu do ČLR zhruba odpovídá obecné struktuře vývozu ČR, z hlediska hodnotového vyjádření v českém dovozu dominují motorová vozidla, díly a příslušenství, zařízení k automatickému zpracování dat, úpravu textilních vláken, strojírenské produkty a chemické výrobky. Pokud se týká dovozu z ČLR do ČR, musím podotknout, že obecně rozšířený názor o vysoké úrovni dovozu hlavně textilního a obuvnického zboží, je mylný. Více než 50 % čínských dovozů tvoří počítačové a elektrotechnické výrobky či komponenty, které procházejí dalším zpracováním v ČR a pak jsou následně vyváženy na západní trhy.

2.2 Smluvní základ vzájemných vztahů

Obchodně politický režim ČR a ČLR byl ovlivněn vstupem ČR do Evropské unie. Byla ukončena platnost bilaterální česko-čínské Obchodně ekonomické dohody z roku 1993, ČR se řídí zásadami Společné obchodní politiky a zavázala se převzít veškerá smluvní ujednání, která uzavřela EU s představiteli ČLR. Základním dokumentem je *Dohoda o obchodní a hospodářské spolupráci mezi Evropským hospodářským společenstvím a Čínskou lidovou republikou*, platná od 1. 10. 1985. Dohoda mezi Evropským hospodářským společenstvím a Čínskou lidovou republikou o obchodu s textilními výrobky z roku 1989 přinesla změny od 1. 1. 2005 v důsledku zrušení režimu textilních kvót v rámci WTO. Se členstvím ČR v EU souvisí i převzetí antidumpingových nástrojů a opatření, která byla ze strany EU zavedena na metalurgické výrobky, chemické produkty, spotřební elektroniku, jízdní kola a jejich součástky.

Mimo unijní úpravu vztahů s ČLR existuje ještě bilaterální smluvní úprava vztahů ČR s ČLR. Takto jsou řešeny otázky, které nespádají do kompetence orgánů EU jako je např. oblast průmyslové spolupráce, ochrana investic či zabránění dvojímu zdanění. Při příležitosti návštěvy prezidenta ČR, Václava Klause, byla dne 22. dubna 2004 v Pekingu podepsána Dohoda o hospodářské spolupráci mezi vládou ČR a vládou ČLR, která odpovídá právu ES.

2.3 Analýza česko-čínských vztahů

Pro zhodnocení budoucnosti dalších vztahů, jejich důležitosti pro českou ekonomiku je možné použít SWOT analýzu.

Silné stránky

ČLR bez pochyb v současné době představuje velmi důležitý subjekt světové ekonomiky a myslím, že lze i v budoucnu bude docházet k posilování její pozice. Je to dáno velikostí čínské ekonomiky, jejího trhu s 1,3 miliardami spotřebiteli a v posledních letech vysokými tempy růstu HDP. I když je nutné poznamenat, že v rámci celého státu existují značné rozdíly. Nejvyspělejší jsou jižní oblasti, kam díky transformaci plánované ekonomiky byl umožněn přístup zahraničnímu kapitálu. V těchto místech vznikaly „zvláštní ekonomické zóny“. Na výsledcích ekonomického růstu se podílí také fiskální stabilita země a nízká míra inflace. I přes stále fungující politický systém v ČLR lze vysledovat první náznaky formování soukromého sektoru. Důležitým krokem bylo přistoupení Číny do WTO v roce 2001,⁷⁴ jež se pozitivně projevilo ve snaze o zvýšení transparentnosti, posílení ekonomických reforem a otevřenosti země.

Slabé stránky

Čínský trh přes veškeré výše zmíněné pozitivní perspektivy je stále značně uzavřený. Při vstupu na čínský trh značnou překážku představuje ochranná politika v podobě kvót a dovozních licencí, bariér pro některá druhy zboží (příkladem jsou cenové kontroly, diskriminační registrační požadavky, sanitární standardy apod.) a také existence centrální tvorby cen, což negativně působí na konkurenceschopnost evropského a tedy i českého zboží na čínském trhu. Vysoké požadavky na certifikaci některého zboží a neuznávání osvědčení vydávaných EU podle mezinárodně platných předpisů působí při dovozu zboží značně diskriminačně. Kromě toho byl uvalen zákaz na obchod s vybranými zemědělskými produkty, příkladem je výskyt nemoci BSE v EU a ČR. Místní prostředí je zatíženo vysokou mírou korupce. To se pak projevuje u veřejných zakázek, při přidělování kvót a tendrových řízeních a podobně. S obchodem je spjato financování jednotlivých zakázek a dodávek, na což nepříznivě působí nekonvertibilita čínské měny.

Příležitosti

Velkou příležitostí pro české subjekty je záměr čínské vlády rozvinout severní a centrální oblasti Číny, které dosud fungovaly na tradiční bázi a kde stupeň rozvinutosti oproti jižním a

⁷⁴ Došlo k tomu po 15 letech negociací.

přímořským oblastem je diametrálně nižší. Čínská vláda ve svém 10. pětiletém plánu na období 2001-2005 si vytýčila cíl zajistit hospodářský a sociální rozvoj v těchto regionech. Severní a střední části země jsou tedy místem, kde by mohly být vybudovány nové průmyslové závody, tedy oblastí potenciálního přílivu zahraničních investic. Zájem o industrializaci sebou nese nutnost rekonstrukce, nebo vybudování zcela nové infrastruktury. Domnívám se, že zde existuje příležitost i pro české subjekty, které by se na investicích mohly podílet ve spolupráci se zahraničními firmami, nebo by mohly fungovat jako dodavatelé určitých zařízení. Rozvoj průmyslu bude provázán posilováním energetického sektoru, což je výhodné pro ČR, protože má už zkušenosti s dodávkami pro tento sektor, příkladem jsou třeba energetické bloky pro Shentou. Nový prostor pro další dodávky se vytvoří v důsledku pořádání Olympijských her v roce 2008 a Světové výstavy 2010, které sebou nesou potřebu vybudovat novou infrastrukturu, posílení veřejné dopravy, výstavbu nových sportovních hal, výstavních ploch a ubytovacích kapacit.

Hrozby

Problém je v politické orientaci ČLR. I přes reformní procesy v posledních letech, přetrvává vedoucí úloha komunistické strany a centrální systému řízení a rozhodování. Dosud také nebyla vyřešena situace Tchajwanu⁷⁵. Hrozbou je možné přehřátí čínské ekonomiky, proto se uvažuje o zbrždění dalšího hospodářského růstu prostřednictvím omezování veřejných zakázek, stavebních projektů, zvyšováním úrokových sazeb a omezováním poskytování úvěrů. Jak jsem již zmínila, existují velké rozdíly mezi rozvinutým pobřežím a centrálními a severozápadními provinciemi a mezi městy a venkovskými oblastmi. Jistou hrozbou pro české podnikatele je vysoce konkurenční prostředí na čínském trhu, protože zájem na proniknutí do tohoto teritoria mají mnohé evropské i mimoevropské subjekty, zároveň dochází k nárůstu konkurenceschopnosti domácích výrobců. Částečnou příčinou vysokých převisů čínských dovozu do ČR jsou nekalé obchodní praktiky některých čínských firem, které vyvážejí zboží na základě ne zcela perfektních dokladů. Dosud celní orgány ČR z toho nevyvozovaly žádné velké důsledky, ale takové zboží by nemuselo být propuštěno do volného oběhu, pak by se účtovalo skladné a to až do výše deklarované ceny. Takto totiž na obdobnou situaci reagují čínské celní orgány.

2.4 Příležitosti pro české subjekty v ČLR

V případě České republiky je možné navázat na dřívější tradici, protože české podniky měly dobrou pověst a byly považovány za kvalitní dodavatele zboží a investičních celků. V současné době může ČR těžit ze vstupu do EU, neboť tím jsou její výrobky automaticky považovány za evropské, což je jistou garancí dobré kvality.

Čínský trh je obecně vhodnější pro finančně silné firmy, pokud možno již zavedené na trhu. V důsledku vysokého zájmu o čínský trh ze strany mnohým zahraničních firem a silné ochranné politiky se jeví jako výhodnější pro české firmy zapojit se do nadnárodních řetězců, které již nějakou dobu na čínském trhu působí.

Možné uplatnění pro české firmy se rýsuje v oblasti energetického sektoru, strojírenství, chemického a farmaceutického průmyslu. Záměr rozvoje středních a severních oblastí Číny a industrializace vyvolává větší potřebu energie a tím i možnost pro další dodávky *energetických bloků* z Čech. Další prostor pro ČR skýtá rozvoj jaderné energetiky a projekty vodních elektráren, například provincie Sichuan má podporu centrální vlády na výstavbu vodních elektráren, energie pak bude rozváděna do východních částí země. Dalším významným sektorem je *strojírenství*, na jehož rozvoj se chce čínská vláda v následujících letech výrazněji zaměřit. V současné době představuje 11 % HDP, ale do roku 2010 by se mělo stát dominantním oborem národního hospodářství. Zatím je většina strojírenského průmyslu soustředěna v pobřežních rozvinutých oblastech. Kvalita zde produkovaného

⁷⁵ Na výročním zasedání čínského parlamentu, Všečínské shromáždění lidových zástupců, dne 14.3.2005 schválilo zákon opravňující Peking k vojenskému zásahu proti Tchaj-wanu, pokud by ostrov oficiálně vyhlásil nezávislost. To samozřejmě vyvolala další nárůst napětí mezi Tchajpej a Pekingem.

zboží se postupně zlepšuje a jejich konkurenční výhoda spočívá zejména v ceně. ČLR poptává výrobní prostředky pro textilní, obuvnické závody, dále dřevozpracující stroje, dopravní prostředky, automobily⁷⁶, lodě, zájem je také o zdravotnická zařízení. Automobilka ŠkodaAuto plánuje zahájit montáž modelu Oktávie v Číně. Kromě kompletních dodávek automobilů, nebo zavádění montážních linek, existuje možnost dodávat jen díly a příslušenství pro automobilový průmysl. Perspektivními obory podle analýz CzechTradu jsou stroje a zařízení pro zpracování kovů, pro výrobu a balení potravinářských výrobků, dále zařízení pro chemický, farmaceutický průmysl a pro výrobu spotřebního zboží. Z **chemických produktů** jsou v českém dovozu nejčastěji zastoupeny plasty, organické výrobky, průmyslová hnojiva a speciální chemikálie. Perspektivním oborem je také **farmaceutický průmysl**, po jehož produktech je vysoká poptávka v důsledku přetrvávajících nedostatků některých léků a antiinfekčních látek. Velký počet populace Číny sebou přináší i potřebu dovážet některé **zemědělské produkty**, hlavními dovozci jsou v současné době Kanada, USA, ze států EU hlavně Francie. Pokud by se podařilo získat kvótu, ČR by mohla zde najít odbytiště pro živočišné a rostlinné tuky a eventuálně sušené mléčné výrobky. Vzhledem k tradici českého pivovarnictví existuje vysoká šance na umístění českých **pivovarů a minipivovarů** v ČLR, ty jsou už úspěšně vyváženy do Vietnamu. Zvýšený zájem o ochranu životního prostředí přispěl k vytvoření česko-čínského podniku, další firmy se mohou podílet na **výstavbě čističek vod a likvidaci odpadů**. Podobně jako v jiných státech světa, tak i v Číně je vysoká poptávka po **tradičním českém zboží**, jako je sklo, broušené, stolní nápojové sklo, dárkové zboží, vybavení hotelů a polotovarů pro výrobu bižuterie, lustrů a váz.

2.5 Podpora českých subjektů při vstupu na trh ČLR

Dřívější obchodní vazby ČR s ČLR byly značně utlumeny v 90. letech, kdy se pozornost mnohých podnikatelů upnula na západní trhy. Vyklizení těchto pozic využily zahraniční firmy a v Číně se vytvořilo vysoce konkurenční prostředí. Některé české podnikatele odrazuje značná geografická vzdálenost, odlišnost sociálního prostředí, vysoká konkurence a někdy i nízké povědomí o trhu. Pro snadnější přístup na čínský trh je tedy třeba zajistit vyšší informovanost, posílit finanční podporu exportu, kterou v ČR zajišťuje ČEB a EGAP. Podle klasifikace OECD patří ČLR mezi méně riziková teritoria, je zařazena do 2. rizikové kategorie ze sedmi. V případě zájmu o dodávky větších investičních celků je třeba využít i lobbingu, o samotném zařazení do 5-ti letého plánu rozvoje rozhoduje vláda ČLR.

Ve střednědobém časovém horizontu je cílem podpořit export do ČLR, aby alespoň částečně pokryl pasivní saldo obchodní bilance, očekává se také zintenzivnění ekonomických vazeb a rozvoj investiční činnosti v ČLR. Za účelem plnění těchto ne příliš skromných cílů byl zřízen Ekonomický smíšený výbor a plánuje se pořádání misí českých podniků, jejich prezentace a účast na výstavních akcích v ČLR. Jelikož je ČR členem EU může se účastnit prezentací pořádaných v rámci podpory evropského exportu do ČLR. Zastupitelské úřady, Obchodně-ekonomické úseky a CzechTrade posílí informovanost českých firem o specifikách čínského trhu, o možných příležitostech, plánovaných veřejných zakázkách atd. Jako velmi efektivní se jeví vstup na čínský trh ve spolupráci s již na tamějším trhu etablovanými subjekty, protože tak je možné využít jejich znalostí trhu, konsorciální spolupráce popř. finanční základy. Dosud sídlí v Pekingu Obchodně ekonomický úsek a kancelář CzechTradu v Šanghaji. Zastoupení v Hongkongu, ve střední a západní části země zcela chybí, proto je plánováno rozšíření obchodních zastoupení.

Pro rozšíření informovanosti českých subjektů bude v průběhu letošního roku uspořádán seminář „Obchodování s ČLR“, předpokládá se, že další obdobný seminář se bude konat už za účasti subjektů z EU. Kromě toho budou samozřejmě podporovány kontakty mezi jednotlivými subjekty soukromé sféry v ČR s čínskými odběrateli.

V současné době nepříznivě působí na export posilující koruna ve vztahu k USD a EUR. Důležitá je zejména relace k USD, protože platební měnou při obchodu ve většině asijských zemí je

⁷⁶ Na dovoz automobilů zavedla ČLR kvóty, které jsou velmi kritizované.

právě USD.

3. ZÁVĚR

Zahraněční obchod ČR se v roce 2004 vyvíjel velmi příznivě, bylo to také částečně dáno vstupem republiky do EU, došlo ke zvýšení poptávky po českém zboží. Obchodní vztahy ČR se odvíjejí dle zásad Společné obchodní politiky. Převzetí Společného celního sazebníku způsobilo změny celních sazeb, které pravděpodobně ovlivní dodavatelské a odběratelské vztahy, což bude působit na teritoriální strukturu zahraničního obchodu ČR. Vlastně se to už projevilo ve výsledcích zahraničního obchodu ČR za rok 2004. Bez vlivu nezůstaly ani vnější efekty v podobě mírného oživení světové a evropské ekonomiky, zvláště pak rychlejší ekonomický růst v Polsku, na Slovensku, v Maďarsku a v Německu, tedy v zemích našich důležitých obchodních partnerů.

Problémem zůstává prohlubující se saldo obchodu s ČLR, kde by mohlo v následujícím období dojít k dalšímu zhoršení v důsledku ukončení dodávek pro elektrárnu v Shentou a odstranění kvót na dovoz čínského textilu od ledna 2005. Proto bude zesílena podpora spolupráce a exportu z ČR do Číny. ČLR se totiž jeví jako perspektivní obchodní partner, a to nejen z hlediska velikosti a výkonu ekonomiky, ale také z důvodu plánovaného rozvoje středních a západních oblastí země, rozvoje strojírenství, zvyšující se potřeby energie pro výstavbu a provoz nových závodů, neboť tak mohou vzniknout nové příležitosti pro české subjekty.

LITERATURA

1. Eva Cihelková: Vnější ekonomické vztahy Evropské unie, C.H.Beck, 2003
2. Peter Drysdale, David Vines: Europe, East Asia and APEC, Cambridge University Press, 1998
3. Tony Saich: Governance and Politics of China, Palgrave, 2001
4. Peter W. Preston, Julie Gilson: The European Union and East Asia, Interregional Linkages in a Changing Global System, MPG Books Ltd., Bodmin, Cornwall, 2001
5. Statistické ročenky ČR, ČSÚ
6. Facts on Foreign Trade of the Czech Republic 2004

Internet

7. www.wto.org
8. www.mpo.cz
9. www.ceb.org
10. www.egap.cz
11. www.czechtrade.cz
12. www.europa.eu.int
13. www.czso.cz

Výskum preferencií spotrebiteľov na trhu s nábytkom s ohľadom na vybrané nástroje marketingového mixu

Ing. Miriam Olšiaková – Drevárska fakulta TU vo Zvolene

ABSTRACT

In new market surrounding, that is the result of the transforming society, the knowledge and information allowing understanding the purchase decision-making and mental processes of this decision-making, are inevitable for producers and salesmen of the furniture commodities and their future development. Only through the knowledge of their customers and their expectations they will be able to react elastically on their needs and wants in constantly changing surroundings that bring plenty of opportunities. Right those business subjects achieve prosperity that try to get the most complex information about the market, customers and through the own supply they help them to obtain the needful product, in right time, on right place and for the right price. The success of the marketing program depends on the understanding and knowledge the consumer, his attitudes and values and finding the new ways of consumers' orientation.

ÚVOD

V marketingu sa za jednu z ústredných otázok považuje: „Ako spotrebiteľia reagujú na rôzne marketingové stimuly, ktoré môže firma použiť?“ Spotrebiteľské rozhodovanie o nákupe prebieha za asistencie množstva faktorov, ktoré ovplyvňujú konečné rozhodnutie. Práve firma, ktorá dokáže pochopiť, ako budú spotrebiteľia reagovať na rôzne varianty výrobku, ceny a reklamné apely, získa veľkú konkurenčnú výhodu. Len prostredníctvom poznania svojich zákazníkov a ich očakávaní sú výrobcovia a obchodníci schopní pružne reagovať na ich potreby, želania v prostredí neustále sa meniaceho trhu, ktorý prináša množstvo príležitostí. Prosperitu na trhu dosahujú práve tie podnikateľské subjekty, ktoré sa usilujú o získanie čo najkomplexnejších informácií o trhu, zákazníkoch a svojou ponukou mu pomáhajú získať potrebný produkt, v správnom čase, na správnom mieste a za správnu cenu.

V súvislosti s uvedeným je hlavnou myšlienkou príspevku identifikácia najdôležitejších nástrojov marketingového mixu, ktoré významne ovplyvňujú nákupné správanie sa spotrebiteľa na trhu s nábytkom. V novom trhovom prostredí, ktoré je dôsledkom transformujúcej sa spoločnosti, sa uvedené informácie a výstupy stávajú určujúcimi pre pochopenie nákupného rozhodovania a psychických procesov, ktoré toto rozhodnutie sprevádzajú, pre výrobcov ako aj predajcov nábytkových komodít a ich ďalšieho rozvoja.

VÝSKUM NÁKUPNÉHO SPRÁVANIA SA

Pojem nákupné správanie možno definovať ako správanie, ktoré spotrebiteľia prejavujú pri hľadaní, nákupe, používaní, hodnotení, disponovaní výrobkami, službami a myšlienkami, od ktorých očakávajú, že uspokojia ich potreby. (Kulčáková, Richterová, 1997)

Spotrebiteľské správanie je potrebné skúmať v jednotlivých štádiách nákupného rozhodovania, ako aj vo vzťahu ku komponentom marketingového mixu. Informácie o zákazníkovi získavame niekoľkými spôsobmi (z interných zdrojov firmy, z marketingového spravodajstva, z marketingového výskumu).

Výsledky, ktoré uvádzame v príspevku, sú výstupom uskutočneného marketingového výskumu, ktorý sme realizovali v období október 2004 – marec 2005 prostredníctvom dopytovania. Dotazník pozostával z 9 otázok, na ktoré respondenti odpovedali písomne. V dotazníku sme využili prevažne zatvorené otázky. V otázkach 1, 3 a 7 respondent hodnotil závažnosť/ dôležitosť vybraných faktorov a prideloval im body v hodnote 1 – 5, pričom 1 a 2 znamenali, že hodnotený faktor považuje

respondent za menej významný. Každý z faktorov mohol získať maximálne hodnotenie 5, čo znamenalo, že ide o najvýznamnejší faktor z pohľadu respondenta. Respondentovi sme v rámci uvedených otázok vytvorili priestor na doplnenie ponúknutých výpovedí alebo pre zdôvodnenie nimi vybranej alternatívy. Vo zvyšných otázkach si respondent vyberal jednu z uvedených možností.

Prvkami základného súboru pre výskum nákupného správania boli všetci obyvatelia Slovenskej republiky vo veku od 18 rokov vyššie. Vzhľadom na to, že základný súbor je veľký a zisťovanie informácií je fyzicky, časovo a nákladovo nerealizovateľné, pre náš výskum sme stanovili výberové zisťovanie prostredníctvom metódy náhodného výberu spomedzi návštevníkov výstav a veľtrhov nábytku. Závislými premennými vo výskume boli pohlavie, vek, ukončené vzdelanie, ekonomická aktivita, geografická lokalita a spôsob bývania.

Na základe zozbieraných údajov sme mohli potvrdiť alebo zamietnuť nasledovné hypotézy:

- Spotrebiteľia sa spoliehajú na cenu ako indikátor kvality, predovšetkým v situácii, keď nemajú dostatok informácií o posudzovanom produkte.
- Rozsah reklamnej činnosti firmy spotrebiteľ hodnotí ako faktor úspešnosti producenta alebo vybranej značky produktu.
- Spotrebiteľ na trhu s nábytkom sa radí do kategórie konzervatívnych spotrebiteľov, čo sa odzrkadľuje predovšetkým vo výbere komunikačných prostriedkov a distribučných kanálov.

Výberovú vzorku tvorilo 750 respondentov. Pre vyhodnotenie sme získali dotazníky od 696 respondentov, čo predstavuje 93 % návratnosť dotazníkov.

Štruktúra respondentov na základe vybraných závislých premenných vyzerala nasledovne:

Tabuľka 1: Štruktúra respondentov podľa závislých premenných

Štruktúra respondentov podľa pohlavia	Absolútne početnosti	Relatívne početnosti
Muži	321	46%
ženy	375	54%
Spolu	696	100%

Štruktúra respondentov podľa vzdelania	Absolútne početnosti	Relatívne početnosti
základné	2	0%
stredoškolské	171	25%
úplné stredoškolské	270	39%
vysokoškolské	253	36%
Spolu	696	100%

Štruktúra respondentov podľa ekonomickej aktivity	Absolútne početnosti	Relatívne početnosti
podnikateľ	137	20%
zamestnaný	434	62%
študent	73	10%
dôchodca	26	4%
nezamestnaný	26	4%
Spolu	696	100%

Štruktúra respondentov podľa veku	Absolútne početnosti	Relatívne početnosti
18-30	268	39%
31-40	222	32%
41-50	153	22%
50 a viac	53	8%
Spolu	696	100%

Štruktúra respondentov podľa kraja	Absolútne početnosti	Relatívne početnosti
Bratislavský kraj	88	13%
Trnavský kraj	80	11%
Trenčiansky kraj	47	7%
Nitriansky kraj	136	20%
Banskobystrický kraj	174	25%
Žilinský kraj	60	9%
Košický kraj	48	7%
Prešovský kraj	63	9%
Spolu	696	100%

Štruktúra respondentov podľa spôsobu bývania	Absolútne početnosti	Relatívne početnosti
vo vlastnom byte (dome)	501	72%
v podnájme	47	7%
s rodičmi	148	21%
spolu	696	100%

VÝSLEDKY MARKETINGOVÉHO VÝSKUMU

V prvej otázke respondenti hodnotili, nakoľko materiál, kvalita, dizajn, cena, dostupnosť predajne a personál predajne rozhodujú pri výbere nábytku. Zo zistených údajov vyplýva, že kvalita, dizajn a cena sú respondentmi hodnotené ako najvýznamnejšie faktory, materiál ako veľmi významný faktor a dostupnosť predajne a jej personál ako stredne významný faktor. Faktory, ktoré mali respondenti hodnotiť pridelovaním hodnoty 1-5, boli vyhodnotené prostredníctvom štatistickej metódy **modus**, ktorá nám dokáže vypočítať hodnotu, ktorá sa v rozsahu údajov vyskytuje najčastejšie.

Otázkou číslo 2 sme chceli overiť alebo zamietnuť hypotézu, či spotrebiteľia odvodzujú kvalitu produktu od jeho ceny, najmä keď o ňom nemajú dostatok informácií. Z výsledkov vyplýva, že 406 respondentov pri kúpe nábytku hľadá „zlatú strednú cestu“, čiže by podľa nich nemal byť nábytok ani príliš drahý, ani príliš lacný. 112 respondentov nepovažuje cenu nábytku za rozhodujúcu, 81 respondentov uprednostňuje drahší nábytok a 97 respondentov dáva prednosť lacnejšiemu nábytku. Z uvedeného vyplýva, že hypotéza o chápaní ceny spotrebiteľmi ako kritéria kvality sa nám nepotvrdila.

Respondenti sa pri výbere nábytku nechávajú inšpirovať najmä svojimi vlastnými predstavami, ktoré považujú za najvýznamnejší faktor. Ako veľmi významný zdroj inšpirácie uvádzajú ponuku nábytku v predajni a časopisy o bývaní. Za stredne významný faktor inšpirácie považujú výstavy a veľtrhy nábytku a za najmenej významný až bezvýznamný faktor považujú internet. V tejto oblasti sa nám potvrdzuje hypotéza, že spotrebiteľ na trhu je konzervatívnym typom spotrebiteľa, nakoľko internet, ktorý všade vo svete je primárnym zdrojom údajov a jeho využitie neustále rastie, je pre slovenského spotrebiteľa len doplnkovým zdrojom. Predpokladáme, že na tomto fakte sa podpísal nie práve najlacnejší spôsob pripojenia a nedostatočné skúsenosti, ako využiť možnosti, ktoré internet prináša.

37 % respondentov považuje katalógy za najvyhovujúcejší spôsob propagácie nábytku. 27 % respondentov preferuje výstavy a veľtrhy nábytku. Za nimi sa umiestnili reklama v novinách a časopisoch, letáky (10 % respondentov), reklama v televízii, internet (5 % respondentov). 74 respondentov uvádza, že propagácii nábytku nevenuje pozornosť.

Ďalšia hypotéza predpokladala vzťah medzi množstvom reklamy na nábytok a jeho vnímaním spotrebiteľa, že ide o úspešného producenta, prípadne značku nábytku. Keďže 81 % respondentov sa nestotožňuje s uvedenou výpoveďou, daná hypotéza neplatí.

V oblasti distribúcie až 451 respondentov (65 %) uprednostňuje nákup nábytku v špecializovaných predajniach. 144 respondentov preferuje výrobu nábytku na zákazku, 47 respondentov využíva možnosť nakupovania prostredníctvom katalógov, 46 respondentov si radšej kúpi nábytok a využije možnosť si

zároveň zakúpiť aj iný tovar. 8 respondentov využíva možnosti internetu pre nákup nábytku.

Z faktorov, ktorými sa predajňa nábytku môže stať atraktívnou pre zákazníka, respondenti označili za veľmi dôležité nasledovné faktory v poradí dovoz nábytku domov a jeho montáž, dlhšie záručné lehoty ako je stanovené zákonom, cenové zľavy, ochota a odbornosť predajného personálu a možnosť kúpy nábytku na splátky alebo na úver. Odmeny pre zákazníkov vo forme rôznych darčiekov respondenti považujú za najmenej významný faktor ovplyvňujúci atraktívnosť predajne.

V ďalšej otázke sme respondentov pýtali, do akej miestnosti sú ochotní investovať najvyššiu sumu peňazí a prečo. 294 respondentov (42 %) sú ochotní investovať najvyššiu sumu peňazí do zariadenia obývacej miestnosti. Tí, ktorí svoje rozhodnutie zdôvodnili, najčastejšie uvádzajú, že v tejto miestnosti trávajú najviac času, alebo že ide o najviac používaná miestnosť, v ktorej zvyknú prijímať návštevy alebo relaxovať. Ako druhú miestnosť, do ktorej by respondenti najviac investovali, označili kuchyňu a na treťom mieste by to bola spálňa.

Posledná otázka pojednávala o tom, koľkí z respondentov plánujú v časovom horizonte 2 rokov investovať do kúpy nábytku. Z výskumu sa zistilo, že 71 % respondentov (492) si plánuje v najbližších 2 rokoch nábytok zadovážiť. Pre výrobcov ako aj pre predajcov nábytku teda vyplýva nasledovné:

- Rešpektovať fakt, že kvalita, dizajn a cena sú v očiach spotrebiteľa hodnotené najvyššie a preto je potrebné zohľadniť tento fakt pri tvorbe a realizácii nábytku na trhu.
- Zverejňovať svoju ponuku predovšetkým v katalógoch a na výstavách nábytku, ktoré boli respondentami ocenené ako najvhodnejší spôsob propagácie, prípadne ako silný zdroj inšpirácie.
- Snažiť sa získať pozornosť zákazníka poskytovaním „extra“ služieb ako napríklad dovoz nábytku domov a jeho montáž, poskytovaním dlhších záručných lehôt ako 2 roky, ktoré garantuje zákon, cenové zľavy, ochota a odbornosť predajného personálu ako aj možnosť zakúpiť si nábytok na splátky alebo na úver.

ZÁVER

Orientácia marketingu na spotrebiteľa zohráva kľúčovú úlohu. Úspech marketingového programu závisí od poznania a porozumenia spotrebiteľa, jeho postojov a hodnôt a spoznávania nových smerov spotrebiteľskej orientácie. Cesta k spotrebiteľovi je stále zložitejšia. Prehľbuje sa členitosť trhu, menia sa spotrebiteľské preferencie pri uspokojovaní potrieb a stávajú sa značne diverzifikovanými. Mení sa aj hodnotová orientácia spotrebiteľov. Ich uplatnenie na trhu si vyžaduje lepšie informácie o spotrebiteľoch, ich želaniach, meniacom sa životnom štýle. Tvorba marketingového programu a kombinácia marketingového mixu predstavuje pre každú cieľovú skupinu jedno z najzávažnejších rozhodnutí, pri ktorom sa marketingoví pracovníci musia nutne opierať o znalosti z výskumu spotrebiteľa a jeho správania.

LITERATÚRA

- FORET, M. Jak komunikovat se zákazníkem. Computer Press. 1. vydanie. 2000. 197 s. ISBN 80-7226-292-9.
- KULČÁKOVÁ, M. – RICHTEROVÁ, K. Spotrebiteľ na trhu. Vydavateľstvo Sprint. 1. vydanie. 1997. 182 s. ISBN 80-88848-19-9.
- KUSÁ, A., ZAUŠKOVÁ, A. Výsledky výskumu preferencií a nákupného rozhodovania sa pri kúpe nábytku u potenciálnych zákazníkov. In: *Marketingová panoráma*, č. 2/2003. Bratislava: Slovenská marketingová spoločnosť, 2003, s. 34-35. ISSN 1336-1864.
- OLŠIAKOVÁ, M., KUSÁ, A. Research of the chosen tools of marketing mix influencing the customers' behaviour on the furniture market. In: *Acta Facultatis Xylogologiae*. Zvolen: TU, 2004, s. 99-105. ISSN 1336-3824.

KONTAKT

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárska fakulta, Technická univerzita vo Zvolene
T. G. Masaryka 24, 960 53 Zvolen
E-mail: zatkova@vsld.tuzvo.sk

Social inequalities in the Slovak Republic

Ing. Silvia Ošková - Faculty of national economy UE in Bratislava

Introduction

Various social and economic changes marked the last decade in the Slovak Republic. Society has developed through a lot of stages that were marked by transformation of economic system. Economic changes have influenced the social area, and they are reflected in the change of life style of Slovaks.

Increasing social and regional polarisation is the part of changes in the Slovak Republic. In the beginning of 1990s along with the changes of social-economic system, social structure has changed too. Existing differentiation of social system makes differences between social classes more visible. This polarisation includes creation of two extreme categories: “new elite” and the poor. These and further facts and processes, that were brought on by transformation of our society have caused creation and development of some new social-economic categories such as entrepreneurs, tradesmen, self-employed, part-time employed, unemployed and homeless people. New polarisation includes also creation of new professional groups, economic degradation of some social categories and rise of other ones. The change of social system has become the main power for social changes and for increasing of society polarisation that has led to unequal distribution of wealth.

Inequalities have risen in our society. The question emerges whether the main reason for rising inequalities is higher work effort, better performance, knowledge or talent of some people. This can be included in effort principle.

Social inequalities are the state in which members of society don't have the same access to social resources, mainly to wealth, power and prestige. Resources are limited in every society and that is why not every member of society has sufficient or the same share. That is why people in the society do not perform only activities that create these resources. Yet they also create internal organisation of society on the basis of which are these social resources unequally distributed among people and social classes. This society organisation is always hierarchic and in the form of pyramid, which is made of different social classes. This society organisation is called social stratification.

It is more important how people perceive social inequalities than how significant these inequalities in the society really are. Even small inequalities that are considered unfair can create major social tension while major inequalities can be acceptable if they are considered fair.

Social inequality and poverty as its result can be defined in two traditional ways:

- social inequality is consequent of society organisation, especially of economic and political conditions or
- social inequality caused by personal reasons (low work effort, adaptation, flexibility, ambitions.....).

Inequalities exist in different forms. We can recognise⁷⁷:

- income inequalities and wealth inequalities,
- consumer inequality,
- status inequality,
- inequality in competence, education and access to education,
- inequality in the labour market,
- inequality of life conditions and their risk.

⁷⁷ Mareš, P.: Sociologie nerovnosti a chudoby. Praha: Slon, 1999

In this paper I focus on income inequalities, wealth inequalities, consumer inequality and inequality in the labour market.

The most visible forms of inequality are *the inequality of wealth and income*. Income is amount that a person periodically obtains for his activities realised mostly in the labour market. Consequently, wealth is the sum of all material values that person owns.

Income stratification of households starts to be characteristic trend for Slovak society. Income inequality of inhabitants has increased with gradual restructuring of Slovak economy since 1991. According to last data of “Mikrocenzus 2003” total income of 20 % of population with highest incomes was 5,4-times higher than total incomes of 20 % of population with the lowest incomes in 2002. Inequality in the Slovak Republic is higher than in EU15 (4,4 in 2001) and also in average of EU10 (4,1), but lower than in Estonia (6,1) and Portugal (6,5)⁷⁸. Gini coefficient (31), that measures all income distribution, is higher in the Slovak Republic than the EU average (15) and new member states average (28), but lower than in Greece (33), Spain (33) and Portugal (37). Increasing of income inequality in Western Europe is connected with globalisation, whereas the increasing of income inequality in our country is connected with transformation of economy.

Income inequalities are formed by social status, but nationality, gender, age and profession can induce them. Income can be influenced also by type and large of settlement.

Income situation of Slovak households strongly depends on structure and size of family and the phase of family life cycle. Young families with more dependant children, families of unemployed and families of pensioners belong to categories with the lowest incomes and with high risk of poverty.

Inequality of wealth is important too. Wealth is formed by accumulation of all types of incomes or by heritage. It exists in different forms. Social status, prestige and power connected with wealth depend on ways of wealth creation. Incomes are unequally distributed and therefore also the distribution of wealth is unequal. Wealth of the less rich has less effective structure.

Problem of the Slovak Republic is to estimate the real income situation of households because a lot of their activities are realised in the shadow economy.

The number of households in the middle-income zone decreased and the number of households in the low-income zones increased in the last years.

The middle class is formed by:

1. people with incomes that are sufficient to pay for services (education health...),
2. employees who have such job position, that they can take out a mortgage,
3. owners of immovable assets.

Tab. 1 Income classes of Slovak families

The highest class	4 % of families	have the highest incomes, they include: families of general managers of large companies, topmanagers, ministers, Members of Parliament
The higher class	8 % of families	have above-average incomes, they include: families of deputies of general managers, heads of state administration, medium entrepreneurs
The middle class	24 % of families	have average incomes, they include: families of officers, state employees, small entrepreneurs, administration employees
The lower class	19 % of families	have average and below-average incomes, they include: skilled workers, lower officers
The lowest class	43 % of families	families with below-average incomes, they include: unskilled workers, unemployed, pensioners

Source: Median and AISA

The share of the middle class can be seen in the next table. Representation of middle class in the Slovak Republic is unusual and does not account for normal distribution of society. On the one hand the number of households with lower-than-average income rises, but on the other hand rises also the

⁷⁸ Národný akčný plán sociálnej inklúzie 2004-2006, Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR, 2004

number of households with the highest income level.

Tab. 2 Household structure in per cent by net annual money income per capita in 2002 (microcensus)

Household	up to 36 000	36 001 – 72 000	72 001 – 108 000	108 001 – 144 000	144 001 and more
Total households	12,1	32,9	28,7	14,9	11,4
Employed	11,2	30,9	29,4	15,9	12,7
Member of production co-operative	5,8	31,8	27,5	21,1	15,9
Entrepreneur with employees	24,2	16,7	13,1	14,0	32,0
Entrepreneur without employees	18,3	20,6	19,6	14,7	26,8
Others	34,9	46,6	14,0	4,0	0,6
Not surveyed	10,3	40,1	15,7	13,6	4,7

Source: Statistical Office of SR

For the long time the share of households that are able to save some money is about 34 %. 40 % of households have balanced budget. In average 25 % of households have deficit family budget. Income inequalities lead to undesirable differentiation in quality of life.

Incomes and wealth can be invested in rising life standards, human development, future incomes, etc. Income receiver decides how to use them. Income inequality is connected with consumer inequalities although only part of the income is spent. *Consumer inequality* is based on the fact that lower-income families have difficult access to goods and services. Some services or goods are inaccessible for this class.

We can define consumer inequalities as follows:

- inequalities in the absolute amount spent on different categories of consumer items,
- inequalities in proportion of income spent on different consumer items or in different consumer structure,
- inequalities in quality, trademarks and other characteristics of consumer items.

Inequalities in the labour market (from the view of men and women) result from ownership. A human factor puts a person into advantageous or disadvantageous position in the labour market and determinates higher or lower income and higher work stability. The value of human capital is given mainly by education and experience. Inequality is often connected with discrimination in the labour market. Discrimination relates to ethnic groups, women, old people, unskilled workers, etc. direct or indirect. In spite of relatively even structure of men and women from the view of educational attainment there are a lot of inequalities in the labour market.

Tab. 3 Unemployed by education (labour force survey) in thousand

Education	Number of unemployed		Number of unemployed	
	Total	of which: women	Total	of which: women
	2002		2003	
Basic	100,4	47,6	106,4	47,6
Secondary vocational	203,8	74,6	182,4	74,6
Secondary specialized	12,0	6,7	12,0	6,7
Full secondary vocational	22,5	9,1	19,3	9,1
Full secondary general	20,1	14,2	19,7	14,2
Full secondary specialized	114,1	63,3	103,0	63,3
University	14,0	7,7	16,4	7,7
Without school education	-	-	-	-

Source: Statistical Office of SR

Out of the entire female population aged 15 and over, only a little over five of every 10 women are economically active⁷⁹. For men, this figure is seven out of 10. The greatest inequalities relate to horizontal and vertical employee segregation by gender, women prevail in the economic sectors with lower average wages and also in lower position in the various professions. In particular, health care, education, light industry and certain services are predominantly female. The share of women in leading and managerial position is approximately one-third. Labour position of women is considerably higher in the public sector than in the private sector where women represent about one-fourth of entrepreneurs. The views on reasons for this differ, but the reality can be attributed to deeply-rooted gender stereotypes, education segregation by fields of study, a differing pace of career advancement due to women's higher burden of maternal and family duties and in some cases, discrimination.

Tab. 4 Average monthly nominal wages by gender and regions (2003)

Region	Average monthly nominal wage (SKK)			Women's wage as % of men's wage
	Total	Men	Women	
SR	14 597	16 899	12 120	71,8
Bratislavský	19 475	22 151	15 906	71,8
Trnavský	13 977	15 615	11 865	76,0
Trenčiansky	13 086	15 498	10 896	70,3
Nitriansky	13 067	14 550	11 324	77,8
Žilinský	13 885	16 228	11 398	70,2
Banskobystrický	13 184	14 811	11 449	77,3
Prešovský	12 248	13 872	10 863	78,3
Košický	14 297	17 297	11 583	67,0

Source: Statistical Office of SR

As a result of such differences, the average wages of women are more than one-fourth lower than the average wages of men. In recent years, the wage difference has been increasing since women's wages have been growing slower than men's. This may be attributable to a growing share of women employed in the so-called low-income sectors. Usually women offer lower experience because they interrupt their work career in connection with maternity and care for children. Household care means lower flexibility work activities and it results in lower productivity. The development of gender differences in incomes during previous years is summarised in next table.

Tab. 5 Development of the average wage difference

Indicator	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Women's wage as a % of men's wage	78,5	77,0	75,0	75,0	74,1	71,7	71,8

Source: Statistical Office of SR

CONCLUSION

Inequalities will always be a subject of social action and reaction. Discussions about inequalities emerge from different impulses. They include of increasing number of people and reaction to the risk of rising inequality in the society. Some people believe that inequalities are a result of unequal organisation of society. The common attempt is to create such environment that would lead to creation of social climate in which the social inequalities will be based on effort principle.

LITERATURE

1. ATKINSON, A. B.: THE ECONOMICS OF INEQUALITY. OXFORD UNIVERSITY PRESS, OXFORD 1983
2. DISKRIMINACE ŽEN V ZAMĚSTNANÍ A JEJÍ DŮVODY, SOCIÁLNÍ POLITIKA Č7-8/1999, STR.16
3. FILADELFOVÁ, J.: RODOVÁ ROVNOVÁHA V POLITICKOM ROZHODOVANÍ. STREDISKO PRE ŠTÚDIUM PRÁCE A RODINY, 2003

⁷⁹ Správa o miléniových rozvojových cieľoch. Centrum pre hospodársky a sociálny rozvoj, 2003

4. KOHL., R.: GLOBALISATION, POVERTY AND INEQUALITY. PARÍŽ: OECD, 2003
5. M. KREIDL: POSTOJE K NEROVNOSTEM, LEGITIMITA A SOCIÁLNÍ ZKUŠENOST V OBDOBÍ TRANSFORMACE. SOCIOLOGIA 33, č. 2/2001
6. MACHONIN, P., TUČEK, M.: ČESKÁ SPOLEČNOST V TRANSFORMACI. PRAHA: SLON, 1996.
7. MAREŠ, P.: SOCIOLOGIE NEROVNOSTI A CHUDOBY. PRAHA: SLON, 1999.
8. NÁRODNÝ AKČNÝ PLAN SOCIÁLNEJ INKLÚZIE 2004-2006, MPSVAR SR 2004
9. ROCHOVSKÁ, A., HORŇÁK, M.: SOCIÁLNA POLARIZÁCIA SPOLOČNOSTI A JEJ REGIONÁLNY PRIEMET NA ÚZEMÍ SLOVENSKA A BRATISLAVY. MISCELLANEA GEOGRAPHICA 9/2002
10. SCHMÖGNEROVÁ, B.: SOCIÁLNY MODEL EÚ: DNES A ZAJTRA. FRIEDRICH EBERT STIFTUNG, BRATISLAVA 2004
11. SPRÁVA O MILÉNIOVÝCH ROZVOJOVÝCH CIELOCH. CENTRUM PRE HOSPODÁRSKY A SOCIÁLNY ROZVOJ, 2003
12. ŠSTATISTICKÁ ROČENKA 2004, ŠÚ SR
13. ŠSTATISTIKA RODINNÝCH ÚČTOV, ŠÚ SR, 2004

CONTACT

Katedra sociálneho rozvoja a práce, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave
E-mail: oskova@dec.euba.sk

Poistenie právnej ochrany

Ing. Dana Palacková - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

ÚVOD

Právne predpisy sú natoľko zložité, že bežný občan má iba minimálnu šancu sa v nich vyznať a správne orientovať. Keďže v živote každého z nás môžu nastať udalosti, kedy sa človek ocitne v právnom spore alebo je sám jeho iniciátorom, je na mieste úvaha o potenciálnych nákladoch, ktoré si takýto spor vyžiada. Každý by mal záujem dosiahnuť pre seba čo najpriaznivejší výsledok, avšak len málokto si môže dovoliť platiť najlepších advokátov. Práve poistenie právnej ochrany dáva poisteným možnosť kvalitného právneho zastúpenia za relatívne nízku cenu.

1. DEFINÍCIA POISTENIA PRÁVNEJ OCHRANY

Poistenie právnej ochrany slúži predovšetkým ako ochrana poisteného pred potenciálnou škodou vyplývajúcou z úhrady výdavkov súvisiacich s rôznymi právnymi úkonmi. Jeho úlohou je odstrániť alebo zmierniť nepriaznivé dôsledky náhodných udalostí, ktorými sú v tomto prípade neočakávané právne spory, pričom najčastejšími dôsledkami bývajú takto vzniknuté náklady. Poistenie právnej ochrany zároveň podporuje poisteného pri presadzovaní jeho vlastných právnych záujmov.

Podľa klasifikácie poistenia platnej v Európskej únii spadá poistné odvetvie poistenie právnej ochrany do neživotného poistenia. Medzi neživotné poistenie zaraďujeme tzv. rizikové poistenia, t.j. poistenia, pri ktorých je vznik poistnej udalosti daný určitou pravdepodobnosťou, pričom nie je isté, či poistná udalosť v priebehu poistenia vôbec nastane.

Občiansky zákonník vymedzuje poistenie právnej ochrany ako poistenie, ktoré spočíva v záväzku poistiteľa uhradiť na základe poistnej zmluvy náklady poisteného spojené s uplatnením jeho práva v rozsahu vymedzenom v poistnej zmluve a poskytovať služby priamo spojené s týmto poistením v rozsahu dohodnutom v poistnej zmluve. Tento zákon zároveň ustanovuje, že podpísaná poistná zmluva nemôže poisteného obmedziť vo výbere vlastného právneho zástupcu.

Poistenie právnej ochrany sa týka aj bežných záležitostí, ako sú napr. nákupy tovarov a služieb, či pracovno-právne vzťahy. Každý môže občas nadobudnúť pocit, že bol poškodený, avšak málokto sa odhodlá svoj problém riešiť, a to aj napriek tomu, že je v práve. Dôvodom býva nedostatok času, ale najmä finančné náklady na právneho zástupcu. Práve v takýchto prípadoch je možné využiť poistenie právnej ochrany. Predpokladom však je, aby konkrétna osoba bola už v čase vzniku právneho problému poistená. Od poisťovne nemožno očakávať poskytovanie bezplatnej právnej pomoci osobám, ktoré poistené neboli a so žiadosťou o pomoc sa na poisťovňu obrátili až pri vzniku sporu.

Uzavretím poistenia právnej ochrany si klient za relatívne nízke poistné kupuje adekvátnu právnu ochranu, ktorú by si v danej kvalite z vlastných zdrojov nemohol dovoliť. Ochranu klienta poistenia právnej ochrany možno všeobecne charakterizovať ako dvojsmernú. Klient si môže po zakúpení tohto produktu nárokovať presadzovanie svojich právnych záujmov, a to za asistencie poisťovne a na jej náklady. Zároveň má poistený klient nárok aj na právnu ochranu v prípade, že si voči nemu presadzuje svoje nároky niekto iný.

Všeobecne možno povedať, že poistnou udalosťou je taká situácia v živote poisteného, ktorá si vyžaduje právnu ochranu. Poisťovňa sa uzatvorením poistnej zmluvy na poistenie právnej ochrany zaväzuje hradiť za poisteného náklady súvisiace s právnymi spormi, a to do výšky stanovenej poistnou zmluvou. Konkrétne môže ísť o nasledovné výdavky:

- odmeny právnych zástupcov,
- poplatky a náklady na súdne konanie,
- náklady na svedkov, znalecké posudky či tlmočníkov,
- náklady protistrany a štátu, ak tak nariadi súd,

- náklady na cestu na súdne pojednávanie, ak tak nariadi súd,
- trestno-právne kaucie.

Poist'ovne špecializujúce sa na poistenie právnej ochrany mávajú pre svojich klientov k dispozícii aj tzv. non-stop linku právnej pomoci. Takáto právna rada je pri všetkých typoch poistenia právnej ochrany bezplatná. Za bezplatnou právnou poradňou sa skrýva snaha poisťovní predísť nesprávnemu konaniu klienta pri riešení svojich sporov. Akékoľvek úkony poisteného od vzniku poistnej udalosti totiž môžu mať na vyriešenie sporu nezvratiteľný dopad.

Poistenie právnej ochrany možno odporučiť každému, kto by ináč nebol schopný sám finančne uniesť náklady prípadného súdneho sporu. Už samotné tarify advokátov nie sú zanedbateľné, a to nemožno zabudnúť ani na súdne trovy. Keďže ide o nemalé sumy, poisťovne sa v prvom rade snažia dosiahnuť vyriešenie sporu mimosúdnou dohodou, čím by sa pre obe strany náklady podstatne znížili. Ak tákato dohoda nie je možná, pristupuje poisťovňa k riešeniu sporu súdnou cestou. Avšak tu je nutnou podmienkou existencia dostatočných vyhliadok na úspešné vybavenie poistnej udalosti, t.j. minimálne 50%-ná šanca na úspech. Poisťovňa sa teda nebude na vlastné náklady púšťať do z jej pohľadu vopred prehratého sporu.

Ako aj v ostatných poistných odvetviach, tak aj v poistení právnej ochrany existujú výluky z vecného rozsahu poistenia. Právna ochrana sa zväčša nevzťahuje na udalosti súvisiace s vojnami, štrajkami, či nukleárnymi škodami. Ďalej sú z krytia vylúčené vzájomné spory medzi poistenými osobami, a tiež aj spory medzi poisťovateľom a poistenou osobou. Poistenie právnej ochrany sa nevzťahuje ani na právne problémy klienta, ktoré vznikli, resp. ktorých si klient bol vedomý, už pred podpisom poistnej zmluvy. Pokiaľ ide o územné krytie, poistenie právnej ochrany sa zvyčajne vzťahuje na európske krajiny, prípadne na krajiny systému tzv. zelenej karty.

Právna ochrana býva v určitej miere zahrnutá aj v rámci poistných zmlúv primárne sa vzťahujúcich na iné poistné odvetvia. Typickým príkladom sú poistenia zodpovednostné, kde cena za právnu ochranu býva priamo zahrnutá v poistnom. Samotná právna ochrana, t.j. právne poradenstvo alebo právne zastúpenie klienta, býva súčasťou poistného plnenia, keďže je v záujme poisťovne, aby nahrádzaná škoda bola stanovená na čo najnižšej úrovni. Právna ochrana ako súčasť iného poistenia však býva v značnej miere účelová, to znamená, že poisťovňa bráni právne záujmy svojho klienta len dovtedy, kým sú jeho záujmy totožné so záujmami poisťovne samotnej.

2. POISTENIE PRÁVNEJ OCHRANY NA SLOVENSKU

Odvetvie, do ktorého spadajú poistné produkty poistenia právnej ochrany zatiaľ, a to aj napriek jeho medziročnému rastu, nepatrí na slovenskom poistnom trhu medzi najrozšírenejšie. K 30.6.2004 bolo predpísané poistné v odvetví poistenia právnej ochrany vo výške 32 453 000.-, čo však tvorilo iba 0,18% z celkového predpísaného poistného v neživotnom poistení. Medziročný nárast v tomto odvetví bol 3,57%⁸⁰.

Nevýrazný záujem o poistné produkty spadajúce do poistného odvetvia poistenia právnej ochrany možno vysvetliť nízkym právnym vedomím občanov Slovenskej republiky. Súčasný stav je výsledkom kultúrneho a historického vývoja nášho národa. Mnohí občania sa ešte stále obávajú sťažovať sa, nie je pre nich prirodzené požadovať náhradu, ktorá im prináleží. Dá sa však predpokladať, že zmýšľanie ľudí sa časom zmení, a teda v budúcnosti je možné očakávať aj zvýšený záujem o poistenie právnej ochrany.

Na tieto zmeny je však potrebný čas. Pravdepodobne aj u nás postupne vyrastie generácia ľudí, ktorí sa neboja obhajovať svoje názory, keď majú pocit, že sú v práve. Avšak vtedy už poisťovne budú musieť byť na zvýšený dopyt po takejto poistnej ochrane pripravené. To znamená, že v súčasnosti by mali pripravovať produkty, ktoré budú čo najpresnejšie kopírovať potreby ich budúcich klientov.

⁸⁰ Polročná správa o stave poisťovníctva za prvý polrok 2004, Úrad pre finančný trh.

Na Slovensku ponúkali k 31.3.2004 poistenie právnej ochrany nasledovné poisťovne⁸¹: D.A.S. poisťovňa právnej ochrany, a.s., a R+V poisťovňa, a.s. (dnes Uniqa poisťovňa, a.s.), Generali Poisťovňa, a.s. a Poisťovňa Gerling, Slovensko, a.s. Najkomplexnejšiu ponuku produktov poistenia právnej ochrany vo svojom portfóliu, a tým aj najvýznamnejšie miesto na trhu tohto poistenia, má D.A.S. poisťovňa právnej ochrany, a.s. Produkty tejto poisťovne sú uvedené v Tabuľke č. 1⁸².

Tabuľka č. 1: Poistné produkty D.A.S. poisťovne právnej ochrany, a.s.

Poistenie právnej ochrany rodiny	
Poistenie chráni:	Chránené oblasti:
osobu, ktorá poistnú zmluvu uzatvorila manželku, manžela, družku, druha nezaopatrené deti do 26. roku života pomocné sily v domácnosti osoby v opatrovníctve alebo pestúnskej starostlivosti	náhrada škody trestné a priestupkové právo poistné právo vlastnícke právo k hnutel'ným veciam zmluvné spory
Poistenie právnej ochrany v pracovnoprávných vzťahoch	
Poistenie chráni:	Chránené oblasti:
osobu uvedenú v poistnej zmluve, a to ako zamestnanca	náhrada škody trestné a priestupkové právo poistné právo pracovné právo
Poistenie právnej ochrany v nájomných, vlastníckych a susedských sporoch	
Poistenie chráni:	Chránené oblasti:
osobu, ktorá poistnú zmluvu uzatvorila manželku, manžela, družku, druha nezaopatrené deti do 26. roku života	náhrada škody trestné a priestupkové právo poistné právo vlastnícke právo k nehnuteľnostiam nájomné právo susedské právo zmluvné spory
Poistenie právnej ochrany motorových vozidiel	
Poistenie chráni:	Chránené oblasti:
vlastníka, prevádzkovateľa, nájomcu a držiteľa vozidla, ktorý poistnú zmluvu uzatvoril oprávneného vodiča vozidla cestujúcich oprávnené prepravovaných	náhrada škody trestné a priestupkové právo vodičský a technický preukaz poistné právo zmluvné spory
Poistenie právnej ochrany vodičov motorových vozidiel	
Poistenie chráni:	Chránené oblasti:
vodiča uvedeného v poistnej zmluve, ale iba pri vedení cudzieho motorového vozidla zamestnanca poistenej PO – vodiča uvedeného v poistnej zmluve pri výkone práce	náhrada škody trestné a priestupkové právo vodičský a technický preukaz poistné právo
Poistenie právnej ochrany podnikateľa	
Poistenie chráni:	Chránené oblasti:
PO alebo FO zapísanú v OR – uvedenú v poistnej zmluve osobu podnikajúcu na základe osobitných predpisov – uvedenú v poistnej zmluve osobu v pracovnoprávnom vzťahu s poisníkom pri výkone práce	náhrada škody trestné a priestupkové právo pracovnoprávne vzťahy poistné právo záväzkovo-právne spory vlastnícke právo k hnutel'ným veciam pracovnoprávne nároky na náhradu škody voči zamestnancom

Zdroj: DAS revue, č. 1/2004

⁸¹ www.slaspo.sk (5.4.2003)

⁸² DAS revue, č. 1/2004

D.A.S. poisťovňa právnej ochrany, a.s., sa špecializuje výlučne na produkty poistenia právnej ochrany. Keďže ponúka právnu ochranu aj v oblasti poistného práva, vyslúžila si už aj prezývku „poisťovňa proti poisťovňiam.“ V rámci poistenia právnej ochrany totiž pomáha svojim klientom domôcť sa svojho práva v sporoch s ostatnými poisťovateľmi v prípadoch, že im bolo poistné plnenie neúmerne znížené, prípadne odmietnuté, ale aj v prípadoch neopodstatneného naťahovania doby likvidácie poistnej udalosti.

Slovenskí klienti majú v rámci poistenia právnej ochrany záujem najmä o poistenie v oblasti dopravy, čo môže súvisieť s viacerými faktormi. Mnohí poistenci si potrebu poistenia spájajú hlavne s povinným zmluvným poistením zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla, a teda poistenie súvisiace s motorizmom im je oveľa bližšie ako napríklad, poistenie právnej ochrany rodiny. Čo sa týka firemných klientov, tí využívajú poistenie právnej ochrany motorových vozidiel a vodičov motorových vozidiel najmä pri cestách do zahraničia. Na domáce spory, napr. pracovnoprávneho charakteru, ešte nie sú mnohé slovenské firmy zvyknuté.

ZÁVER

Rozdiely v oblasti poistenia právnej ochrany medzi Slovenskou republikou a ostatnými štátmi Európskej únie sú evidentné. Napr. v Nemecku malo poistenie právnej ochrany v roku 2003 5,2%-ný podiel na hrubom predpísanom poistnom v neživotnom poistení⁸³, pričom na Slovensku to bolo len 0,24%⁸⁴. Donedávna boli veľké rozdiely aj v legislatíve a práve problematická vymožitelnosť práva odrádzala mnohých slovenských občanov od požadovania náhrady. Avšak dopyt po poistení právnej ochrany na Slovensku rastie, takže mnohé poisťovne plánujú úpravu svojho portfólia aj v tomto smere. V budúcnosti je možné očakávať priaznivý vývoj, a to hlavne v súvislosti s meniacimi sa podmienkami vyplývajúcimi zo vstupu do Slovenskej republiky do Európskej únie. Rozvoj poistenia právnej ochrany predstavuje na slovenskom poistnom trhu vzhľadom na zatiaľ relatívne nízku poistenosť veľký potenciál.

Príspevok bol vypracovaný v rámci grantu Ekonomickej univerzity v Bratislave s názvom Vplyv európskych integračných procesov na poistný trh v SR.

LITERATÚRA

1. 2004 Yearbook The German Insurance Industry, GDV
2. Bukač, Petr: Pojištění právní ochrany – aktuální stav na trhu, www.mesec.cz (3.9.2003)
3. DAS revue č. 1/2004
4. Kluiber, František: Informace, dle kterých si je možné vybrat pojištění právní ochrany, www.sepnet.cz (11.2.2002)
5. Polročná správa o stave poisťovníctva za prvý polrok 2004, Úrad pre finančný trh
6. Ročná správa o stave poisťovníctva za rok 2003, Úrad pre finančný trh
7. Všeobecné poistné podmienky poistenia právnej ochrany, D.A.S. poisťovňa právnej ochrany, a.s., 4.4.2005
8. www.cap.cz (5.4.2005)
9. www.das.cz (5.4.2005)
10. www.das.sk (5.4.2005)
11. www.gdv.de (1.4.2005)
12. www.slaspo.sk (5.4.2005)
13. www.uft.sk (5.4.2005)
14. www.uniq.sk (5.4.2005)
15. Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v platnom znení
16. Zákon č. 95/2002 Z.z. o poisťovníctve v znení neskorších predpisov

⁸³ 2004 Yearbook The German Insurance Industry, GDV

⁸⁴ Ročná správa o stave poisťovníctva za rok 2003, Úrad pre finančný trh

Európske aspekty rozvoja konkurencieschopnosti v sektore malých a stredných podnikov

Ing. Adrián Pavlik - Obchodná fakulta EU v Bratislave

SUMMARY

The growth of competitiveness in European union as in a important strategical geopolitical space would have his base mainly in common European legal, regulative and technical frame. The main goal by this process is to orient on technological innovations, and to shave the barriers for access to new technologies, education and to innovation abroad. Small and medium sized companies are the most flexible elements of the economic space. This attribute designates them to be the leader in process of innovation as well the leader in the growth of competitiveness. Very important in this field is to build a flexible business environment, and the adhesion in process of research, education and science.

ÚVOD

Rast konkurencieschopnosti v Európskej únii ako v jednom z najvýznamnejších strategických geopolitických priestorov by mala mať východiská v celoeurópskom právnom, regulačnom a technickom rámci. Je pritom nevyhnutné orientovať sa na podporu technologických inovácií a odbúranie bariér pre prístup k novej technológii ako aj vzdelaniu a inováciám vo všeobecnosti.

Zrýchlenie jednotlivých tokov v hospodárstve pod vplyvom globalizácie z konca 90. rokov dvadsiateho storočia značne vplýva na všetky oblasti, ktoré sa akýmkoľvek spôsobom dotýkajú ekonomie. Práve kvôli razantným zmenám, ktoré majú pôvod v globalizácii sa do popredia dostáva nutnosť konfrontácie hospodárskych celkov s problémom, ako spojiť udržanie a rast konkurencie celku – napr. Európskej únie, a zároveň vybudovať rast konkurencieschopnosti jednotlivých podnikov na svetovom trhu. Tieto dve záležitosti sa nevyhnutne musia riešiť ako komplex, pretože celok, je tvorený z častí – rast konkurencieschopnosti trhu môže byť generovaná jedine cez rast konkurencieschopnosti podnikateľského sektora.

SLOVENSKÉ MSP A RAST KONKURENCIESCHOPNOSTI

Z hľadiska ekonomiky v kontexte konkurencieschopnosti je nevyhnutné zamýšľať sa nad otázkami, či bude Slovensko dostatočne hospodársky zdatné na to, aby sa odpútalo od industriálneho veku, a či bude schopné úspešne nasledovať, alebo spoluvytvárať inovačné trendy vyspelého sveta. Súčasný stav geo-hospodárskych pomerov nevyhnutne núti vnímať národné hospodárstvo v širších, globálnych aspektoch. Do popredia vystupuje otázka potreby interaktivity - vzájomnej účinnej spolupráce a komunikácie, usmerňovanie prúdenia tovarov a služieb, kapitálu, ľudí a informácií v globálnom priestore, bez ohľadu na štátne hranice. Slovenské hospodárstvo a slovenské podniky sa vstupom krajiny do EÚ stali spolutvorcami širokého európskeho hospodárskeho priestoru, a teda aj procesy konkurencieschopnosti musia nevyhnutne vnímať cez túto prizmu. Podniky sú v tejto súvislosti vystavené mimoriadne rýchlo sa meniacim podmienkam trhu. Malé a stredné podniky na Slovensku sa tiež musia vyrovnávať s fenoménom intenzívnej premeny podnikateľského prostredia. Snahy o rast konkurencieschopnosti Európskej únie (obsiahnuté napr. v Lisabonskej stratégii EÚ) sa musí predovšetkým vnímať ako snaha o rast podnikovej konkurencieschopnosti.

Malé podniky, pre ktoré je príznačná väčšia pružnosť, rýchlejšia predstaviteľnosť a reakcia na nové informácie, menšia zbyrokratizovanosť a bezprostrednejší kontakt so zákazníkom, môžu vytvárať podmienky pre zavádzanie pružnej automatizácie a jej efektívnejšie využívanie v rámci flexibilnej špecifikácie vhodnými formami kooperácie s inými malými či veľkými podnikmi. Môže to byť napríklad kooperácia na základe komplementárnych výrobných programov, kooperácia na základe

joint ventures, kooperácia prostredníctvom dohôd o dodávkach a odberoch, kooperácia založená na externalizácii rôznych, nie bezprostredne výrobných, podnikateľských funkcií.

Procesy posilnenia ekonomiky európskej únie sú predovšetkým odkázané na vnútorné sily trhu a opatrenia, ktoré zabezpečia hospodársku prosperitu známym spôsobom, najmä v investíciách do inovovania schopných produktov a skvalitňovaní existujúcej klasickej výroby.

Tieto procesy sú síce do značnej miery ovplyvňované externými vplyvmi prostredia, ale musia vychádzať z podniku. Najvýznamnejšie aspekty konkurencieschopnosti prameniace v podniku:

- **investície** – merané množstvom kapitálu,
- **inovácie** – ukazovatele vedeckej bázy, technológie, komerčné využitie vedy a výskumu, transfer know-how, otvorenosť novým ideám,
- **informácie** – rýchle a kvalitné informácie sú základom k správne a včasnému rozhodovaniu
- **Ľudský kapitál** – ukazovatele ľudského kapitálu: vzdelanie (celoživotné vzdelávanie), manažérske zručnosti, zamestnanosť v jednotlivých sektoroch hospodárstva, kvalita života, vládne výdavky na vzdelanie, podnikové výdavky na vzdelanie,
- **podnikové ukazovatele** – efektívnosť, rentabilita

musia spoločne s podnikateľským prostredím – *ukazovatele otvorenosti trhu, pracovný trh a jeho flexibilita regulačné (právne) a inštitucionálne zázemie*, hľadaním najoptimálnejších konštelácií orientovaných na trh zabezpečiť kontinuitu rastu.

Mimoriadny význam v procese premeny hospodárskeho prostredia nadobúdajú nadnárodné, alebo multinacionálne zoskupenia, ktoré vnímajú interaktivitu ako nevyhnutnosť aj pri kreovaní spoločnej legislatívy, vychádzajúcej z globálneho spoločenského konsenzu a pri podporovaní vedy a výskumu ako motora inovácií a tým hospodárskeho rastu. Z hľadiska Slovenska ako člena Európskej únie a slovenských podnikov ako aktérov európskeho integrovaného trhu je dôležité vnímať rast konkurencieschopnosti nielen na národnej báze, ale aj v širších, európskych rozmeroch.

Zvýšenie konkurencieschopnosti európskej ekonomiky, zvýšenie vedy a výskumu je podchytené v niekoľkých článkoch Zmluvy o ES (články 3, 3g, 5, 52, 59, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 100a, 129a, 129c, 129d, 130) a tiež v článkoch 4, 5, 65, 66 Zmluvy o ESÚO – ktorými sa riadi hospodársky spoločenský ale aj kultúrny život v rámci EÚ.

INOVAČNÝ PROCES AKO FAKTOR RASTU KONKURENCIESCHOPNOSTI PODNIKU

Svetovému hospodárstvu vládne dnes inovácia ako prvotné uvedenie produktu na trh, alebo nový výrobný proces, resp. technológia. Inovácia a jej kvalita nie sú otázkou veľkosti podniku či financií, ale schopnosti ľudí, ktorí produkt v zhode s nádejnou ideou vyskúmali a umožnili inováciu.

Inovačný proces je z hľadiska rastu konkurencieschopnosti kľúčovým pre podniky a tým aj pre celé hospodárstvo.

V tejto súvislosti je mimoriadne dôležité venovať sa aspektom ako sú:

- podnikové výdavky na výskum a vývoj
- patenty a duševné vlastníctvo
- tržby z predaja nových a inovovaných produktov
- zdroje informácií pre inovačný proces
- spolupráca výskumných pracovísk, univerzít a podnikov
- internacionalizácia výskumu a vývoja
- technologické aliancie
- ochota podnikateľov znášať riziko

Inovácie prvotne vychádzajú z výsledkov vedeckého bádania a výskumu. Potrebu a nevyhnutnosť vedy a výskumu si uvedomujú nielen podniky, ale aj nadnárodné zoskupenia, ktoré sa prostredníctvom rôznych programov snažia podporovať tieto aktivity.

Európska únia si v rámci Lisabonskej stratégie predsavzala podporovať na znalostiach a vede založený dynamický rast.

Cieľom tohto rozhodnutia je znížiť náskok USA a Japonska v inovačných technológiách a dostať vedu a výskum na vyššie miesto v poradí priorit, a i keď Lisabonská agenda musela byť zrevidovaná, svoje opodstatnenie nestratila ani v súčasnej dobe, možno práve naopak. Tento rámcový program dáva príležitosti aj novým členským krajinám. Jeho úlohou by malo byť odstránenie nedostatkov v rôznych oblastiach hospodárskeho života v Európe, predovšetkým však na báze znalostí a inovácií. Krajinám strednej a východnej Európy a medzi nimi i Slovensku môže tento program výrazne pomôcť v približovaní ich ekonomík a životnej úrovne vyspelým krajinám, a k vyrovnávaniu disproporcií v tejto oblasti v rámci jednotlivých regiónov Európskej únie.

EURÓPSKA VS AMERICKÁ KONKURENCIESCHOPNOSŤ

Deklarovanie potreby rastu konkurencieschopnosti v Európe žiaľ v súčasnosti nie je podporované v dostatočnej miere aj konštruktívnou v prvom rade legislatívnou iniciatívou. Politická klíma viacerých významných štátov v rámci EÚ nepraje potrebám urobiť trh a podnikateľské prostredie pružnejším, tak ako je to napríklad v USA. A v tomto prípade nejde len o základné faktory podnikateľského prostredia, ako sú daňová a odvodová politika, pracovné právo, prístup k financiám, odbúravanie byrokracie a boj proti korupcii. Ako sme už vyššie spomenuli, mimoriadny význam pre rast konkurencieschopnosti má inovačný proces, ktorý priamo súvisí s vedeckými objavmi a patentmi. Významný krok v oblasti infiltrovania inovácií do hospodárskej praxe urobili spojené štáty Bayh-Doleym zákonom, ktorý spoločne s novelizovaným patentovým zákonom otvoril cestu komercializácii vedeckých objavov, a pričínal sa k tomu, že štátne vedecké inštitúcie sa stali zaujímavými pre súkromný rizikový kapitál. Analýzy odhadujú, že práve prostredníctvom tohto zákona sa v priebehu roku 1999 v Spojených štátoch vytvorili hodnoty v objeme 40 miliárd USD, a vzniklo 260 000 pracovných miest.

V USA a v Japonsku je v súčasnosti uznávaných asi 300 patentov na milión obyvateľov, zatiaľ čo v krajinách EÚ je to zhruba 60. Na Slovensku bolo v roku 2003 uznaných 12,8 domácich patentov na milión obyvateľov.⁸⁵ V roku 2001 vytvorili high-tech na celkovom objeme exportu USA 26% zatiaľ čo v EÚ iba 19,8%.⁸⁶

Pre budúcnosť konkurencieschopnej Európy a v rámci neho Slovenska je nevyhnutné riešiť otázky, aký je osud vedeckých inštitúcií? Na základe čoho je možné posudzovať výsledky vedy a výskumu? Je potrebné tiež hľadať formy financovania vedeckého inovačného bádania, pretože z pohľadu klasických veriteľov a investorov sa oblasť inovácií a rozvoj technológií môže javiť ako mimoriadne riziková. Veľmi potrebné je tiež určiť prvok podpory a riadenia vedeckého výskumu, a to či už na Európskej ale aj štátnej úrovni.

ZÁVER

Dlhodobá konkurencieschopnosť Slovenska sa dá zabezpečiť len uskutočnením nevyhnutných štrukturálnych reforiem, vytváraním podmienok pre rozvoj znalostnej ekonomiky a inováciách. Budovanie konkurencieschopnosti je strategický a dlhodobý proces, pri ktorom je nevyhnutné, aby sa odvíjal od strategického plánu. Ministerstvo financií SR za týmto účelom vypracovalo Stratégiu rozvoja konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010⁸⁷, kde za hlavné priority označil investície do ľudských zdrojov a vzdelávania, podporu informačnej spoločnosti, podnikateľského prostredia, vedy, výskumu a inovácií. V rámci politiky národnej vlády je nevyhnutné vytvárať podmienky a predpoklady, aby firmy viac investovali do vzdelania, inovácií a výskumu.

Vo svetle Lisabonskej stratégie EÚ sa musí tiež vykryštalizovať konkurenčná politika a priority únie, a musia sa začať prijímať opatrenia, ktoré urobia európske podnikateľské prostredie pružnejším, akcieschopnejším a tým zároveň konkurencieschopnejším.

⁸⁵ <http://www.indprop.gov.sk/vseobecne/2003.htm>

⁸⁶ Eustat Press Office

⁸⁷ <http://www.finance.gov.sk/mfsr/mfsr.nsf/0/E9E81BB1DB9B7158C1256F9A00441B62?OpenDocument>

Príspevok je realizovaný v rámci Projektu mladých vedeckých pracovníkov č. 2316052/04 „Konkurencieschopnosť slovenských malých a stredných podnikov v hospodárskom priestore integrovanej Európy“.

LITERATÚRA

1. Institut der deutschen Wirtschaft, KPMG, EU-Kommission. Stand Juni 2003. Wien: Wirtschaftskammern Österreichs 2003. ISBN 0-8144-0544-4
2. Grublová, E. – Prusák, J. – Přádka, M. – Steinová, M.: Internetová ekonomika – Základy elektronického podnikání. Ostrava: Repronis 2002. ISBN 80-7329-000-6
3. Mikoláš, Z.: Small and Medium-size Enterprise – The Pre-sent and New Trends in Entrepreneurship. Katowice: The Karol Adamiecki Academy of Economics 2002. ISBN 83-7246-272-0
4. OECD Small and Medium Enterprise Outlook 2003. Paris: OECD 2003
5. Öttllová, Ch. – Härterová, G.: Dokonalá organizace v malé firmě. Bratislava: Management Press 2003. ISBN 80-7261-088-0
6. Simai, M. – Gál, P.: Új trendek és stratégiák a világgazdaságban. Budapest: Akadémia kiadó 2000. ISBN 963-05-7743-7
7. Záhradník, P.: Vstup do Evropské unie. Přínosy a náklady konvergence. Praha: C. H. Beck 2003. ISBN 80-7179-472-4
8. <http://www.indprop.gov.sk/vseobecne/2003.htm>
9. <http://www.finance.gov.sk>

Introduction in rhetorical economics

Eszter Pethő - Institute of economic theories UM in Miskolc

1. INTRODUCTION: DEFINING RHETORICAL ECONOMICS

First of all, we have to give a clear definition of the concept “rhetorical economics”. “Rhetoric is the study and practice of persuasive expression, an alternative since the Greeks to the philosophical programme of epistemology. The rhetoric of economics examines how economists persuade – not how they say they do, or how their official methodologies say they do, but how in fact they persuade colleagues and politicians and students to accept one economic assertion and reject another⁸⁸”.

Rhetorical economics means the description of real economy verbally, i.e. on natural language. In classical economics (political economics or political arithmetic that time) the natural language of economics was dominant. Economist used both facts and logic in their theories. In modern (neoclassical economics), however, the form of natural language was settled on by some kind of formalism, i.e. by a mass of equations, axioms and assumptions borrowed from physics and mathematics. The so-called “formal economics” – supposed to build only on facts – modified the language of the discipline as well, crowding out the way of expression on natural language. “Informal economics” or literary economics has lost its previous rank: it soon became regarded “storytelling”.

Alfred Marshall emphasized first that the same real economy is described by different groups of people differently, with different vocabulary. The highest level of economic discourse is a discourse among economists which is the scientific language. Good economics is expressed in natural language, so it can be labeled as literary economics. The middle level is the academic discourse among businessmen. This language is professional, but scientifically not precise. Finally, the lowest level is the lay language in the discourse among common people.

All the three levels of economic discourse describe the same real economy but to a different extent. Usually, economists are isolated, businessmen are misled and common people remain ignorant of the relevant questions of economy. It is the role of rhetorical economists, to build the bridge between the three levels of economic discourse and to persuade all the three levels of speakers on economics to accept an economic assertion and reject another.

2. HOW RHETORICAL ECONOMICS WAS BORN

In order to gain reliable knowledge about the economy, economists created a mass of rules (included in epistemology) to be followed. Before rhetorical economics, mainstream economics said that a theory was scientific only in one case: if it followed the rules of epistemology as perfectly as possible. These included methods like induction, deduction, models and observation, and tools like equations, axioms and assumption. The aim of epistemology was to reflect the real economy and to look for truth. Instead, rhetorical economics offers an alternative to epistemology. The main representative of rhetorical economics, Deirdre McCloskey says that the key question of accepting an economic theory as scientific is neither the perfect correspondence with the rules of epistemology nor the matter of truth but the persuasiveness of the theory’s creator. As the truth is a philosophical fiction being above mankind and reality is unknowable, it is not the major point to look for them. It is practice happening in economy what counts. The major criterion of rhetorical economics is whether I am able to persuade my colleague about the correctness of my theory or not. I can use tools as I please. Economists are sellers on the market of economic theories: and the best seller (who is the most persuasive) will be able to sell his or her theory. Whose argumentation is the most persuasive, i.e. regarded as plausible, the theory of those will be accepted. Why was rhetorical economics born? Because the rules of epistemology got stuck. Let us take general equilibrium. It is a perfectly consistent equation

⁸⁸ [McCloskey in Eatwell (1987) p. 174.]

mathematically with poor economic significance, however. The same can be said to several other rules of epistemology. Rhetorical economics offers the alternative of the rules of persuasiveness and plausibility instead of the perfect correspondence to the rules of epistemology for accepting an economic theory.

3. THE MAIN TENETS OF RHETORICAL ECONOMICS

In the everyday practice of seminars and in textbooks economists use a formalized language of economics. They build on operationalism, positivism and behaviorism as they regard only these methods as scientific. In their scientific work however, they use economic metaphors, historical precedents, symmetry and they refer to authority and morality, applying rhetorical economics unnoticed. These elements are regarded by positivism as “meaningless”, or “nonscientific” or “just matters of opinion”⁸⁹. That is why most tools of rhetoric are not recognized. According to Deirdre McCloskey there is no other methodology that can bring economics forward than honesty, clarity and tolerance.

Models from physics and mathematics are not appropriate in economics as the belief in a hypothesis comes from other sources than statistical evidence by using tests consistent with the hypothesis. These can come from “introspection (what would I do?); from thought experiments (what would they do?); from uncontrolled cases in point (such as the oil crisis); from authority (Alfred Marshall believed it), from symmetry (a law of demand if there is a law of supply); from definition (a higher price leaves less for expenditure, including this one); and above all, from analogy (if the demand curve slopes down for chewing gum, why not for housing and love too?)⁹⁰”. All in all, the range of arguments is wider than the official, formalized language of economics allows.

McCloskey states that rhetoric is a disciplined conversation, not “mere rhetoric” or “empty rhetoric”. It goes back to Aristotle and Quintilian, where rhetoric contains argumentation, style and composition at the same time, not only the latter two elements. Besides according to Descartes, only the indubitable is true. As Quintilian states, “he who would be an orator must not only appear to be a good man, but cannot be an orator unless he is a good man”⁹¹. Applied for economics, if somebody wants to be a good economist, he himself has to be a good man.

When we say that economics is metaphorical, we mean models (e.g. the Marshall cross) and expressions like “aggregate capital”, or “human capital”, or “the invisible hand” referring to the market. These metaphors collect the characteristics of a given object that are the same for the modifier. Other characteristics of the modifier will be left out. Metaphors serve to help readers in understanding a text, try to make it transparent and make a thought more acceptable for society. In order to avoid the use of metaphors for bad ends we have to take care when applying them as they can contain some political message or can be abused.

Rhetorical economics at the same time does not mean to change epistemology for flower language. On the contrary, it aims to forget the artificially limited irrational formal reasoning and to choose all rational arguments that man of flesh and blood can.

3.1 Rejecting the main canons of the “received views”

Deirdre McCloskey states that “The credo of Scientific Method, known mockingly among its many critics as the Received View, is an amalgam of logical positivism, behaviorism, operationalism, and the hypothetico-deductive model of science...it is best labeled as “modernism”, that is the notion that we know only what we cannot doubt and cannot really know what we can merely assent to⁹².” Modernism promises knowledge free from doubt, metaphysics, morals and personal conviction.

⁸⁹ [McCloskey, D. N. (1983) p.482.]

⁹⁰ [McCloskey in Eatwell (1987) p. 174.]

⁹¹ [Quintilian, M. F. (c. 100 AD) (1920) Institutio XII, 1, 3.]

⁹² [McCloskey, D. N. (1983) p.484.]

Actually, scientific knowledge is not different from other personal knowledge⁹³. If we want to make it different instead of trying to make it simply better, it will be the death of science. Similarly, using modernism in economics does not lead to applicable economics but stops progress⁹⁴.

Falsification, another method of modernism is rejected by rhetorical economics as well. It is not a key method any more as an experiment usually has an alternative, so we can not decide through falsification alone whether to accept or reject a statement.

Lots of canons of the “received views” in economics come from logical positivism. Rhetorical economics rejects several of them.

As modern economics states, ‘being Scientific’ means being different from the rest of society. The main project of the positivist movement was to demarcate science from other thinking. As Table 1. shows, we can see, how the world is divided into objective and subjective, scientific and humanistic and hard and soft halves. According to the “received views”, the world comes nicely divided along such lines. Naturally, all our scientific knowledge can come from the scientific half.

Table 1.⁹⁵

scientific	humanistic
fact	opinion
objective	subjective
positive	normative
vigorous	sloppy
precise	vague
things	words
cognition	intuition
hard	soft

According to modernism, the scientist’s job is not to decide whether propositions are useful for understanding and changing the world, but to classify them into one of the halves, either into the scientific (hard), or into the non-scientific (soft) halves. Economists have not recognized that the scientific value and the persuasiveness of an assertion do not depend on its classification but on its meaning. In order to have the meaning of a statement, we have to think about it. These must be deeper thoughts than those lying on the surface⁹⁶.

Logical positivism says that it has the ability to foretell the future by judging every theory, although historical sciences such as paleontology and history itself do not predict. In any event, predicting the economic future is, as Ludwig von Mises states ‘beyond the power of any mortal man’. This is the reason for what there are only conditional predictions. The American Question is best for illustrating the situation: “If you are so smart, why ain’t you rich?”⁹⁷ If economists could foretell the future, they would be all millionaires.

The simplifying rule of positivism worked well in modern economics, so economists simplified everything to primitive formulas. This results from another canon of positivism, ‘parsimony’, that is, the merit of simple theories over complex theories. But any theory, however simple on the surface, involves an unbounded set of side conditions for it to apply in any historical case.

Indeed, nothing could be easier than the positivistic formula. The simplicity of positivism was great appeal to the young who wanted quick success without hard work. ‘To put the point harshly, positivism is a 3”x5”-card philosophy of science, which the young can read in a minute and understand in a day⁹⁸.’ Positivism was economical in ways attractive to the young and impatient. The positivist

⁹³ [Polanyi. M. (1962)]

⁹⁴ [McCloskey, D. N. (1983)]

⁹⁵ [McCloskey, D. N. (1983) p.510.]

⁹⁶ [McCloskey, D. N. (1983)]

⁹⁷ [McCloskey, D. N. (1990) p.111.]

⁹⁸ [McCloskey, D. N. (1994) p.9.]

method required no tiresome involvement of all the sources. We need merely to form an observable implication of our higher-order hypothesis, and then proceed to test it. Most of the facts of the matter could be ignored, since most could be constructed as not bearing on the hypothesis under test. “No tacit knowledge is necessary, no sense of the landscape, no feel for the story⁹⁹”.

The ignorance of factors which are regarded as non-relevant concerning the hypothesis under test will result in a deformed description of reality. The Churchillian motto can be found affixed over the doorway of the Economic History Workshop, in the attic of the building just off Harvard Square: “Give us the data and we will finish the job¹⁰⁰.” Naturally, there is nothing beyond the easy quantifiable, observable implications to be known from the phenomenon.

Assumptions in physics and mathematics work well. In economics however, economists are lead by theorems that are to be verified by axioms. Economists use blackboard equations without having a clear knowledge about the matter concerned. As the result depends on preliminary assumptions, these can be manipulated until the equation is true. General assumptions are not directly concerned with the point the economist wants to state and these assumptions does not contain information for the considered circumstances either. As economists read only the latest professional literature and many of them have only slight knowledge about the history of economic theories, it could happen that economics became the victim of mathematics and the formalized equations of mathematics became the language of economics¹⁰¹.

The difference between statistical and economic significance should not be left out either though many economists do so. Establishing the economic significance of an error is not the question of mathematics. As we do not have any idea about “how large is large”, consequently on a certain level of significance (after that results are regarded as significant statistically) we can not decide whether it supports our model or not. Rhetorical economics advises thinking on data more seriously and not to make a research based on statistical significance when doing economic studies and discoveries¹⁰².

CONCLUSION

Rhetorical economics has several advantages. As the style of economics is neither beautiful nor understandable, rhetorical economics could have a key role in improving the language and style of economics. Rhetorical economics could be a great help in the teaching of economics as well: instead of focusing on axioms and verification, concentrating on practice, on the solution of a problem and on scientific discourses between teachers and students should be more efficient. Because of the modernist methodology of economics, economics was misunderstood and disliked by both humanists and scientists. With rhetoric in economics better relationships with other disciplines could be established.

The question arises what would have had happened to economics without the existence of logical positivism. One thing is clear: economics without positivism would be more, not less, rigorous and scientific, because it would face up to more arguments. An economist without the simplistic positivist formula, for instance, would take questionnaires more seriously. An interpretative economist, on the other hand, would be more serious about analyzing his introspection. Finally, economics would be less reduced to utilitarianism. All in all, logical positivism considerably limited the development of economics as a comprehensive discipline.

Economics as a science was reduced by formalists to objective facts and simplifications without any consideration. Questionnaires and self-testimony were rejected because of the expectable confusions. Scientific debates in economics were long-lasting and ill-tempered. As there was no official rhetoric in economics, consequently there was no common standpoint about what was regarded as plausible and persuasive by economists. Mathematical and statistical methods were insufficient. Rhetorical economics could play the key role in improving economics as a science and its assertions.

⁹⁹ [McCloskey, D. N. (1994) p.9.]

¹⁰⁰ [McCloskey, D. N. (1994) p.10.]

¹⁰¹ [McCloskey, D. N. (1991)]

¹⁰² [McCloskey, D. N. (1996)]

BIBLIOGRAPHY

1. EATWELL, J. – MILGATE, M. – NEWMAN, P ed. (1987) *The New Palgrave. A Dictionary of Economics*, Volume 4. The Macmillan Press Limited, London
2. MCCLOSKEY, D. N. (1989): Why I am no longer a positivist?, *Review of Social Economy*, 47 (3) Fall 1989
3. MCCLOSKEY, D. N.: (1994): *Knowledge and Persuasion in Economics*, Cambridge University Press
4. MCCLOSKEY, D. N.: (1996):The Standard Error of Regression, with Stephen Thomas Ziliak, *Journal of Economic Literature*, 34, March 1996, pp. 97-114
5. MCCLOSKEY, D. N.: (1991):Economic Science: A Search Through the Hyperspace of Assumptions, *Methodus*, 3. (1), June 1991, pp. 6-16.
6. MCCLOSKEY, D. N.: (1990): If You're So Smart, *The Narrative of Economic Expertise*, The University of Chicago Press, Chicago and London
7. MCCLOSKEY, D. N. (1983): The Rhetoric of Economics, *Journal of Economic Literature*, 1983. July XXI. pp. 481-571
8. POLANYI, M. (1962) *Personal knowledge: Towards a post-critical philosophy*. Chicago, IL: University of Chicago Press
9. QUINTILIAN, M. F. (c. 100. AD. (1920)) *Institutio oratoria* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Organisational Elements of the Cross-Border Cooperation with the view of West-Pannonia Euregion

dr. Edit Pintér - SIU in Győr

1. THE MAIN AIMS OF CROSS-BORDER COOPERATION

"A Cross-border Cooperation is an agreement between two regions sharing a common border. Such cooperation is designed to reinforce and foster relations between territorial communities or authorities" (Kiszel 2000, 10)¹⁰³.

After the World War II., the main aim of the cross-border cooperation was to eliminate the negative effects of the border-territories, the restrictions and all of other facts resulted the separations and division of the people of border regions.

At the end of the 1980's the establishment of the European Single Market, and the democratic developments in Central and Eastern Europe opened most national borders even further. It became clear that the objective of EU integration needed a special policy in favour of the border regions aiming at the elimination of the border problems hindering integration.

For the time being the main motives of the cross-border cooperation are¹⁰⁴:

- the transformation of the border from a line of separation into a place for communication between neighbours;
- the overcoming of mutual animosities and prejudices between people of border regions which result from historical heritage;
- the strengthening of democracy and the development of operational regional/local administrative structures;
- the overcoming of national peripherality and isolation;
- the promotion of economic growth and development and the improvement of the standards of living;
- the rapid assimilation into or approach towards an integrated Europe.

2. THE LEGAL BASIS OF INSTITUTIONAL CROSS-BORDER COOPERATION

The European Council determined the legal base of the institutional cross-border cooperation with the European Outline Convention on Trans-Frontier Co-operation between Territorial

Communities or Authorities, signed in Madrid 1980. This agreement includes such context, forms and limits, within which the territorial communities, and authorities concerned with cross-border cooperation may act.¹⁰⁵ The Cooperative Parties in each case shall fill in these forms of the Madrid Convention with bilateral, or trilateral inter-state agreements. However the most important merits of the Madrid Convention was, that it determined the scope of the legal cooperation of territorial communities and authorities.

In the 1990's the Madrid Convention was completed with an Additional and a Secondary Protocol by the Council of Europe. These reports play a very important role in the definition of legal status of the territorial communities and authorities.

¹⁰³ Kiszel Vilmos, Trends of Trans-frontier Co-operations, General Context (2000) - *Trends of Trans-frontier Co operations*. Stephanie Sersli, Kiszel Vilmos (eds). Ipoly Union, Balassagyarmat 2000, ISBN 963 03 9746 3, 10p.

¹⁰⁴ Motives of cross-border cooperation (2000) - *Practical Guide to Cross-border Cooperation*. Association of European Border Regions (AEBR) European Commission, Third Edition 2000, 8.p.

¹⁰⁵ European Outline Convention on Trans-Frontier Co-operation between Territorial Communities or Authorities, Madrid, 1980., - announced by the Act XXIV of 1997 in Hungary, Article 3.

Article 3 of the Additional Protocol describes, that a "transfrontier cooperation agreement concluded by territorial communities or authorities may set up a transfrontier co-operation body, which may or may not have legal personality" (Additional Protocol, Article 3). The agreement of the Parties shall specify, whether the body, regard being had to the responsibilities assigned to it and to the provisions of national law, is to be considered a public or private law entity within the national legal systems to which the territorial communities and authorities concluding the agreement belong.¹⁰⁶

Article 7 of the Protocol contains, that any disputes arising from a transfrontier co-operation body's activities shall be referred to the courts which are competent under internal or under an international agreement.

The Secondary Protocol was a rising in the formation of institutional cross-border cooperation. According to its regulation each contracting Party shall recognise and respect the right of territorial communities or authorities within its jurisdiction, to engage in discussions and to draw up interterritorial cooperation agreements, within common fields of responsibility. "An interterritorial co-operation agreement shall entail only the responsibilities of the territorial communities or authorities which have concluded it."¹⁰⁷

One should be aware, that Hungary has not ratified the Additional and the Secondary Protocol, because the Hungarian administrative system and the present Hungarian legal jurisdiction does not cover the necessary competence and the appropriate scope of authority required by the Protocols to the territorial communities.

3. ORGANISATIONAL ELEMENTS OF THE INSTITUTIONAL CROSS-BORDER COOPERATION

The frame of a Euroregion covers the basic institutional background for cross-border cooperation. In general the internal structure of most cross-border cooperation consists of a governing body, the execution groups, who carry out its tasks, and the working groups. In order auditing and control operation of the euroregion regarding its mission and rules, national and international legislation solutions should be found according to the local conditions.

The Council (or other name) usually consists of members representing each participating region of the cooperation, holding a mandate. We hereby refer to the structure of the most developed Euroregion in the European Union, on the border territory of Germany and the Netherlands. This Euroregion was founded in 1958, so its operation looks back for a long past. The Council of this Euroregion works as a cross-border parliamentary assembly, (with cross-border parliamentary groups) and this is the Euroregion's highest political body. At present it is very rare, that a euroregion institution has political character. Furthermore, the Council normally has the ultimate power of decision, particularly in regards to the budget, the report, and the annual programme of the cooperation. In general the decision-making body is elected and appointed by the founders.

There might be also some intermediary organization between the Council and other bodies of the Euroregion, what is responsible for monitoring and evaluating quality work, furthermore preparing, applying and implementing the Council decisions. Executive body established by the decision makers, is the unit responsible for daily operation task.

The Secretariat is responsible for the execution of the decisions taken by Council, and takes the necessary measures to ensure efficient organisation and working of the cross-border cooperation. Produces reports of accounts, budgets, activities of the cooperation programme, and keeps all parts of the cooperation regularly informed and updated. The Secretariat also establishes and maintains

¹⁰⁶ Additional Protocol to the European Outline Convention on Trans-Frontier Co-operation between Territorial Communities or Authorities. Strasbourg, 9.XI. 1995. Article 3.

¹⁰⁷ According to Article 2 of Protocol No. 2 to the European Outline Convention on Trans-Frontier Co-operation between Territorial Communities or Authorities concerning interterritorial co-operation. Strasbourg, 5. V, 1998.

contact with European institutions and organizations, as well as local governments and other international bodies.

The Working Groups are responsible for coordinating the actual content focus of the cooperation dealing with different fields. Normally, the Working Groups are composed of experts from each region.¹⁰⁸

4. WEST-PANNONIA EUREGION - INSTITUTIONAL STRUCTURE

The first and initial cross-border cooperation structure in Hungary was established on 5 November 1992 in the form of a Regional Council between Burgenland territory and the Hungarian counties of Győr-Ménfőcsanak-Sopron and Vas and the cities of Szombathely, Győr and Sopron, all three of which have county status¹⁰⁹. The final cooperation resulting from the activity of the Regional Council, set up for a period of six years, was continued with the establishment of the West/Nyugat-Pannonia Euregion (hereinafter: West-Pannonia Euregion) on 7 October, 1998 at a founders' meeting. The continuation of this ambitious project resulted in the first constitutive meeting on 21 June 1999, where the Hungarian Zala county was joined to the Euregion as an additional member.

At present the West-Pannonia Euregion includes the Burgenland territory, the Hungarian Győr-Ménfőcsanak-Sopron, Vas and Zala counties. The Parties, based on the rules of the Madrid Convention, aimed to solve the specific and common problems occurring on the national border. In the interest of the further development of a various productive cooperation have founded an interest group with the designation Euregion¹¹⁰. The choice of this name - Euregion - was not casual, while the Parties have avoided all forms of the institutionalization. They have aspired, that the Euregion did not result in losing the scope of authority of the county governments. The county governments namely fenced all initiatives, that hazarded their competence.¹¹¹

Therefore the Parties based on the point 2.6 of the Madrid Convention (Model Agreement on the setting up of organs of transfrontier co-operation between local authorities) has established their special cooperation with the following structure¹¹²:

- Board of the Euregion: It was set up to ensure flexibility in everyday work and to be able to quickly react to short-term trends. The Board consists of the partner regions' senior political representatives and is responsible for deciding on joint projects between the policymaking conferences, including with respect to their funding.
- Council of the Euregion: The primary duty of the Euregion's Council is to provide the underlying political and economic conditions ensuring the optimum functioning of individual institutions. To this end, the four partners' 40 total representatives not only project the common region's political trends, they also decide on the essential basic conditions affecting the area as a whole, including financial conditions.
- Secretariat of the Euregion: The basic coordination tool for the Euregion is the Secretariat, which consists of a management committee of four secretaries - one from each partner region - whose

¹⁰⁸ According to the work of Kiszél Vilmos, Legal Elements of Trans-frontier Co-operations (2000) - *Trends of Trans-frontier Co-operations*. Stephanie Sersli, Kiszél Vilmos (eds), Ipoly Union, Balassagyarmat 2000, ISBN 963 03 9746 3, 44-16.p.

¹⁰⁹ West Nyugat-Pannonia Euregion, Cooperation Structures at Strategic (Programme) level, B2 (2000) - *Practical Guide to Cross-border Cooperation*. Association of European Border Regions (AEBR) European Commission, Third Edition 2000, 78.p.

¹¹⁰ Memorandum on the establishment of the West/Nyugat-Pannonia Euregion (1998) - *Euregio Nyugat Pannonia* Dr. Tamas Csapo (ed), Published by the Local Government of the Bundesland Burgenland and the Local Governments of Győr-Ménfőcsanak-Sopron and Vas Counties, Printed by Szignánira Nyomda és Kiadó Kft., 6p.

¹¹¹ Sz. Kukorelli Iren (1998) The Western Trans-Danubian Region - A Real Region? - *Ter és Tarsadalm*, XII. évfolyam, 3. szám, 51-75.p.

¹¹² According to the Study on the West Nyugat-Pannonia Euregion, Cooperation Structures at Strategic (Programme) level, B2 (2000) - *Practical Guide to Cross-border Cooperation*, Association of European Border Regions (AEBR) European Commission, Third Edition 2000, 78p.

job is to agree on common interests through constant contact.

- Working groups: The eight working groups set up to cover all economically and socio-politically relevant issues have a crucial and central place in the Euregio's organisational structure. They not only carry out development-related preliminary work but also play an active leading role in preparing and carrying out joint EU programmes and projects.

The following eight working groups were created, with each partner chairing two of them¹¹³:

- a. regional planning, urban and rural development, transport and information;
- b. business;
- c. tourism, culture and common cultural heritage;
- d. nature conservation, environmental protection and prevention of water pollution;
- e. public safety and disaster procedures;
- f. health and social issues;
- g. education and youth;
- h. unemployment.

For summarizing of this paper we appoint, that the structure of the cross-border cooperation has developed very fast in the last few years. These bodies act in different fields, and has different level of the competence. There are good examples for developed cross-border cooperation structures, however in lot of cases weak institutions, and in some cases the total absence of the preparation of institutional cross-border connections characterizes the "internal borders" of the EU.

As we can see, the institutional structure of the West-Pannonia Euregio follows the main, generally structure of the western-european euroregion. However even today the Euregio does not create a new type of government at cross-border level, does not have political power, and its work is limited to the competences of the local and regional authorities which constitutes them, it is beginning to be a very important organiser of the society and the economy. The Euregio in effect is now a community of interest between local authorities without legal personality, but supposedly, a deeper and wider scope of authority will be adopted to the local and territorial communities in the framework of the present Hungarian administrative reform.

BIBLIOGRAPHY

1. Additional Protocol to the European Outline Convention on Trans-Frontier Co-operation between Territorial
2. Communities or Authorities. Strasbourg, 9.XI. 1995. Agreement of the West/Nyugat Pannonia Euregio. Eisenstadt, 21.VI.1999. European Outline Convention on Trans-Frontier Co-operation between Territorial Communities or Authorities,
3. Madrid, 1980.. - announced by the Act XXIV of 1997 in Hungary. Kiszél Vilmos, Legal Elements of Trans-frontier Co-operations (2000) - *Trends of Trans-frontier Co-operations*.
4. Stephanie Sersli, Kiszél Vilmos (eds), Ipoly Union, Balassagyarmat 2000, ISBN 963 03 9746 3. Kiszél Vilmos, Trends of Trans-frontier Co-operations, General Context (2000) - *Trends of Trans-frontier Cooperations*. Stephanie Sersli, Kiszél Vilmos (eds), Ipoly Union, Balassagyarmat 2000, ISBN 963 03 9746 3. Memorandum on the establishment of the West/Nyugat-Pannonia Euregio (1998) - *Euregio Nyugat Pannonia*,
5. Dr. Tamas Csapo (ed). Published by the Local Government of the Bundesland Burgenland and the Local
6. Governments of Győr-Moson-Sopron and Vas Counties, Printed by Szignatura Nyóinda is Kiado Kft. Motives of cross-border cooperation (2000) - *Practical Guide to Cross-border Cooperation*. Association of
7. European Border Regions (AEBR) European Commission, Third Edition 2000. Protocol No. 2 to the European Outline Convention on Trans-Frontier Co-operation between Territorial

¹¹³ Agreement of the West/Nyugat Pannonia Euregio- Eisenstadt, 21. VI. 1999.

8. Communities or Authorities concerning interterritorial co-operation. Strasbourg, 5. V. 1998. Sz. Kukorelli Iren (1998) The Western Trans-Danubian Region - A Real Region? - *Ter es Tarsadalom*, XII.
9. evfolyain, 3. szám. West Nyugat-Pannonia Euregion, Cooperation Structures al Strategic (Programme) level, B2 (2000) - *Practical*
10. *Guide to Cross-border Cooperation*. Association of European Border Regions (AEBR) European
11. Commission, Third Edition 2000.

Nástroje riadenia rizika

Ing. Vladimír Polavka - Národohospodárska fakulta EU v Bratislave

ABSTRAKT

Každý subjekt v ekonomike je vystavený určitým rizikám. Niekedy je lepšie im predchádzať, niekedy je lepšie ich riešiť, až keď nastanú. Cieľom príspevku je prezentovať nástroje riadenia rizika z hľadiska možnosti ich využitia pre aktívny a pasívny prístup k ovplyvňovaniu miery rizika. Príspevok poskytuje analýzu štyroch skupín nástrojov riadenia rizika – nástrojov spojených s informáciami, nástrojov spojených s rozhodovacím procesom, nástrojov spojených s výsledkami a nástrojov zameraných na zmenu rámcových podmienok.

KEÚČOVÉ SLOVÁ: riziko, neistota, informácie, rozhodnutie

ABSTRACT

Every economic subject has to deal with risk. Sometimes it is better to anticipate it, sometimes it is better to deal with it when a risky situation occurs. The aim of this thesis is to present instruments that manage risk in an active and passive way. The thesis presents a study of four groups of instruments managing risk – instruments connected with information, instruments connected with the decision process, instruments connected with results and instruments for modification of the indicated conditions.

Key words: risk, uncertainty, information, decision

ÚVOD

Riadeniu rizika a nástrojom, ktoré risk management využíva, je v odbornej literatúre venovaná značná pozornosť tak z hľadiska ich charakteristiky, možnosti ich využívania ako i z hľadiska ich členenia do rôznych skupín podľa vhodne zvolených kritérií. Cieľom príspevku je prezentovať nástroje riadenia rizika z hľadiska možnosti ich využitia pre aktívny a pasívny prístup k ovplyvňovaniu miery rizika.

Štyri skupiny nástrojov riadenia rizika, ktoré sú v práci prezentované, sú zaradené do dvoch základných skupín podľa toho, či ich pôsobenie je spojené s cieľom

1. **aktívnej redukcie** neistoty a rizika zmenou subjektívnej informovanosti rozhodovateľa, prípadne objektívne daných rámcových podmienok, alebo s cieľom
2. **pasívnej adaptácie** na situáciu neistoty u nástrojov spojených s rozhodovacím procesom a výsledkami. Aj použitím tohto typu opatrení sa riziko zredukuje.

Vzhľadom k tomu, že niektoré nástroje riadenia rizika sa nemusia používať výlučne na riadenie rizika, alebo sú pre riadenie neistoty a rizika využívané len čiastočne, zaradenie jednotlivých nástrojov do uvedených skupín môže byť v niektorých prípadoch problematické.

Uvedený prístup k členeniu nástrojov riadenia rizika sa v literatúre objavuje pod rôznymi názvami, čo dokumentujú nasledovné príklady: „opatrenia zamerané na príčiny a na následky“¹¹⁴, „aktívne“ a „pasívne“ reakcie¹¹⁵, preventívne metódy a kompenzačné metódy¹¹⁶, zvládnutie a vyhnutie sa neistote¹¹⁷, a pod.

¹¹⁴ Mag, s. 490

¹¹⁵ Tietzel, s. 13

¹¹⁶ Rescher, s. 144

¹¹⁷ Blümle, s. 261

Osobitne treba zdôrazniť, že riziko nie je len negatívnym javom. Za určitých podmienok sa prejavuje aj pozitívne a je dokonca potrebné, lebo môže mať účinky podobné výrobným faktorom. Toto pozitívne vnímanie rizika by sa mohlo chápať ako protiklad k snahám riadiť a “zbavovať sa” neistoty a rizika. Riešenie je v identifikácii čistých a špekulatívnych rizík. Čisté riziká majú výlučne negatívne dopady a ich výsledkom môže byť len strata. Špekulatívne riziko ako “výrobný faktor” môže mať tak pozitívny ako i negatívny dopad, t.j. výsledkom môže byť tak zisk ako i strata. V ďalšej časti príspevku sú podrobnejšie analyzované nástroje spojené s informáciami, s rozhodovacím procesom, s výsledkami a s ovplyvňovaním podmienok prostredia.

NÁSTROJE RIADENIA RIZIKA SPOJENÉ S INFORMÁCIAMI

Táto skupina nástrojov riadenia rizika vychádza zo skutočnosti, že príčinou rizika a neistoty sú samotné informácie, ktoré sú často nedokonalé a nepresné. Všeobecne sa dá povedať, že tieto nástroje vychádzajú z opatrení, ktoré zlepšujú informovanosť rozhodujúceho. Ide buď o zvýšenie kvantity zistených a spracovaných dát, alebo o zvýšenie kvality buď z hľadiska relevantnosti ich získania alebo ich lepšieho spracovania. Rozhodnutie o výbere a spôsobe použitia týchto nástrojov sa musí urobiť ešte pred samotným rozhodovaním za rizika. Takýto prístup k riadeniu rizika má za následok „dvojstupňovosť“ v rozhodovaní.¹¹⁸

Do tejto skupiny nástrojov riadenia rizika, t.j. nástrojov rizika spojených s informáciami, je však teoreticky možné zaradiť všetky nástroje, ktoré sú v akejkoľvek forme spojené s informačnou sférou systému. Zameriame sa preto len na tie nástroje riadenia rizika, ktoré sú spojené s opatreniami, ktorých hlavná úloha spočíva v informačnej sfére, a na tie mechanizmy, ktoré majú stimulovať sprostredkovanie pravdivých informácií.

Teoreticky môžeme informácie rozdeliť na tie, ktoré poskytujeme a tie, ktoré dostávame. Ako nástroj riadenia neistoty nám slúžia len informácie, ktoré dostávame, pretože len tieto informácie spôsobujú zmenu pôvodnej informačnej základne toho, kto rozhoduje. Informácie, ktoré získavame, môžu na druhej strane byť poskytované aj s cieľom ovplyvniť okolité prostredie. Typickým príkladom je reklama. Informácie sú tu poskytované s cieľom zvýšiť pravdepodobnosť kúpy produktu a tým znížiť riziko straty. Takéto informácie sú už zaradované k nástrojom ovplyvňovania rámcových podmienok.

Medzi nástroje spojené s informáciami napríklad patrí:

1. **Štatistika**, ktorú v tomto prípade nechápeme ako vedný odbor, ale ako reálny priebeh zberu údajov a ich spracovávanie. Čím presnejšie, účelnejšie a včasnejšie sú tieto informácie, tým menšia je neistota, ktorej sú vystavení užívatelia týchto informácií. Z tohto pohľadu je štatistika zdrojom informácií a zároveň nástrojom spojeným s informáciami. V praxi štatistika plní funkciu tvorby empirickej základne pre hospodársko-politické rozhodnutia.
2. **Počítač** ako nástroj spojený s informáciami umožňuje transportovať a spracovávať väčšie množstvo údajov s väčšou rýchlosťou a s menším počtom chýb v porovnaní s manuálnym spracovaním. Za pomoci počítača ten, kto rozhoduje, môže byť informovaný detailnejšie, rýchlejšie a presnejšie a tým neistota, ktorej je vystavený, sa znižuje. Niektorí odborníci ešte pred nástupom počítačov argumentovali tým, že problém informácií spočíva v ich množstve, a že informácie sa nedajú zvládnuť kvôli ich narastajúcemu množstvu¹¹⁹ K tomuto názoru sa prikláňali aj zástancovia decentralizácie, ktorí argumentovali nedostatkom reálnych kapacít na spracovanie údajov a komplexnosťou informácií. Tieto argumenty dynamickým nástupom počítačov síce stratili na radikálnosti, ale neboli však úplne neopodstatnené. Stále totiž existujú informačné problémy, ktoré sa nedajú vyriešiť pomocou počítačov buď z dôvodu obmedzenej počítačovej kapacity, alebo preto, že niektoré problémy svojou komplexnosťou presahujú reálne možnosti počítačov. Počítače tak nie sú len nástrojom spojeným s informáciami, ale sú spojené aj so samotným procesom rozhodovania.

¹¹⁸ Mag, s. 130-136

¹¹⁹ Hayek, s 212

3. **Stimuly na sprostredkovanie pravdivých informácií** majú v hospodárskom živote spravidla niekoľko funkcií. Ich úlohou je v prvom rade motivovať hospodárske subjekty k dobrým výkonom a vyžadovať sprostredkovanie korektných informácií.¹²⁰ Tým tieto stimuly plnia úlohu redukovať neistotu. Správanie sa niektorého subjektu a jeho zaobchádzanie s informáciami však môže mať naopak za následok aj zvyšovanie neistoty vtedy, keď dochádza k vedomému skresľovaniu informácií. Úlohou stimulov je vplývať na cieľové funkcie takým spôsobom, aby došlo k zosúladieniu záujmov pri poskytovaní korektných informácií už vo vlastnom záujme. Ak sa to podarí, tak potom sa neistota rozhodovateľa, ktorý je závislý od informácií od iných hospodárskych subjektov, zníži.
4. **Ceny** je možné považovať za nástroj riadenia neistoty a rizika s tým, že v tomto prípade je dôležitá tzv. informačná funkcia cien. Informačná funkcia cien spočíva v tom, že poskytovaním relevantných informácií pre rozhodovanie a ich použitím pri spracovaní sa podporuje plánovací a kontrolný proces tak na makro- ako aj na mikroúrovni.

NÁSTROJE RIADENIA RIZIKA SPOJENÉ S ROZHODOVACÍM PROCESOM

Táto skupina nástrojov je priamo spojená so samotným rozhodovaním za neistoty a rizika. Spôsob rozhodnutia nie je nezávislý od informovanosti rozhodovateľa. V prípade, že informácie nie sú dostatočné a teda ide o rozhodovanie za neistoty, tento stav musí byť v rozhodovacom procese explicitne zohľadnený. V podstate ide o dva aspekty rozhodovania:

1. Treba vytvoriť špeciálne rozhodovacie kritériá. Kritérium maximalizácie zisku, prípadne úžitku, nie je vždy zmysluplný. V literatúre sa rozlišujú dve hlavné skupiny rozhodovacích kritérií podľa toho, či jednotlivým stavom resp. činnostiam je možné alebo nie je možné priradiť pravdepodobnosti. V prvom prípade hovoríme o tzv. kritériách závislých na rozdelení (napr. očakávaná hodnota, μ d-pravidlo) a v druhom prípade o kritériách nezávislých na rozdelení (napr. pravidlo maxi-min, kritérium mini-max).
2. Môžeme vychádzať z časového aspektu, aby sme dosiahli flexibilizáciu celého rozhodnutia. Umožní nám to reagovať na informácie, ktoré dostaneme až po uplynutí určitého času alebo zohľadnením príslušnej informácie reagovať na nečakané situácie. Časový aspekt má svoj význam hlavne pre dlhodobejšie plánované rozhodnutia. Flexibilizácia v rozhodovaní sa dá dosiahnuť buď ex ante alebo ex post. Závisí to od toho, či sa vytvorí priestor a bude sa uvažovať s alternatívnymi rozhodnutiami už pred rozhodnutím, alebo prijaté rozhodnutia budú dodatočnými opatreniami zmenené alebo zrušené.

K nástrojom spojeným s rozhodovacím procesom napríklad patrí:

1. **Modifikácia pravidiel rozhodovania**, čo napríklad v matematike znamená, že hľadáme maximálnu alebo minimálnu hodnotu určitej cieľovej premennej. Inak je tomu v prípade rozhodovania za neistoty a rizika. Túto skutočnosť treba zohľadniť v cieľovej premennej a pritom treba sledovať celý rad kritérií. Deterministické modely vychádzajú z toho, že model, parametre a aj rôzne exogénne dáta sú dané, ako napríklad matice rozhodovania. Stochastické modely bezprostredne odzrkadľujú nestálosť ekonomických procesov a používajú adekvátny matematický aparát, ako napríklad teória hier.
2. **Flexibilizácia plánovaných rozhodnutí** sa ako nástroj riadenia rizika a neistoty vzťahuje na časový aspekt rozhodnutia. Podstata je v tom, že nie je vopred isté, že daný plán bude bez zmeny platiť až do konca plánovacieho obdobia. V závislosti od skutočného vývoja je možné vybrať z viacerých paralelne vypracovaných variantov alebo plán revidovať. To znamená, že rozhodnutia môžu byť prispôbené novým informáciám, a preto sú flexibilnejšie.

NÁSTROJE RIADENIA RIZIKA SPOJENÉ S VÝSLEDKAMI

Nástroje spojené s výsledkami sa priamo dotýkajú oblasti rizika a používajú sa až vtedy, keď sa

¹²⁰ Conn, s.262

dospelo k určitému výsledku. Napríklad rozhodnutie bolo urobené za neistoty a výsledkom rozhodnutia bol výber rizikovej alternatívy. Tieto nástroje sú spojené s dodatočnými kompenzačnými opatreniami, ktorými sa zmiernia negatívne účinky rizika a sú účinné pre danú informačnú situáciu a po rozhodnutí pre určitú alternatívu. Ich úlohou je po vyskytnutí sa prípadného rizika (t.j. za určitej situácie) kompenzovať jeho účinok. Vzťahujú sa na nežiadúce odchýlky, ktoré môžu nastať tak u čistých ako aj u špekulatívnych rizík. V odbornej literatúre patria tieto nástroje k najviac diskutovaným.

K týmto nástrojom je možné napríklad zaradiť:

1. **Rezervy**, ktoré patria k najpoužívanejším nástrojom riadenia neistoty a rizika sú všeobecným pojmom a z hľadiska ich využívania ako nástroja riadenia rizika majú v reálnom živote veľa rôznych podôb. Ich hlavnou funkciou je vytvorenie zálohy. V prípade rizika, že k dispozícii je menšie množstvo daného statku ako je požadované, kompenzáciou z existujúcich rezerv je možné zabrániť negatívne pôsobeniu. Tento nástroj sa vyznačuje tým, že je účinný až v prípade rizikovej situácie a slúži ku kompenzácii jej následkov. Vedľajšou funkciou tvorby rezervy je funkcia signalizačná (informačná). Ak sa v nejakej oblasti vytvárajú rezervy, môže to byť indícia, že treba počítať s nedostatkom alebo s neistotou a rizikom. Treba zdôrazniť, že nie všetky rezervy sú automaticky nástrojom riadenia neistoty a rizika. Napríklad neplánované rezervy sú spravidla výsledkom pôsobenia neistoty a rizika alebo výsledkom nedostatočnej koordinácie. Rezervy môžu mať tak materiálnu ako i finančnú podobu.
2. **Poistenie** ako nástroj riadenia rizika je spojený so stálymi nákladmi vo forme platenia poistného. Keď nastane prípad rizikovej udalosti, škoda je ex post kompenzovaná poisťovňou. Poistenie je nástrojom riadenia rizika, ktorý je spojený s výsledkami riadenia neistoty a rizika. Neistota, či daná poistná udalosť nastane alebo nie sa nezmenila, ale riziko relatívne veľkej straty v prípade nepriaznivého vývoja udalostí sa znížilo práve uzatvorením poistnej zmluvy.
3. **Technologická flexibilizácia** je prostriedkom, ktorý sa vzťahuje na výrobnú technológiu s cieľom zmiernenia následkov pôsobenia rizika. Flexibilizácia môže byť tak pri inputoch ako aj pri outputoch výrobného procesu. V prvom prípade umožňuje substitúciu výrobných faktorov (inputov), v druhom prechod od jedného outputu na iný. Uvedenému zodpovedajú aj rôzne druhy rizík. V oboch prípadoch ide o nástroj spojený s výsledkami, lebo k reakcii dochádza ex post, t.j. až po realizácii určitého stavu.

NÁSTROJE RIADENIA RIZIKA ZAMERANÉ NA ZMENU RÁMCOVÝCH PODMIENOK

V poradí posledná skupina nástrojov nenadväzuje ani na jednu z troch predošlých skupín, pretože u predošlých troch skupín nástrojov sa rámcové podmienky nemenili a ostávali rovnaké. Rozhodovateľ považoval vonkajšie prostredie za dané a nemenné. V praxi veľmi rozšírená, aj keď v teórii o riziku a neistote často zanedbaná možnosť spočíva v tom, pokúsiť sa zmeniť rámcové podmienky tak, aby sa neistota a riziko znížili. Herring píše v tejto súvislosti o “zlepšení kontroly rozhodovateľa nad priebehom procesu”.¹²¹ Znamená to zmenu prostredia, ktorá bola doteraz považovaná za exogénne danú. Možnosti použitia týchto nástrojov sú úzko spojené s právomocami rozhodovateľa - čím sú tieto právomoci rozsiahlejšie, tým sú aj jeho aktívne možnosti vplyvu na zmenu prostredia ďalekosiahlejšie.

K nástrojom spojeným so zmenou rámcových podmienok napríklad patrí:

1. **Plánovanie podľa priorít** znamená, že outputy, ktorým podnik pripisuje väčšiu prioritu, sa budú plánovať detailnejšie. Pri tomto nástroji rozhodovateľ neovplyvňuje konkrétne rámcové podmienky, ale len pravdepodobnosť, s akou a u ktorých výrobkov môžu nastať disproporcie zapríčinené neistotou a rizikom.
2. **Vertikálna integrácia** znamená zlúčenie logicky nadväzujúcich celkov v podniku. Úsporou nákladov sa tak redukuje možnosť vzniku rizikovej situácie.

¹²¹ Herring, s. 3

3. **Kontrakty**, t.j. zmluvné dohody medzi dodávateľom a odberateľom ohľadom budúcich dodávok je možné tiež využiť ako nástroj riadenia neistoty a rizika, pretože v sebe majú zabudovaný mechanizmus alokácie rizika.

ZÁVER

Úspešné riadenie rizika je možné realizovať len použitím viacerých vhodne vybraných nástrojov. V príspevku analyzované štyri skupiny nástrojov riadenia rizika sú významné pre aplikáciu tak aktívnej redukcie neistoty a rizika zmenou subjektívnej informovanosti rozhodovateľa, prípadne objektívne daných rámcových podmienok, ako aj pasívnej adaptácie na situáciu neistoty u nástrojov spojených s rozhodovacím procesom a výsledkami.

LITERATÚRA

1. Blümle, G.: Ungewissheit und Verteilung in marktwirtschaftlichen Ordnungen, v: Streissler, E., Watrin, C., Vydav.: Zur Theorie marktwirtschaftlicher Ordnungen, Tübingen, 1980
2. Conn, D.: A Comparison of Alternative Incentive Structures for Centrally Planned Economic Systems, v: Journal of Comparative Economics, Vol. 3, 1979, s. 261-276
3. Hayek F.A. von: The Present State of the Debate, v: Hayek, F.A. von, Vydav.: Collectivist Economic Planning: Critical Studies on the Possibilities of Socialism, London 1935, s. 201-243
4. Herring, R.J.: Introduction and overview, v: Herring, R.J., Vydav.: Managing International Risk, Cambridge et al. 1986, s. 1-22
5. Mag, W.: Risiko und Ungewissheit, v: Handbuch der Wirtschaftswissenschaften, Bd. 6, Stuttgart, New York, 1981, s. 478-495
6. Rescher, N.: RISK – A Philosophical Introduction to the Theory of Risk Evaluation and Management, Washington 1983
7. Tietzel, M.: Wirtschaftstheorie und Unwissen, Tübingen, 1985

Computer typesetting

Ing. Jan Přichystal - Faculty of business and economics MUAf in Brno

ABSTRACT

This article deals with methods of various types of document typesetting. It describes algorithms used in nonproportional and proportional text. That means how to do line and page break in text and graphic mode.

KEY WORDS: typesetting, TeX, line-breaking, page-breaking, breakpoint

PREFACE

The task of computer typesetting system is to convert user input to document content position description in two dimension page area. According to this description it is than possible to print or view the document.

Computer typesetting systems differ from user point of view in the way of data input. We can divide them to two sets: interactive and batch processing. Interactive are also known as WYSIWYG – “what you see is what you get”. When we write the document it is being formatted and displayed on time. Each change in document is made at once.

For batch processing is typical reading the input from file, or sometimes reading data flow from another application. Here we first create text of document including commands how to format the document. For example, working with typographic system TeX, we write first just the text of the document in common text editor and then we add special marks and formatting commands like `\par` or `\vskip`. Typesetting system then reads our input and expands commands. Then it formats the document. In time of processing the document no changes are made in resulting form.

Both of these systems has advantages and disadvantages. Interactive system gives user instant view to document look. But the typographic quality is lower because of realtime reaction of system. Batch systems usually creates better looking documents. Processing algorithms could be more complicated and therefore could offer better quality.

PROCESSING TO TWO DIMENSION RESULT

The goal is to get description of document elements positions on pages. Typical medium is paper, but electronic publishing is also used.

The system works according to user commands and according to algorithms and parameters which defines optimal look of resulting document. The main task of typographic system is to find optimal resolution in optimal time and using optimal computer performance. In next paragraphs we discuss algorithms used to find optimal resolution.

Very important building block of typesetting system is line-breaking algorithm. Its main task is to divide paragraph to lines with needed length. This algorithm goes through text word by word and looks for places where to break line. This place we call breakpoint. Feasible candidate to break is mid-word space or hyphenation space. The length of resulting paragraph is not mostly exactly equal to paragraph length. Surplus or missing space could be distributed between line elements, for example to mid-word spaces.

Line-breaking algorithm shouldn't be markable. The gray color of text on page should be uniform and line-break shouldn't bother reader of text.

Important function of modern typesetting systems is word hyphenation algorithm. It helps to find other places of line-break and decrease white space in non-optimal lines of paragraph. It uses hyphenation patterns according to used language.

Page-breaking has got similar task to line-breaking but in vertical sense. It looks for breakpoints between lines and other document elements.

LINE-BREAKING ALGORITHMS FOR GRAPHICAL OUTPUT

Input of line-breaking algorithm is typographical material which consists of boxes, glues and penalties. It is called horizontal list. Algorithm should know demanded line lengths. Output are then marks of best places of breaking.

First-fit algorithm

It takes input from horizontal list and tests if it is possible place to break line. If it finds such place, counts total length of potential line and values of possible stretchability and shrinkability. For each breakpoint we know three values: width of all elements in line (w), stretchability (w^+) and shrinkability (w^-). We also know demanded length of actual line (L).

This algorithm goes through the elements in input horizontal list and focuses on possible breakpoints. For each of them counts how long will be the line if it will end in this position. It also counts ratio of stretchability and shrinkability of so break line. If it finds such place, where the line is shorter than demanded length and also it is not shorter too much, sends it to output.

This algorithm is very direct. In every step decides whether considered element meets conditions of line-break and typesets it or adds it to actual line. It is really first-fit. Takes first found solution.

Best-fit algorithm

This algorithm avoids problems of first-fit algorithm such as lines with very stretched spaces. Best-fit counts for each line value characterizing the difference between tested length and ideal length. It works with cost function. This function defines badness of line, we could say ugliness, in units we should pay for concrete line-break. This algorithm tries to find breakpoint with minimum badness.

Optimum-fit algorithm

Every described algorithm until now is looking for just one breakpoint. Disadvantage of this approach is localness of this solutions. Solution with zero badness on one line could wreck on the next line. But if a bit worse solution is selected the next line could be much better. And because the aim is the uniform document, it is better to find solution with bit stretched lines than solution with ideal lines and terribly stretched lines. So we need algorithm which finds best solution for whole paragraph. Wise criterium is for example minimal sum of badness of all lines of paragraph. This requirement fulfils optimum-fit algorithm. It is similar to line-breaking algorithm in typographic system TeX.

This algorithm creates graph of feasible solutions for each line and then finds shortest way, this means way with smallest badness value.

This algorithm is also used for page-breaking. But we work with vertical list and we want the same distance between baselines.

CONCLUSION

This article deals with methods of various types of document typesetting. It describes algorithms used in nonproportional and proportional text, that means how to do line and page break in text and graphic mode. It discussed advantages and disadvantages of described algorithms.

REFERENCE

1. Abrahams, P. W., Berry, K., Hargreaves, K. A. TEX for impatient. Addison-Wesley Publishing Company, 1990. ISBN 0-201-51375-7.
2. Knuth, D. Computer and Typesetting Series, Vol. A: The TeXBook, Addison Wesley 1984, ISBN 0201134489

3. Knuth, D. Computer and Typesetting Series, Vol. B:TeX The Program, Addison Wesley 1986, ISBN 0201134373
4. Knuth, D. Computer and Typesetting Series, Vol. C: The METAFONT Book, Addison Wesley 1986, ISBN 0201134446

CONTACT

E-mail: jprich@pef.mendelu.cz

Nová ekonomika v inovatívnom prostredí

Ing. Nikoleta Puchá - Ekonomická fakulta TU Košice

ABSTRACT

New economy in innovation environment

The aims of presented article „New economy in innovation environment“ are to describe new economy and to compare new economy with „old“ economy. We use new economy index for measurement of level new economy in selected group of countries. Evaluated field was knowledge globalization, dynamism, digital economy and innovation technology.

KEYWORDS: theoretical theory of new economy, index of new economy

ÚVOD

Nová ekonomika predstavuje nové obdobie ľudskej spoločnosti, presnejšie označuje zmeny ktoré nastali v hospodárstvách krajín pod vplyvom nových vynálezov v oblasti informačných technológií. Nová ekonomika je dôrazom toho, že hospodárstvo sa dostalo na kvalitatívne vyššiu úroveň. Nová ekonomika vďaka informačným technológiám prehĺbila špecializáciu práce, obohatila hospodárstvo o nové tovary a služby a ekonomiku o nové odvetvie hospodárstva. Informačné technológie, Internet a digitalizácia spoločnosti nie sú výlučne záležitosťou techniky. Všetky krajiny sa snažia vyriešiť problémy s ekonomickým rastom, zamestnanosťou, produktivitou a životným prostredím. Vyspelé krajiny vidia možnosť riešenia týchto problémov aj v rozvoji moderných počítačových a komunikačných technológií. Vo svojom príspevku som sa sústredila na definovanie pojmu novej ekonómie a rozobrala som index novej ekonómie na základe ktorého môžeme merať prínos novej ekonómie v jednotlivých krajinách po zohľadnení ukazovateľov ktoré ju charakterizujú.

1. NOVÁ EKONOMIKA V INOVATÍVOM PROSTREDÍ

1.1 Charakteristika pojmu nová ekonomika

Pojem nová ekonomika sa objavil po prvý krát približne v roku 1993 v USA. Jeho používanie bolo vynútené potrebou popísať nové správanie sa ekonomiky ovplyvnenej novými vynálezmi v oblasti informačných a komunikačných technológií. Od druhej svetovej vojny sa vývoj informačných technológií posunul značne dopredu a v posledných desaťročiach dvadsiateho storočia tieto technológie prekročili hranice jedného sektora a stali sa súčasťou všetkých sektorov ekonomiky. (Baláž, Verček, 2002)

Pojem nová ekonomika predstavuje zastrešenie takých pojmov, ako informačná, vedomostná, inovačná, internetová, sieťová a elektronická ekonomika či riziková, alebo postindustriálna spoločnosť. Nová ekonomika je súhrny názov pre všetky tieto pojmy. Vo veľkej časti sa spomenuté výrazy prekrývajú. Nová ekonomika predstavuje ich pojmové zjednotenie.

Hospodársky rast a štrukturálne zmeny v ekonomike v súčasnosti nezávisia primárne od surovín, strojov a metód ich využívania, ale od schopnosti ľudí pracovať s informáciami. Získanie konkurenčnej výhody dnes viac než kedykoľvek predtým závisí od investícií do elektronických systémov následkom rastúcich požiadaviek obyvateľstva, turbulencie trhov, globálnej konkurencie.

Digitálnu ekonomiku tvorí podnikateľské prostredie s globálnym elektronickým prostredím, elektronickým obchodom, ktorý vyžaduje technologickú infraštruktúru s dôrazom na aplikáciu počítačových a telekomunikačných technológií, vyspelú počítačovú a digitálnu gramotnosť, ale aj vhodné legislatívne prostredie. (Vokorokosová, 2004)

1.2 Prehlbovanie globalizácie ako sprievodný znak novej ekonomiky

Globalizácia znamená chápanie svetového hospodárstva v tom najširšom a najvšeobecnejšom ponímaní. (Samson, Farkašová, Nosáľová, 2000)

Znamená prehľbujúcu sa závislosť krajín, ktoré vytvárajú svetové hospodárstvo a je jednou z významných črt charakterizujúcich súčasný vývoj vo svete. Je sprievodným znakom novej ekonomiky.

Tabuľka č.1

Kľúčové determinanty globalizácie	
50.a 60.roky	obchod s tovarmi a službami
70.a 80.roky	medzinárodné finančné trhy
90. roky a súčasnosť	priame zahraničné investície, transféry technológií a informácií

Zdroj: Samson, Farkašová, Nosáľová, 2000

2. ROZDIELY MEDZI STAROU A NOVOU EKONOMIKOU

Tabuľka č.2

	Stará ekonomika	Nová ekonomika
Celoekonomické charakteristiky		
Trhy	statické, nemenné	dynamické, meniace sa
Rozsah konkurencie	národný	globálny, celosvetový
Organizačná forma	hierarchická, byrokratická	sieťová
Odvetvia		
Organizácia výroby	masová produkcia	špecializácia a flexibilita
Determinanty rastu	kapitál, práca	inovácie, vedomosti
Determinanty technológií	mechanizácia	digitalizácia
Zdroje konkurenčnej výhody	znižovanie nákladov	inovácia, kvalita, náklady
Dôležitosť výskumu	nízka, stredná	vysoká
Vzťahy s ostatnými firmami	samosťatnosť	aliancie
Pracovná sila		
Ciele zamestnaneckej politiky	plná zamestnanosť	vyššie reálne mzdy a príjmy
Zručnosť	špecifická k danej pozícii	celoživotné vzdelávanie
Charakter zamestnania	stabilný	vyznačujúci sa rizikom a príležitosťou
Vláda		
Regulácia	sklon riadiť a kontrolovať	flexibilita
Úloha	vytvoriť zákonný rámec pre trhovú ekonomiku	vytvoriť nový rámec pre novú ekonomiku v oblasti bezpečnosti informačných technológií a ochrany duševného vlastníctva
Investície	administrácia, infraštruktúra, školstvo, zdravotníctvo	dôraz na investície do vedy a vzdelania
Spotrebitelia		
Komunikácia	predávajúcim	s výrobcom

Zdroj: Atkinson, Randolph, Curtis 1999

3. INDEX NOVEJ EKONOMIKY

V novembri 1998 sa The Progressive Policy Institute (PPI) stal garantom projektu, ktorý definoval „novú ekonomiku“ v podmienkach USA. V júli 1999 tento projekt vyústil do súboru kvalitatívnych a kvantitatívnych ukazovateľov, ktoré spolu definujú index novej ekonomiky. Globálny index E-ekonomiky reprezentuje dôležité porovnanie ekonomickej dynamiky a sily, ako aj technologickej spôsobilosti a potenciálu. Porovnávalo sa 47 krajín a vychádzalo sa zo štatistických údajov.

Tabuľka č.3

	Váha
Profesie v spojitosti s informačnými technológiami	0,75
Dostupnosť informačných technológií v manažérskych oblastiach	0,75
Vzdelané pracovné sily	0,75
Vzdelávanie pri práci	1
Váha v oblasti vedomosti	2,5
Výroba na export	1
Priame zahraničné investície	1
Váha v oblasti globalizácie	2
Ekonomická dynamika vo firmách	3
Váhovo zohľadnená dynamika	3
On-line populácia	0,75
Internet	0,75
Informačné technológie v školách	0,5
Digitálna vláda	0,5
Hospodárstvo on-line	0,5
Výroba on-line	0,5
Investície do telekomunikácií	1
Váhovo zohľadnené digitalizácia	4,5
High-tech práce	0,75
Veda a výskum	0,75
Patenty	0,75
Investície do priemyslu	0,75
Rizikový kapitál	1
Váhovo zohľadnená inovačná kapacita	4

Zdroj: www.e-economy.org

Tabuľka je rozmiestnená do 5 faktorov – vedomosti, globalizácia, dynamika, digitalizácia a inovácia. Faktor vedomostí obsahuje 4 kritéria, faktor globalizácie obsahuje dve kritéria, faktor dynamizácia obsahuje 1 kritérium, faktor digitalizácie obsahuje 7 kritérií a faktor inovácií obsahuje 5 kritérií. Každé kritérium ktoré je zahrnuté v indexe má priradenú váhu, ktorá udáva význam daného kritéria pri zostavovaní indexu. Najlepšie výsledky dosiahli USA.

4. ŠPECIFIKÁCIA INDEXU NOVEJ EKONÓMIE

4.1.Vedomostné Profesie (Knowledge Jobs)

Vznik informačných služieb dal možnosť vzniku novým povolaniam. Trendy v Severnej Amerike, Západnej Európe a juhovýchodnej Ázii poukazujú na to, že je potrebných čoraz viac kvalifikovaných inžinierov v oblasti informačných technológií. Vo všeobecnosti môžeme povedať, že so vznikom nových priemyselných odvetví vznikajú aj nové povolania a samozrejme nová štruktúra povolání. Sú charakterizované:

- dostupnosťou kvalifikovaných technikov a inžinierov v rozhodujúcich oblastiach
- dostupnosťou kvalifikovaných pracovníkov v oblasti informačných technológií
- vzdelanými pracovnými silami
- sieťou verejných a súkromných inštitúcií pre vyššie vzdelávanie osôb vo veku 17 až 34 rokov

4.2.Globalizácia

Globalizácia znamená prehľbujúcu sa závislosť krajín, ktoré vytvárajú svetové hospodárstvo a je jednou z významných črt charakterizujúcich súčasný vývoj vo svete. Je charakterizovaná:

- exportom tovarov,
- exportom komerčných služieb,
- priamymi investičnými tokmi do zahraničia,
- priamymi investíciami v cenných papieroch v zahraničí,
- stupňom protekcionizmu.

4.3. Dynamika

Stará ekonomika bola stelesňovaná veľkými spoločnosťami postavenými pred obmedzenú konkurenciu v stabilných, nákladovo orientovaných trhoch. Nová ekonomika je celá o ekonomickej dynamike a súťaži.

Schopnosť spoločností inovovať a prísť na trh rýchlejšie sa stáva veľmi dôležitým určujúcim činiteľom konkurenčnej výhody. Dynamika je charakterizovaná:

- celkovou produktivitou – HDP na zamestnanú osobu,
- motiváciou pracovníkov – identifikácia zamestnancov s cieľmi spoločnosti,
- manažmentom procesov – dôraz na manažment procesov (napr. kvalita, čas),
- podnikaním – zmysel manažmentu spoločností pre podnikanie, inovačnú iniciatívu,
- finančným zdravím spoločnosti,
- rizikovým kapitál – dostupnosť rizikového kapitálu pre rozvoj podnikania.

4.4 Transformácia na digitálnu ekonomiku

V starej ekonomike prakticky všetky ekonomické transakcie vyžadovali presun fyzických tovarov a papierových záznamov, a často vzájomnú interakciu „z očí do očí“. V novo vznikajúcej digitálnej ekonomike bude podstatná časť obchodných ako aj vládnych transakcií riadená a vedená cez digitálne elektronické prostriedky. Je charakterizovaná:

- počtom pripojení na internet,
- stupňom rozvoja elektronického obchodu a legislatívnej podpory,
- investíciami do telekomunikácií,
- počítačmi v používaní (podiel na celosvetovo používaných),
- výkonmi počítačov.

4.5 Technologická inovačná kapacita

V starej ekonomike ekonomický rast mal pôvod v náraste v oblasti dodávok kapitálu, pracovných síl alebo prírodných zdrojov. Rast v novej ekonomike pramení vo zvyšovaní miery znalostí a inovácií a v ich všeobecnom osvojení. Je charakterizovaná:

- priemerným ročným počtom patentov priznaných rezidentom danej krajiny,
- celkovými výdavkami na výskum a vývoj,
- celoštátnym počtom personálu a zamestnancov v oblasti výskumu a vývoja.

ZÁVER

Cieľom tohto príspevku bolo popísať novú ekonomiu ku ktorej došlo pod vplyvom informačných technológií. Treba povedať, že zmeny v štruktúre ekonomiky a povolaniach, zmeny v organizácii výroby a v obchodných modeloch a mnoho ďalších zmien, ešte nepociťujú všetky krajiny na Svete. Najviditeľnejšie sú v USA, v miernejšej podobe sa prejavujú v západoeurópskych krajinách. Vo svojom príspevku som sa snažila vysvetliť teóriu novej ekonomie a index ktorým dokážeme zmerať a zhodnotiť použitie informačných technológií v národnom hospodárstve.

Príspevok vznikol v rámci riešenia grantovej úlohy VEGA č.1/1266/04.

LITERATÚRA

1. Vokorokosová Renáta: Komparatívne a konkurenčné výhody v období globalizácie. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm 2004
2. Baláž, P. – Verček, P. 2002: Globalizácia a nová ekonomika, vydavateľstvo Sprint Bratislava, september 2002, ISBN 80-89085-06-7
3. Kevin K., 1998: New rules for the new economy, ten radical strategies for connected world. Vydavateľstvo Penguin group, New York USA, 1998. ISBN 067088111-2
4. The new economy index. The state New Economy Index. Dostupné na: www.neweconomyindex.org
5. Samson, Farkašová, Nosáľová, 2000: Svetová ekonomika, 1. vydanie Ekonomická fakulta TU v Košiciach 2000, ISBN 82-7099-508-4
6. Sojka, M. – Konečný, B. 1996: Encyklopédia moderní ekonomie. Nakladateľstvo Libri Praha 1996. ISBN 80-85983-05-2
7. Virtuálny informačný park, 2002: Dostupné na www.park.cz

Outsourcing v informačných systémoch

Ing. Anton Repovský - Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre

ABSTRAKT

Daný príspevok pojednáva o outsourcingu, metóde riadenia podniku. Článok sa zameriava na outsourcing v informačných systémoch špecifikujúc výhody a možnosti využitia danej metódy presunu kontroly časti podnikových procesov na dodávateľa.

KLÚČOVÉ SLOVÁ: outsourcing informačného systému, informačný systém, informačné technológie

ABSTRACT

This article deals about the outsourcing as a trend, which is used in the management of the firms. It focuses on the outsourcing of information systems and deals with the advantages and possibilities of utilization of the method of transferring the control of a business process to a supplier.

KEY WORDS: outsourcing information systems, information system, information technologies

ÚVOD

Čoraz viac manažérov si uvedomuje, že správu informačných technológií (IT) je výhodné prenechať špecializovaným spoločnostiam. Svetoznáme spoločnosti zaoberajúce sa poskytovaním služieb v oblasti informačných technológií prosperujú najmä vďaka miliardovým obchodom s veľkými inštitúciami, v ktorých kompletne prevzmu vývoj a správu informačných systémov. Predpokladá sa, že v blízkej budúcnosti sa tak outsourcing stane významným prvkom v celom IT priemysle, ktorý v opačnom prípade, bude zaznamenávať len veľmi mierny rast.

CIEĽ A METODIKA

Metódy, techniky a prostriedky používané pri vývoji a riadení IS prešli v posledných dvadsiatich rokoch značným vývojom a predpokladá sa, že tento vývoj bude aj naďalej pokračovať. Cieľom implementácie manažérskej metódy outsourcing je presun zodpovednosti za vyčlenenú časť činností prebiehajúcich v podniku špecializovanej externej organizácii za účelom zvýšenia efektívnosti práce a konkurencieschopnosti. V oblasti informačných systémov (IS) je paralelne, popri redukcii súčasných a budúcich nákladov vznikajúcich pri zavádzaní a prevádzkovaní IS, významná bezpečnosť práce s informáciami. Pri spracovaní príspevku som využil poznatky získané z dostupnej literatúry, ako aj vlastné praktické skúsenosti pri práci s informačným systémom.

VÝSLEDKY

Úspešne využitý outsourcing môže poskytnúť podniku nasledujúce výhody:

Kontrola investičných nákladov: Redukcia výdavkov je v prevažnej väčšine najdôležitejším dôvodom pre outsourcing. Outsourcing prevedie fixné náklady na variabilné, uvoľní kapitál na investíciu do inej časti firmy. Tým sa firma dokáže vyhnúť veľkým výdavkom na začiatku podnikania. Vďaka outsourcingu sa môže stať atraktívnejšia pre investorov, keďže je schopná presunúť viac kapitálu priamo do aktivít generujúcich zisk.

Zvýšenie efektívnosti: Spoločnosti, ktoré vykonávajú všetky činnosti svojpomocne, majú oveľa vyššie výdavky na výskum, vývoj, marketing a distribúciu. Štruktúra nákladov a úspory z rozsahu činnosti externého poskytovateľa IS môže dodávať firme dôležitú výhodu oproti konkurencii.

Zníženie pracovných nákladov: Zamestnanie a školenie personálu na krátkodobé alebo okrajové projekty je spravidla nákladné. Zamestnanci nie vždy zodpovedajú požiadavkám systému. Outsourcing umožňuje pohotovo sústrediť ľudské zdroje v oblastiach ich prechodného deficitu.

Rýchla realizácia nových projektov: Vhodná outsourcingová firma má prostriedky na to, aby realizovala projekt okamžite. Realizácia projektu vlastným personálom môže trvať neprimerane dlhú dobu. Vyžaduje si nájdenie kompetentných zamestnancov a ich zaškolenie. Samotný projekt vyžaduje veľké kapitálové investície. Počiatočná fáza procesu je spravidla najnáročnejšia.

Sledovanie priorít: Každá spoločnosť má limitované zdroje a každý riadiaci pracovník má limitovaný čas a pozornosť. Outsourcing pomáha presunúť prioritu z okrajových aktivít na oblasti, ktoré slúžia cieľom podniku sledujúc podnikový plán a nepriamo pomáhajú v riadení vedúcim pracovníkom.

Konkurenčná vyváženosť: Väčšina malých firiem si nemôže dovoliť vnútro podnikovú podporu služieb v rovnakej miere, ako veľké podniky. Outsourcing môže pomôcť malým firmám kompenzovať túto nevýhodu tým, že im umožní prístup k podobným úsporám z rozsahu činnosti, efektívnosti a výskumu.

DISKUSIA

Mnoho manažérov zdôrazňuje vysoké požadované investície v oblasti informačných technológií, ktorých prínos pre hospodársky výsledok je často nejasný. Zároveň pri súčasnom progresívnom rozvoji IT nemôže mať firma dokonalý prehľad o možnostiach, ktoré nové technológie ponúkajú. Preto sa stále častejšie využívajú ponuky externých poskytovateľov IT služieb, ponúkajúcich poradenstvo a kompletne zabezpečenie prevádzky IS. Externá firma môže vedúcim pracovníkom pomôcť vidieť IT nie ako technickú záležitosť, ale ako súčasť podniku rovnocennú financiám, ľudským zdrojom alebo marketingu, ktorá môže byť reálnym prínosom.

Zázemie, skúsenosti a systematicky budované know-how v odbore IT umožňuje poskytnúť kvalitné a spoľahlivé riešenie, čo je pre firmu podnikajúcu v akomkoľvek inom odvetví veľmi nákladné. Odborná IT firma takisto dokáže vidieť podnik nezávislo a navrhnúť optimálne riešenie vhodnou kombináciou rôznych dostupných technológií. Outsourcing tak firme pomáha sústrediť sa v maximálnej miere na hlavnú činnosť podnikania. Analýzy naznačujú, že ide o skutočne aktuálny trend. Predpokladá sa, že 80 percent firiem v najbližšom období nechá externe zabezpečovať aspoň jednu funkciu podnikových informačných technológií.

V oblasti IT je možné externú firmu využiť na celú škálu úloh – od strategického poradenstva po kompletne zabezpečenie prevádzky výpočtovej techniky. Podľa toho, čo je predmetom outsourcingu je možné rozlišovať outsourcing rozvoja IT, t. j. implementáciu jednotlivých štandardných aplikácií a technológií, prípadne vývoj špecializovaných aplikácií priamo podľa potrieb podniku, ďalej outsourcing prevádzky IT – prevádzka jednotlivých aplikácií, prípadne celého systému na technike a softvère dodávateľa, prípadne zákazníka, avšak s tým, že sa dodávateľ stará i o údržbu a inováciu tejto požičanej techniky. Totálny outsourcing potom znamená, že dodávateľ zabezpečuje prevádzku a rozvoj IT zákazníkovi kompletne. Najnovšie prieskumy pritom ukazujú posun v dopyte po outsourcingu v Európe od údržby aplikácií smerom k pokročilejším službám, ako je externá prevádzka dátových centier.

Pri výbere externej IT firmy je potrebné hneď na začiatku presne definovať potreby a očakávania, ktorým by mal zodpovedať zvolený model outsourcingu. Outsourcing je vhodný predovšetkým pre jasne definované služby a komodity. Pri voľbe dodávateľa IT služieb, je dôležité zohľadniť skúsenosti partnera v danom odbore. Výhody outsourcingu je nutné vopred vyhodnotiť na základe dôkladnej analýzy nákladov na vlastnú prevádzku IT.

ZÁVER

Pojem outsourcing zaznieva už pomerne často nielen v odborných médiách, ale aj vyjadreniach manažérov. Firmy už niekoľko rokov pomocou outsourcingu čelia stále väčšiemu konkurenčnému

tlaku a súvisiacim nárokom na zvyšovanie efektivity a znižovanie nákladov. Zatiaľčo v predchádzajúcich rokoch išlo predovšetkým o podporné služby - údržba alebo doprava, stále častejším javom je outsourcing aj „kritickejších“ podnikových procesov, vrátane informatiky. Zároveň rastie počet firiem, ktoré takéto služby ponúkajú a takýto trend je v súčasnosti považovaný za hlavný motor rastu IT odvetví.

LITERATÚRA

1. KOORY, J. – MEDLEY, D.: Management information systems: Planning and Decision Making, Dallas, South-Western Publishing Co., 1986, s. 1 – 30, ISBN 0-538-10170-9
2. KUČERA, M., a kol.: Informačné systémy v poľnohospodárstve. Nitra ES SPU, 2002, s. 89-93, ISBN 80-8069-084-7
3. KOKLES, M. – ROMANOVÁ, A.: Informačný vek. Bratislava Sprint, 2000, ISBN 80-88848-66-0
4. <http://www.pcnews.sk>
5. <http://www.outsourcing-faq.com>

European markets for outdoor furniture

Tuomas Salila, Tuukka Liukko, Timo Kärki - UT in Lappeenranta

ABSTRACT

This paper deals with the European markets on outdoor furniture segment. The analysis is based directly to the data from biggest market areas. Three major markets for outdoors furniture in Europe are in Germany, France and United Kingdom. The report gives a short description of the following topics: market overview, supply chains, potential demand and future expectations.

KEY WORDS: outdoor, furniture, markets, wooden products

INTRODUCTION

The EU region markets in outdoor products for garden and environment building were circa 45 mrd € in the year 2001. The share of garden products in these markets was 25 mrd €, from which 5 mrd € was wooden products. Markets have grown of for past years and recession in this growth is not expected in the future. The growth in European markets is forecasted to be about 5-10 percent per year in the future. Although the biggest market, Germany, is presently in stable state. Compared to other countries markets are growing.

Outdoor products for gardens are mainly sold in Do-It-Yourself (DIY) stores and in garden centers. The branch of wooden outdoor products is going through a transition process. The stores are strongly concentrating. As the companies are getting larger their power to negotiate grows. This has direct effect to the manufactures. Manufacturers need to focus on their key areas of expertise and at the same time develop more intensive co-operation in their own network. The nature of business is also in transformation. Internet shopping and e-commerce is more and more common nowadays. This offers both risks and opportunities to the manufacturers of wooden outdoor products. The manufactures can increase their trade to the end customer, but increasing their market share requires a lot of resources and financial input to marketing.

The market for outdoor furniture business is strongly concentrated to summertime. The season starts around March and goes on until October. This factor also increases the requirements that the markets set to manufacturing companies. Big storages cause a vast amount of capital to stock during the wintertime and because companies in this business field are usually small, this can be problematic for them.

MARKETS FOR OUTDOOR FURNITURE

The markets are changing all the time. Not only the limitations of periodic season changes, but environment and standardization effects are essential factors. Last year restrictions for pressure treated wood and NGOs campaigns have changed the product assortment in garden furniture. New material like heat treated wood has increased its market share. Consumers are also more aware and interested in forest certification (PEFC, FSC) and wood chain of custody certification. Also national and EU eco-labels are affecting markets.

The level of welfare has increased product quality specifications and requirements that consumers set to outdoor furniture products. Consumers are moving from plastic furniture to wooden ones. Same thing has affected inside wooden products. Before almost all products were made from pine and spruce, but nowadays larch and different tropical wood species are increasing their market share. Composite products for example wood and plastic composites are still a small product group in the markets, but those products and their share of the markets are growing all the time.

Even the marketing research in this field is still quite fragmented and there is much to do in this field also. However, most of these studies show that markets are developing faster than supply chain is able to answer. The yearly growth is between 5-15 % in most product groups. In different market areas there are huge differences. Products are totally different depending on cultural and climatic conditions. In the Southern Europe the yard and garden are used more often and outdoor furniture is considered as a permanent part of residence and they are used around the year.

Background elements for market growth and products variety are a combination of cultural and community habits. At the same time as the biggest share of consumer is getting older the residential formations are also changing. Towns and suburb districts inside towns are profiled to be different from each other and cultural awareness of consumers is also growing. One huge effect for this market growth is the education of architects and designers. They can have influence to people's attitudes towards different materials and adjust the use of these materials in public and private gardens. In table 1 is shown the value of the biggest garden and yard markets in European countries. In total market share the biggest consumer is Germany. When comparing Germany's share of markets per person to other European countries, it is seen that Germany sets to the middle class. Switzerland uses most money on wooden products when comparing relative share per person. Switzerland consumes almost twice as much wooden garden product as the next biggest consumer Holland.

The Finland is consuming only 10 €/year for wooden outdoor furniture, but still almost 100 €/year for whole garden. This is a good example of Finnish way of life. In countryside the houses are usually quite big and there is no need or eagerness to buy just outdoor furniture so consumers are usually interested to invest available money to garden products. In Denmark, where the houses yards are usually smaller exists more intensive markets. The high figure for wooden products in Denmark can also to some extent be explained by their own high production capacities.

Table 1. Garden products market value in 2001 (Saarikivi & Riihonen, 2003)

Value	Market value	Share per person	Wooden Products	Share per person
Country	Million €	€/person	Million €	€/person
Germany	8750	106	1200	14
England	5500	93	1000	17
France	4800	81	800	13
Holland	1730	110	300	19
Switzerland	800	112	250	35
Austria	700	85	120	14
Sweden	700	78	120	13
Denmark	550	103	100	18
Finland	500	96	50	9

In German there is a strong cluster of small crafts companies which are making outdoor products. Most of the outdoor furniture sold in Germany is imported from Austria, Denmark, Poland, Latvia and eastern parts of Europe. West Germany markets included more than 75 % of the total markets value in Germany although the consumption per person was less than in eastern part of the country. In eastern part of the country infrastructure is not so well developed as in western part. The demand is hardest in biggest markets and also the competition from market share is extremely high. In England the situation is quite the same. There are a lot of firms which produce garden products, but not nearly as much as demand calls.

SUPPLY AND EXPORT

The markets are biggest in Germany as seen in table 1. The main supply chain is DIY-stores. There are over 3100 DIY-shops in Germany and from all garden products sales 90 % goes through these. These well organized DIY-chains are spread all over the Europe, but their share is not so big in other European countries. In England the share of DIY-stores is 27 % and garden centers are covering 30 %

of the markets. France is even more fragmented. The superstores and DIY-markets have both approximately 20 % share. In England stores are more and more focused on wooden products. The conservatories have been a success story there.

These chains are huge both in size and turnover. One chain can own 300-500 shops and the shopping area of one store can be over 1000m². For example the turnover of Tengelmann (biggest) in the year 2002 was 6 000 million €. Their aim is to open 10-20 shops per year. The most developed chain in 2001 was OBI, which opened 117 stores all over the world. Another important supply chain is the local shop chains, which are open to smaller producers. These building product chains and garden shops have a lot of different manufactures. In recent years also the “green shops” have increased their share of the markets. People are thinking more ecological and want more ecological products. The more exotic supply chains are less important. Internet, post marketing and direct sales has only less than one percent share of the markets.

The export is three dimensional. Tropical timber products are exported from South-America and cheap products are coming from Baltic countries and Poland. High quality garden products are usually coming from Denmark, Germany, Italy and Austria. France is most self-sufficient from the biggest three markets in Europe. There are more than 31 000 companies acting in wood products sector in France and about 200-300 of them produce garden products. Major part of the outdoor furniture in France is made domestically. Exported products to France come mainly from other middle European countries and from Baltic countries.

FUTURE MARKETS

In the future, markets are going through a lot of transitions. In short view East European countries are competing more and more with West European countries from the European markets. This competition lowers prices and increases the need for product specialization. Product range is going to be wider since quality is expensive and everyone is not willing to pay for it. Future outdoor furniture markets are also going to be part of “Wellness” markets. There are studies that show that people spend bigger share of their income to outdoor and free time activities. This development is also supposed to increase even more in the future. Some experts predict that turnover towards free time services is growing about 20 percent until 2010.

Future markets can be divided in four different segments. Senior citizen market share is predicted to grow from 20 % to 35 % of European markets. The real potential lies behind this segment. Pensioners have more capital than younger people and their focus is directed to free time activities and experiences. This segment's proportion is going to increase during the next 50 years but it is also the most difficult group to attract. Retirees are usually living in block of flats or smaller houses so they might not have place to put outdoor furniture to or they have already purchased those before. Second segment is youngsters. This group is not a target group for outdoor furniture. Third group is young adults. They are usually those people who are willing to try more modern and even exotic products and want to invest money on well-being. Last group is the middle aged people. In middle age the consumption amount is the biggest. Middle age class has capital to buy their own house and they usually do so. They also value the idea of good living and they are willing to invest time and money in order to achieve comfortable living conditions.

Supply chains and marketing is going to be, and partly already is, in a totally new situation. Internet and e-commerce applications are going to affect and change some of the existing consumption behaviour. The network models are developing to the direction where there are fewer members in the supply chain. The constant benchmarking is affecting in whole production chain. Also brands and labels are increasing their meaning. Finding and recognizing the strategic niche markets is getting more and more difficult.

LITERATURE

1. Boren, H., Kärki, T., Linblad, J. 1998. Pyöröpuutuotteiden markkinat Englannissa ja Saksassa. Joensuun yliopisto. Metsätieteellinen tiedekunta, Tiedonantoja 72. ISBN: 951-708-649-0
2. Bärsch, J. 2001. The feasibility of an EU Eco-label for furniture. Final Report. Published: http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/pdf/furniture/feas_study.pdf. Visited 03.03.2005.
3. Jaakko Pöyry Consulting. 2004. Key Findings and Conclusions. Market, Industry & Forest Resource Analysis as part of the Roadmap to 2010 Process.
4. Järvinen, E., Toivonen, R. & Enroth, R. 2002. Puutuotteiden markkinat saksassa. Toimittajayritysten ominaisuuksien merkitys - Kulutuksen näkymät. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen työpapereita 54. ISBN: 952-5299-51-1
5. Kärnä, J. 2003. Environmental Marketing Strategy and its Implementation in Forest Industries. Academic Dissertation. Hakapaino. Helsinki. ISBN: 952-10-0964-0
6. Saarikivi, M. & Riihonen, S. 2003. Suomen puuteollisuuden kilpailukyvyn parantaminen ja kansainvälistyminen piha- ja ympäristörakentamisessa. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-49. Helsingin kauppakorkeakoulu - HeSE print. Helsinki. ISBN:951-791-779-1
7. Timwood Ab. 1998. Global Drivers and Megatrends in the Wood Products Industry to Year 2010.

CONTACTS

Department of Mechanical Engineering, Lappeenranta University of Technology

P.O. Box 20, FIN-53851, Lappeenranta, Finland

Tel. +358 5 432 1911, +358 5 621 2470, +358 5 432 1011

E-mails: tuomas.salila@lut.fi, tuukka.liukko@lut.fi, timo.kärki@lut.fi, www.lut.fi

Union européenne: l'aide au développement des pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique)

Ing. Mamadou Saliou kaba - Faculty of national economy UE in Bratislava

ABSTRAKT

Európska rozvojová politika predstavuje jednu z hlavných kľúčových zahraničných akcií Európskej únie spoločne s obchodnou politikou a politickými vzťahmi. Prejavuje sa hlavne prostredníctvom zmluvy o ekonomickej spolupráci z Cotonou, podpísanej 23. júna 2000 medzi Európskou úniou a krajinami ACP, ktorá významným spôsobom zmenila systém Lomských konvencií s cieľom znížiť chudobu a podporiť integráciu krajín ACP vo svetovom hospodárstve.

Hlavným cieľom tohto príspevku je veľmi stručne prezentovať situáciu programov, vďaka ktorým Európska únia realizuje svoju politiku pomoci rozvoju.

ABSTRAIT

La politique européenne du développement constitue l'un des trois éléments clés de l'action extérieure de l'Union européenne, avec la politique commerciale et les relations politiques. Elle se traduit notamment par l'Accord de coopération économique de Cotonou, signé le 23 juin 2000 entre l'Union européenne et les pays ACP, qui modifie radicalement le système des Conventions de Lomé, avec pour objectif la réduction de la pauvreté et l'intégration des pays ACP dans l'économie mondiale. Le but principal de ce article est de présenter de manière très brève la situation des projets grâce auxquelles l'Union européenne réalise sa politique d'aide au développement.

1. BREF HISTORIQUE DES CONVENTIONS AVEC LES PAYS ACP

Les anciennes colonies de certains membres de la Communauté européenne ont été, en effet, à la source de la coopération entre la Communauté et les pays en voie de développement qui s'est manifestée dès 1957 avec le Traité de Rome. L'Accord de Cotonou succède aux Conventions de Lomé, nées en 1975, prenant la suite des Accords de Yaoundé (1963-1975) et qui ont longtemps été considérées comme un modèle du rapport Nord-Sud. L'Accord de Cotonou entre les pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique et l'Union européenne marque un tournant dans les relations entre le groupe des pays ACP et les 15 pays membres de l'Union européenne, qui représente la première puissance commerciale avec 20% du commerce mondial, et le premier fournisseur d'aide publique au développement (55% de l'aide publique internationale).

A côté de cette coopération privilégiée, l'esprit humanitaire et l'intérêt même des pays de l'Union ont amené celle-ci à élargir son champ d'intervention géographique, par des actions générales en faveur des pays du Sud et par une coopération plus ciblée dans certaines régions de la Méditerranée à travers le processus de Barcelone et le partenariat euro-méditerranéen.

2. LES DOMAINES DE LA COOPERATION

La politique d'aide européenne aux pays en développement se concentrait, jusqu'à la fin des années soixante, sur les pays liés à l'Europe par la colonisation.

Dès la naissance du Marché commun en 1957, les anciennes colonies de la France, de la Belgique, de l'Italie, et des Pays-Bas ont été au coeur de la politique d'aide au développement menée par la Communauté. En accédant à l'indépendance, ces territoires ont négocié sur des bases contractuelles leurs relations avec la Communauté européenne.

Ainsi, le Traité de Rome instituait un régime d'association des pays et territoires d'outre-mer pour conserver les relations particulières entre l'Europe naissante et ses anciennes colonies. Par la suite, la politique communautaire de coopération entre l'UE et les pays ACP, longtemps considérée comme un

modèle de partenariat entre le Nord et le Sud, mise en place par les Conventions de Yaoundé (1963 et 1969) et de Lomé (1975, 1979, 1984 et 1989 révisée en 1995), créait un cadre institutionnel permanent et paritaire accompagné par des mécanismes d'échanges spécifiques.

2.1 Politique de coopération au développement dans le Traité de Rome

Dès 1957, un régime d'association des pays et territoires d'outre-mer, reposant sur les principes de libre commerce et d'aide au développement, est prévu dans la troisième partie du Traité de Rome qui stipule comme suite:

TITRE XX (ex-titre XVII): Coopération au développement

Article 177 (ex-article 130 U)

1. La politique de la Communauté dans le domaine de la coopération au développement, qui est complémentaire de celles qui sont menées par les États membres, favorise:
 - le développement économique et social durable des pays en développement et plus particulièrement des plus défavorisés d'entre eux;
 - l'insertion harmonieuse et progressive des pays en développement dans l'économie mondiale;
 - la lutte contre la pauvreté dans les pays en développement.
2. La politique de la Communauté dans ce domaine contribue à l'objectif général de développement et de consolidation de la démocratie et de l'État de droit, ainsi qu'à l'objectif du respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales.
3. La Communauté et les États membres respectent les engagements et tiennent compte des objectifs qu'ils ont agréés dans le cadre des Nations unies et des autres organisations internationales compétentes.

Article 178 (ex-article 130 V)

La Communauté tient compte des objectifs visés à l'article 177 dans les politiques qu'elle met en œuvre et qui sont susceptibles d'affecter les pays en développement. Article 179 (ex-article 130 W)

3. DES CONVENTIONS DE YAOUNDE AUX CONVENTIONS DE LOME

"L'accession à l'indépendance des pays et territoires d'outre-mer a entraîné la négociation de leurs relations, notamment dans le domaine de la coopération économique, scientifique et culturelle avec la CEE, sur des bases contractuelles. Cette coopération s'est enrichie depuis 1957, tant au niveau de son champ d'application que de son étendue géographique. C'est dans ce cadre que fut signée le 2 juillet 1963 la première Convention de Yaoundé, qui prévoit une aide financière et commerciale aux dix-huit anciennes colonies africaines. La deuxième Convention de Yaoundé, signée le 29 juillet 1969, porte sur le financement de projets avec une prépondérance de l'Afrique noire. L'Accord d'Arusha du 24 septembre 1969 intègre trois États membres du Commonwealth dans la Convention de Yaoundé".¹²² La crise pétrolière des années 70, la hausse du cours des matières premières ainsi que le dialogue Nord-Sud ont influencé les négociations qui ont abouti aux Conventions de Lomé de I à IV, dont les principales caractéristiques sont l'égalité des partenaires, la nature contractuelle des relations et une combinaison d'aide, de commerce et de politique dans une vision à long terme. Conclue pour une période de cinq ans, la Convention a été renouvelée en 1979 (Lomé II), en 1984 (Lomé III) et en 1989 (Lomé IV). Ce dernier accord, prévu pour une période de dix ans, a été révisé à mi-parcours.

La Convention de Lomé 7F (1990-2000), révisée à mi-parcours en 1995 {Convention de Lomé IV bis} a introduit pour la première fois un lien explicite entre la promotion des droits de l'homme et le développement

¹²² Selon Poul Nilsen, commissaire européen au développement et à l'aide humanitaire.

4. LE BILAN DES CONVENTIONS DE LOMÉ

Si les Conventions de Lomé ont contribué à améliorer les conditions de vie, le niveau d'éducation et la situation sanitaire dans de nombreux pays, le poids des pays ACP dans le commerce international a cependant diminué et leur situation économique s'est dégradée. Le "système Lomé", considéré comme un cadre exemplaire de la coopération Nord-Sud, n'a pas atteint la mission qui lui avait été confiée, à savoir assurer le décollage économique des pays ACP.

Cette faiblesse économique s'est accompagnée de conflits internationaux et de guerres civiles entraînant des violations des droits de l'Homme. Enfin, un nouveau contexte international est apparu à la fin des années 80: mondialisation et nouvelles règles du commerce international, chute du mur de Berlin, perte de crédibilité de l'aide publique au développement, processus d'élargissement de l'Union européenne aux pays de l'Europe de l'Est.

Tableau sur l'aide financière depuis 1975 grâce au système Lomé

Lomé I (1975-1979) quatrième FED	3 milliards d'euros
Lomé II (1980-1984) cinquième FED	5 milliards d'euros
Lomé III (1985-1989) sixième FED	7,5 milliards d'euros
Lomé IV (1990-1994) septième FED	12 milliards d'euros
Lomé IV bis (1995-2000) huitième FED	14,6 milliards d'euros

Source : Rapport annuel 2004 sur la politique de développement et l'aide extérieure de la Communauté européenne

La convention de Lomé reposait sur le postulat d'une progression parallèle des différents pays vers le développement. Force est de constater que cet espoir ne s'est pas concrétisé. Les pays ACP, malgré des situations souvent très différentes, demeurent les laissés pour compte du mouvement de mondialisation. Quelques éléments en témoignent:

- le **revenu par habitant** de l'Afrique subsaharienne n'a progressé que de 0,4 % par an entre 1960 et 1992, contre 2,3 % pour l'ensemble des pays en développement. Cette évolution décevante résulte d'une croissance économique plus faible (3,3 % par an) combinée à un taux d'accroissement démographique plus élevé (2,9 % par an).
- les pays les moins avancés ont bénéficié de moins de **1 % des flux d'investissements directs privés** vers les pays du Sud. L'Afrique, en particulier, est demeurée à l'écart d'un mouvement dont le monde en développement a largement bénéficié: l'investissement direct étranger ne représente que 10 % du financement extérieur des pays de la zone.
- l'Afrique subsaharienne ne représente enfin que **2 % du commerce international**.

Dans ce contexte, les instruments mis en place par Lomé n'ont pas suffisamment joué leur rôle.

D'une part, les bénéficiaires du régime commercial sont demeurés limités. Ainsi, la part du marché des pays ACP sur le marché communautaire est passée de 6,7 % à 2,7 % entre 1975 et 1995. Cette évolution contraste avec la progression des parts du marché communautaire détenues par les pays asiatiques passées sur la même période de 4,2 % à 13 %. D'autre part, l'aide n'a pas vraiment représenté le levier de développement attendu. Il importe de mieux mesurer les raisons de cette double déception.

5. L'ACCORD DE COTONOU

Se fondant sur les acquis des 25 dernières années de coopération entre l'Europe et les pays du Sud, marqué par la nouvelle donne internationale résultant de l'aggravation de la situation économique, de la mondialisation des échanges internationaux, de l'effondrement du bloc communiste et de la perte de crédibilité de l'aide publique au développement, l'Accord de Cotonou constitue un tournant dans les relations de coopération entre l'Union européenne et les pays ACP.

Conclu en 2000 pour une durée de 20 ans, il possède une clause de révision tous les 5 ans, et est doté d'un budget de 13,5 milliards d'euros pour les 5 premières années. Parallèlement à la lutte contre la

pauvreté placée au coeur de sa stratégie, le nouvel Accord de Cotonou associe étroitement le dialogue politique et l'aide au développement, assure la participation de la société civile et des acteurs économiques dans le processus de développement, et introduit une profonde réforme du système financier. Son objectif est d'instaurer, après une période transitoire jusqu'en 2008, des zones de libre-échange entre l'Union européenne et les pays ACP ou entre pays ACP, en raison de nouvelles règles du commerce international de l'OMC qui interdisent toute discrimination entre pays en développement. Ainsi, les 76 pays ACP signataires de l'Accord de Cotonou ont entamé le 27 septembre 2002 à Bruxelles, un cycle de négociations, qui ira jusqu'en décembre 2007, en vue de conclure de nouveaux accords de partenariat économique (APE) avec l'Union européenne. Signé le 23 juin 2000, l'Accord de Cotonou est entré en vigueur le 1er avril 2003, après sa ratification par les 15 pays membres de l'UE et les 76 pays ACP signataires.

5.1 Les institutions communes

- Le Conseil des ministres
- L'Assemblée parlementaire paritaire
- Le Comité des ambassadeurs

5.2 Les cinq orientations de V Accord de cotonou

- Le renforcement de la dimension politique de partenariat
- Le pilier commercial
- Les stratégies de développement centrées sur la réduction de la pauvreté
- La participation d'acteurs non étatiques au processus de développement
- Le nouveau système de coopération financière

6. LES AUTRES ACTIONS EUROPEENNES DE DEVELOPPEMENT

Parallèlement à la coopération avec les pays ACP, d'Afrique, Caraïbes, Pacifique, l'Union européenne met en œuvre avec l'ensemble des pays en développement, d'autres types d'actions dont les objectifs et les principes généraux sont définis par la Commission européenne

"L'objectif de la politique communautaire de coopération au développement est d'encourager un développement durable qui favorise l'éradication de la pauvreté dans les pays en développement et l'intégration de ces derniers dans l'économie mondiale.

Sa réalisation passe notamment par la mise en oeuvre de politiques qui contribuent à consolider la démocratie, l'Etat de droit, la bonne gestion des affaires publiques et le respect des droits de l'Homme, Plaçant la justice au coeur de ses politiques, la direction générale Développement donne la priorité à la défense des intérêts des pays en développement les plus défavorisés et des groupes de population les plus pauvres à l'intérieur des pays en développement plus avancés. La coopération au développement menée par la Communauté doit être coordonnée avec les politiques des États membres et, dans la mesure du possible, avec celles des principaux bailleurs de fonds internationaux (par exemple le FMI, la Banque mondiale, les organisations du système des Nations unies, les États-Unis, le Canada, le Japon et l'Australie, etc.). Ces aspects de la politique communautaire sont inscrits dans le traité d'Amsterdam (article 177, 6 et 180)."

On peut tout simplement citer l'existence de l'Office de Coopération EuropeAid depuis le 1er janvier 2001 et plus de 150 Etats sont bénéficiaires des aides gérées par l'Office.

Ensuite le partenariat euro-méditerranéen de 1995 incluait les 15 pays de l'Union européenne et 12 pays de la région méditerranée reste d'une grande importance. Ainsi à partir du 1er mai 2004, le partenariat compte désormais 35 pays, 25 de l'Union européenne et 10 pays partenaires méditerranéen : l'Algérie, la Palestine, le Maroc, la Syrie, la Tunisie, la Turquie, le Liban et l'Israël. Ce partenariat est connu sous le nom de « processus de Barcelone ».

CONCLUSION

Nous pouvons espérer qu'avec l'élargissement de l' Union européenne et la création d'un programme adopté par les chefs d'Etat de l'Organisation de l'Unité Africaine en juillet 2001 sous le nom de Nouvelle Initiative africaine, qui prend le nom de NEPAD (Nouveau Partenariat pour le développement de l'Afrique) en octobre 2001, tous ces faits viseront la reconstruction de l'Afrique à travers un nouveau partenariat avec les pays créanciers. Il est à rappeler que Le NEPAD a déjà obtenu le soutien du Groupe des Huit (G8) et de l'Union européenne.

BIBLIOGRAPHIE

1. LEMESLE, RAYMOND-MARIN.: La Convention de Lomé: La Convention de Lomé: principaux objectifs et exemples d'actions 1975-1995. 20e anniversaire de la coopération Union européenne-Etats ACP Centre des hautes études sur l'Afrique et l'Asie modernes (CHEAM), Paris, 1996. 192 pages, ISBN: 2-903182-45-0
2. TONQUOY, PHILIPPE.: Développement et mondialisation, Cahiers français n. 310/septembre - octobre 2002, 100 p.
3. Rapport annuel 2004 sur la politique de développement et l'aide extérieure de la Communauté européenne, 2004, 202 pages. ISBN/ISSN: 92-894-8160-9
4. ACP-EU Partnership Agreement signed in Cotonou on 23 June 2000, 303 pages, ISBN/ISSN: 1013-7343

Úloha public relations v integrovanej firemnej komunikácii

Ing. Dana Schrenkelová - Obchodná fakulta EU v Bratislave

Abstract

ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN INTEGRATED CORPORATED COMMUNICATION

Public Relations (PR) belong to a field of communication. It plays a very important role in the Integrated Corporate Communications (IMC) which is a synergy of all communication means and channels, mainly in marketing and corporate communication. PR are expressed in the internal (inside the company) and external communication. The evolution of PR is described in three periods.

There are many different definitions of PR although the common base is the reputation, image, reliability, coincidence and seeking of common understanding in accordance with truthful and complete information. It is a creation of a systematic, positive, and sophisticated influence on community. The most important fact is the two-sided character of PR.

PR are focused on the following functions and activities: press and media management, publicity of the product, public affairs management, lobbying, government relations, investors relations, issue management, employee relations, community relations industry relations, minority relations, corporate social responsibility, as well. There are many different communication means and channels, like press releases, flash news, stories, events, grand openings, shows, multimedia presentations, different print materials, annual reports, and corporate identity elements. PR and marketing communication have own features and distinctions which are described in the Slovak version of the article. Internet is the most popular nowadays and it makes communication even easier and more dynamic. The local and global corporate interests offer many social, cultural, and marketing opportunities. It is channel to strength reputation and trustworthiness.

Public relations (PR) sú veľmi špecifickou oblasťou komunikácie. Integrovaná komunikácia na úrovni firmy je synergiou všetkých komunikačných nástrojov, najmä marketingovej a firemnej komunikácie, kde PR predstavuje veľmi dôležitú súčasť. Originálny anglický marketingový výraz public relations sa doslovne prekladá ako „verejné vzťahy“. Niekedy sa tento pojem prekladá ako „vzťahy k verejnosti“ alebo „vzťahy s verejnosťou“. V integrovanej firemnej komunikácii public relations zahŕňajú aj vzťahy vo vnútri firmy.

Vývoj PR sa dá rozdeliť do 3 období. Prvá evolučná fáza bola v 50.-60 rokoch, pre ktorú boli príznačné nenáročné aktivity, bežné činnosti pri prezentáciách nových výrobkov, komentovanie zasadnutí najvyšších orgánov spoločností, občasnú prejavu v obchodných záujmových organizáciách. Robili ich väčšinou najatí novinári. V 70.-80. rokoch firmy spektrum PR aktivít rozšírili. Venovali sa im aj ľudia-novinári. Došlo k rozdeleniu a špecializácii ľudí do jednotlivých oblastí PR, napr. public affairs, komunitné PR, media relations, investors relations. Verejnosť sa začala segmentovať na: zákazníkov, akcionárov, zamestnancov, zástupcov rôznych združení, zástancov ochrany životného prostredia, predstaviteľov štátnej správy. Na jej základe sa pripravovali komunikačné nástroje. Charakteristickým znakom 3. fázy je smerovanie k integrovanej komunikácii, t.j. spojenie propagácie, priameho marketingu, podpory predaja, vrátane PR do kontextu integrovanej vnútornej aj vonkajšej komunikácie.

Existuje mnoho vymedzení pojmu public relations. Spravidla sa public relations označujú ako systematické zlepšovanie vzájomného porozumenia medzi firmou a verejnosťou. Pre posúdenie viacerých názorov na vymedzenie pojmu uvádzam názory niektorých odborníkov z tejto oblasti:

Kotler hovorí o public relations ako o „vybudovaní dobrých vzťahov s rôznymi časťami firemnej verejnosti pomocou pozitívnej publicity, vytváraní pozitívneho firemného imidžu, v obrane

proti nepriaznivým informáciám o firme a organizovaní rôznych udalostí (events).¹²³ PR sa používajú k podpore produktu, ľudí, miest, myšlienok, aktivít, organizácii alebo národov. **Foret** vymedzuje PR komplexnejšie „public relations je významná riadiaca funkcia, ktorá pomáha vytvoriť a udržiavať vzájomné komunikačné, dorozumievacie, prijímacie a kooperatívne vzťahy medzi firmou a verejnosťou, zahŕňa zvládnutie problémov, pomáha manažmentu udržiavať informovanosť a zodpovednosť voči verejnej mienke, definuje a zdôrazňuje zodpovednosť riadenia slúžiť verejnému záujmu, umožňuje udržiavať krok s vývojom a efektívne využívať zmeny, slúži ako včasný alarmujúci systém, pomáhajúci predvídať trendy, a ako základné nástroje využíva výskumy a etickú komunikáciu.¹²⁴

Ďalšiu komplexnú definíciu uvádza **Žáry**: „public relations sú systematickou, premyslenou a spravidla dlhodobou obojsmernou komunikáciou s verejnosťou, diferencovanou na presne vymedzené externé a interné cieľové publiká. Cieľom je objektívne informovať, vytvárať priaznivý obraz, presvedčať, obhajovať a presadzovať špecifické záujmy a budovať pozitívne vzťahy. Public relations využívajú najširšiu paletu komunikačných prostriedkov, metód a postupov od jednoduchého klasického tlačového vyhlásenia, cez multimedialne prezentácie až po sofistikovanú globálnu komunikáciu prostredníctvom internetu a počítačových sietí.“¹²⁵ **Sirgy** uvádza, že PR je komunikačný nástroj používaný pre podporu dobrého mena firmy ako celku. **Haywood** zasa prezentuje PR ako akúsi projekciu osobnosti firmy. Zároveň tvrdí, že PR je plánovaným a trvalým úsilím, ktorého cieľom je vybudovať a udržať dobré vzťahy, dobré meno, vzájomné porozumenie, sympatie s druhotnými cieľovými skupinami, ktoré nazývame tiež verejnosť, publikum, či stakeholderi. Je to činnosť, ktorá identifikuje a prekonáva rozdiel medzi tým, ako je firma skutočne vnímaná kľúčovými skupinami verejnosti a tým, ako by chcela byť vnímaná. Úlohou PR je zdôrazňovanie druhotných, nemarketingových skupín pre dobré meno firmy v dlhodobom horizonte. **Lesly** nazval PR vedou a umením, ako chápať vytvárať a ovplyvňovať verejnú mienku. PR sú jedinou spoločenskovednou disciplínou, ktorá skúma podstatu toho ako sa budú masy ľudí správať a ako budú akceptovať svoje sociálne prostredie, kam budú smerovať ich reakcie.¹²⁶ Webster New International Dictionary uvádza nasledovnú definíciu: „Ide o podporovanie vzťahov a dobrej vôle medzi osobou, firmou, inštitúciou alebo inými osobami, časťou verejnosti alebo spoločnosti v najširšom slova zmysle prostredníctvom rozširovania výkladového materiálu, rozvíjania vzájomnej priateľskej výmeny informácií a odhadu reakcií verejnosti.“¹²⁷

Public relations môžeme teda zhrnúť do niekoľkých kľúčových slov. **Ide o povest', imidž, dôveryhodnosť', súlad a hľadanie vzájomného porozumenia za pomoci pravdivých a úplných informácií.** Dá sa definovať ako sústavné premyslené pôsobenie na diferencovanú verejnosť s cieľom vytvárať priaznivý imidž a pozitívne vzťahy. To čo je podstatné u všetkých definícií – je dvojstrannosť komunikácie, firma sa od verejnosti učí a súčasne jej predáva informácie.

PR majú značný dopad na povedomie verejnosti za podstatne nižšie náklady, než aké vyžaduje reklama. Firma nekupuje mediálny priestor, ani čas, platí iba ľudí, ktorí sa starajú o tvorbu a šírenie informácií a riadi firemné akcie pre verejnosť. Pokiaľ je firma schopná ponúknuť zaujímavý príbeh, môže vstúpiť do rôznych médií, a to prinesie minimálne rovnaký výsledok ako zaplatený reklamný priestor. A navyše má aj väčšiu dôveryhodnosť.

Oblasť PR má nasledovné funkcie:

- tvorba tlačových správ a agentúrna činnosť: kreácia a umiestnenie informačných materiálov v rôznych médiách a s cieľom upútania pozornosti k osobe, výrobku, službe alebo firme,
- publicita produktu: získanie pozornosti médií venovanému určitému produktu,
- verejné záležitosti: budovanie a pestovanie vzťahov v rámci krajiny alebo miestnej komunity,

¹²³ KOTLER, P. - ARMSTRONG, G.: Marketing. Praha: Grada Publishing, 2004. s. 667

¹²⁴ FORET, M.: Komunikace s veřejností. Brno: Vydavatelství Masarykovy univerzity, 1994. s. 83

¹²⁵ ŽÁRY, I.: Public Relations. Bratislava 1997 – dodnes. Živá internetová publikácia. www.ppprsk/internetová kniha

¹²⁶ LESLEY, P.: Public relations. Praha: Victoria Publishing, 1995. úvod.

¹²⁷ BLACK, S.: Najúčinnější propagace. Praha: Grada Publishing, 1994. str. 17

- lobovanie: budovanie a pestovanie vzťahov so zákonodarcami a vládnymi úradníkmi s cieľom ovplyvniť legislatívu a reguláciu v odvetví,
- vzťahy k investorom: udržiavanie dobrých vzťahov s akcionármi a ďalšími subjektami finančného sveta,
- pomoc sponzorov: vzťahy so sponzormi alebo členmi neziskového sektora s cieľom získať alebo poskytovať finančnú či dobrovoľnú pomoc.

Čo sa týka konkrétnych nástrojov PR, najviac sa využívajú správy. Niektoré príbehy vznikajú prirodzenou cestou, inokedy sa musia pripraviť také akcie, ktoré spontánne vyvolajú reakciu. Vyvolané udalosti (events) bývajú rôzne: od tlačových konferencií, slávnostných uvedení od prevádzky nejakého závodu, cez ohňostroje, laserové šou až po multimediálne prezentácie a vzdelávacie workshopy s cieľom upútať pozornosť a vyvolať záujem u cieľovej skupiny. Firmy vydávajú rôzne tlačoviny (výročné správy, brožúry, články, bulletiny, časopisy), audiovizuálne materiály (filmy, diapozitívy, video, DVD). K budovaniu firemnej identity patria logo, stojany, znaky, vizitky, firemný dopisný papier, budovy, uniformy, autá. V neposlednom rade si firmy môžu vylepšovať svoju dobrú povest' tým, že venujú čas a peniaze do oblasti spoločenskej firemnej zodpovednosti (Corporate Social Responsibility). Webová stránka je veľmi populárny nástroj PR. Internet a PR sa vzájomne ovplyvňujú. Internet definuje vzťahy firmy s verejnosťou novým spôsobom. Dôležitosť online PR rastie už aj na Slovensku. Firma, ktorá má obsahovo bohatú a technicky jednoduchú stránku získava v praxi čoraz viac na svojej hodnote a dôveryhodnosti. Internet dospel natoľko, že jeho užívatelia už očakávajú profesionalitu. Internetová verejnosť je početne značne veľká. Aplikácie internetu sa ľahko používajú a sú zábavné. To je dôvod, prečo štvrtina svetovej populácie používa internet a prečo je tak atraktívny pre firmy. Miestne a globálne záujmy našich firiem ponúkajú závažné sociálne, kultúrne, ako aj marketingové príležitosti. Prístupná komunikácia významne zefektívňuje obchodné vzťahy, skraca čas, znižuje náklady a zrýchľuje obchod. Znamená to, že internet dáva každej firme potenciál získať kontrolu nad jej vzťahmi a povest'ou. Funguje zodpovednosť automatizovať a využívať možnosti elektronických médií pre zvýšenie efektívnosti integrovanej firemnej komunikácie, ako aj vytvorenie a posilňovanie nevyhnutného rámca pre budovanie nadštandardných vzťahov s verejnosťou. V praxi to znamená potrebu zhromažďovať, overovať a uverejňovať akékoľvek informačné materiály, ktoré sú súčasťou tzv. manažmentu znalostí. Táto činnosť vyžaduje využívanie interných a externých zdrojov. Nemenej dôležitá je schopnosť informácie ďalej šíriť a využívať rôzne komunikačné kanály.

PR a marketingová komunikácia sú súčasťou každej vyspelej firmy. Avšak je dôležité ich odlišovať. Marketingová komunikácia je zacielená na zákazníkov, orientovaná skôr komerčne, zameraná krátkodobou, resp. očakáva sa rýchla návratnosť. PR nie sú len tlačové konferencie, tlačové správy. PR je strategický nástroj vrcholového manažmentu. PR sú dlhodobé vzťahy, zamerané na pravdivé informovanie a reputáciu vo verejnosti. Dobré vzťahy s verejnosťou vytvárajú platformu úspešnej integrovanej firemnej komunikácie. Reklama a podpora predaja môžu byť regulované inštitúciami, PR majú väčšiu flexibilitu. Dá sa povedať, že PR sú cielenejšie, nákladovo efektívnejšie, pretože ich mediálne pokrytie je väčšinou bezplatné. V praxi sa niekoľkokrát ukázalo, že ľudia veria, že firma s dobrou reputáciou má tiež najlepší produkt, a nikdy si nekúpia produkt firmy, o ktorej nič nevedia. Je ale fakt, že reklama je plne pod kontrolou (z hľadiska obsahu, času, doby trvania, plochy), čo sa u PR nedá zariadiť. Firmy by mali cielene robiť proaktívne PR, čo znamená informovať, vzdelávať verejnosť, ale hľadať a vedieť o potenciálnych problémoch. Každá by mala urobiť audit problémov, ktoré môže byť potenciálnym ohniskom krízy. Krízové situácie prichádzajú väčšinou nečakane a firma musí byť pripravená na otvorenú komunikáciu. Firma, ktorá má si proaktívne buduje vzťahy s verejnosťou, prejde takým problematickým obdobím ľahšie.

Vliv kulturních specifíků na vedení obchodního jednání a styl řízení v Korejské republice

Ing. Martina Sipková - Fakulta mezinárodních vztahů VŠE v Praze

ABSTRACT

The main source of Korean cultural features is its history and religion, Confucianism being the main influence over more than six hundred years. According to Hofstede's 5-dimension model, South Korea is a high power-distant country with clear dividing line between subordinates and their employees, its society is collectivist with the interests of family or company prevailing over the interests of individual and women still unequal to men in their position and unrecognised within the society. Feminine values such as harmony and „face“ largely influence management and business negotiations, while high uncertainty avoidance implies rigid company structure with clearly defined responsibilities. As a long-term oriented nation, the Koreans prefer long-term relationships and goals. Managers are mostly pragmatically oriented and fairly heterogeneous as a group, values and managerial style being subject to present changes in Korean society.

Korejská republika je země, která si právem zaslouží pozornost díky hospodářským úspěchům, které v období od 60.let realizovala, a je jenom pochopitelné, že si tento fenomén vysloužil označení „The Miracle of the River Han“. V současné době 4. největší ekonomiku Asie s 48 miliónů obyvatel a vysokou životní úroveň (HDP na osobu v r. 2002 10 013 USD) bezpochyby představuje velký ekonomický potenciál. Nejvýznamnějšími obchodními partnery byly v roce 2004 země EU, USA a Japonsko, přičemž EU byla pro KR v roce 2003 nejvyšším zdrojem zahraničních investic. Podstatná část zahraničních aktivit KR se realizuje se zeměmi, které jsou značně kulturně odlišné, proto často dochází k mezikulturním střetům, jež negativně ovlivňují potenciální benefity ze vzájemné spolupráce.

Jedním ze způsobů, jak překonat tuto překážku a lépe řídit proces setkávání odlišných kultur, je bližší seznámení se s místními kulturními specifiky, která jsou relevantní z hlediska řídicího procesu a promítají se do mezinárodního obchodního jednání. Protože firmy jsou v KR obvykle řízeny stejnými principy jako soukromý život a reflektují celkové společenské klima, porozumění korejské mentalitě je základním předpokladem úspěchu mezikulturní spolupráce.

Zdrojem hodnotového paradigmatu (harmonie, jednota, kooperace, stabilita, oddanost a píle) je v případě Korejské republiky náboženství, jež mělo významný formativní charakter. Tři dominantní myšlenkové směry zde představují konfucianství, šamanismus a buddhismus. Protože neexistuje imperativ zakazoval vyznávat více náboženství zároveň, jednotlivé myšlenkové tradice se navzájem překrývají. Nejvíce Koreu nepochybně ovlivnilo konfucianství, jež se sem dostalo prostřednictvím kulturní výměny s Čínou. Jeho praktická aplikace se datuje již od období Tří království (1. stol. př.n.l.) a na konci 14. stol. se stalo oficiální ideologií vládnoucí třídy. Z této pozice konfucianismus působil na místní obyvatelstvo po dobu 600 let, proto je silně zakořeněn v celé společnosti. Čtyři základní principy tohoto učení říkají, že: 1. Vláda je založena na nerovných vztazích mezi lidmi a každý jedinec zaujímá v hierarchickém řádu společenských vztahů místo, z něž mu plynou práva a povinnosti. Individuální práva jsou méně významná než práva skupiny. 2. Modelem všech společenských organizací je rodina, kde otec zaujímá dominantní postavení a syn je mu povinen absolutní poslušností. 3. Ctnostné jednání vůči ostatním znamená, že „s nimi nebudeme jednat tak, jak bychom si nepřáli, aby oni jednali s námi“. 4. Nejdůležitějšími ctnostmi jsou dovednosti, vzdělání, tvrdá práce, trpělivost, spornost a skromnost. Sebezdokonalování není samoučelné, má smysl pouze v interakci s okolím a má sloužit ve prospěch společnosti.

Druhým náboženským vlivem působícím v Koreji již od neolitu byl šamanismus, který je založen na víře, že svět je obýván mnoha duchy a božstvy, jež je třeba uctívat a přinášet jim oběti. Přestože jde o primitivní náboženství bez systematické struktury, jeho vliv je v dnešní společnosti stále patrný. Jako příklad můžeme uvést oslovování. Protože Korejci věří, že křestní jméno je klíčem k ovládnutí života a dá se jím zařikávat, není vhodné používat je při rozhovoru a v užití je vyhrazeno pouze pro nejbližší příbuzné. I moderní Korejci také někdy požádají o radu věštce, dokonce i při rozhodování o obchodních záležitostech. Výjimkou nejsou případy, kdy osoba s vysokým postavením kontaktuje šamana, aby rozhodla o uzavření kontraktu, či situace, kdy matka prosí božstvo, aby byly její děti přijaty na vysokou školu.

Jako základní nástroj k popisu determinace stylu řízení a obchodního jednání kulturními specifiky byl pro následující text zvolen model „Pět D“ (pět kulturních dimenzí) holandského profesora Geerta Hofstedeho¹²⁸. Každá dimenze je zastoupena indexem nabývajícím hodnoty 1 až 100 dle míry naplnění kulturou.

První dimenzi představuje rozpětí moci¹²⁹, v němž dosáhla korejská kultura 60 bodů. To ji řadí mezi země s širokým rozpětím moci a hierarchickou strukturou. Původ značného rozvrstvení korejské společnosti nalezneme v konfucianství, v kterém bylo kromě výše uvedených principů popsáno 5 základních vztahů, z nichž se čtyři odehrávají na nerovné bázi (vztah mezi otcem a synem, mladším a starším bratrem, manželi, panovníkem a poddaným) a pouze jediný - vztah mezi přáteli - primárně zakotvuje rovnost.

Pracovní vztah je charakterizován velkým odstupem mezi osobami s odlišným postavením ve firemní struktuře, v níž se stále výrazně projevuje princip seniority. Postavení a prestiž manažera jsou dány věkem, profesí a příslušností k určité sociální vrstvě, jež mu rovněž dodávají legitimitu. Uvedenému schématu odpovídá obsazování manažerských pracovních míst, u nichž kompetence a znalosti nejsou vždy rozhodujícím činitelem při výběru vhodného kandidáta. Kariéra závisí na příbuzenské spřízněnosti a věku, přestože s postupujícím vlivem západu roste význam individuálního výkonu. Manažer za povinnost zohledňovat zájmy a potřeby svých zaměstnanců a nese zodpovědnost za jejich osobní rozvoj, podřízení jsou mu za to povinováni úctou a loajalitou. Charakteristickým rysem firemní struktury je centralizace moci, ostře vymezená hranice mezi osobami s odlišným postavením a autoritativní styl vedení. Podřízený, který pociťuje potřebu vertikální závislosti, přijímá autoritu pouze na základě skutečnosti, že nadřízený stojí výše ve firemní hierarchii, a přiznává mu právo určovat, co má dělat. Očekává detailního popis úkolu, k němuž se staví spíše pasivně. Níže postavená osoba nesmí nikdy svého nadřízeného kritizovat či zpochybnit jeho rozhodnutí. Protože takovýto systém nevytváří konkurenční prostředí a vede často k potlačení iniciativy a konzervatismu, jsou v korejských firmách umísťovány schránky, do nichž lze anonymně vhadzovat připomínky či písemné návrhy.

Z hlediska obchodního jednání je vždy nutné pamatovat na správné představení osob včetně vzdělání a přesného pracovního zařazení, nezbytné je dodržet funkční, kompetenční a věkovou paritu. Pro korejského partnera je velmi důležité, aby uměl protistranu z hlediska statutu zařadit a mohl zvolit vhodný způsob chování a projevů zdvořilosti. Orientační fáze slouží ke stanovení pozice a korejská strana se partnera vyptává i na soukromý život, vzdělání, rodinu a další aspekty, jež se z jejího pohledu na formování statutu podílejí. Prodávající stojí na společenském žebříčku níže než kupující, proto se od něj očekává, že bude jednat s obzvláštní úctou a respektem. Důraz se klade na dokonalé chování, dodržování etikety a pečlivé oslovování pomocí pracovních a čestných titulů. Při jednání není vhodné obracet se rovnou na výše postavenou osobu s požadovanými pravomocemi a obcházet její podřízené ve snaze proces urychlit. Nadřízený nemůže projevit ochotu jednat, protože by tím schválil postup, kdy jsou podřízení vynecháni, čímž by došlo k jejich zostuzení. Než s ním navážeme kontakt je třeba naklonit si střední a nižší management prostřednictvím mnoha dáreků, návštěv a jiných drobných

¹²⁸ Viz. Lit. 5

¹²⁹ Rozpětí moci - „rozdíl míry, v níž nadřízený určuje chování podřízeného a míry, do níž může podřízený určovat jednání svého nadřízeného“ Viz. Lit. 4, str.72

projevů zdvořilosti, jež často zaberou velmi dlouhou dobu. Pokud bychom tak však neučinili, korejský partner se vůči nám nemusí cítit zavázán a může zneužít obchodu k okopírování našeho know-how.

Jižní Korea je po Tchajwanu druhým nejvíce kolektivistickým státem¹³⁰ JV Asie, v Hofstedově výzkumu dosáhla indexu 18. Základní skupinu, prostřednictvím níž se jedinec definuje, je rodina, k níž je povinován loajalitou. Rodina je chápána jako široký okruh osob zahrnující blízké i vzdálené příbuzenstvo a často tak čítá stovky osob. Insider skupiny je jedincem, jenž je ochraňován a bráněn skupinou proti nepřízni okolního světa, proto je proti osobám stojícím mimo skupinu protěžován, diskriminace a neetické chování vůči outsiderovi je naopak považováno za morálně ospravedlnitelné. Zde se výrazně projevuje partikularistický charakter Koreje¹³¹, kdy jsou zákony a kodifikovaná pravidla často vykládána různě podle spřízněnosti s osobou, jíž se týkají, protože „jedinec, spíše než institucionalizovaná autorita, určuje, co je přijatelné a přípustné v určitém kontextu v konkrétním čase“.¹³² Firma byla často historicky nahlížena jako velká rodina a vztahy jsou zde tedy řízeny stejnými schémata. V obchodních vztazích nadále působí klany a firmy jsou mezi sebou navzájem často příbuzensky propojeny. Úzká skupina ve vedení monopolizuje moc, přičemž osoby stojící mimo klan nemohou aspirovat na získání významnější pozice. Toto upořádání vede úplatkům, silné byrokracii a vzniku charakteristických ekonomických struktur – chaebol. Jedná se o vertikální navzájem propojené paternalistické organizace s autokratickým stylem vedení, v němž dědičně působí příslušníci jedné rodiny a funkce ředitele přechází na nejstaršího syna. Manažer na nejvyšším postu disponuje absolutní nezpochybnitelnou mocí, v případě neúspěchu se však od něj očekává převzetí odpovědnosti a rezignace. Chaeboly bývají často napojeny na finanční instituce, od finanční krize v roce 1997 však jejich význam výrazně poklesl kvůli zavedení přísnějších pravidel dohledu finančního trhu MMF.

V manažerském procesu se kolektivismus projevuje oddaností a loajalitou vůči firmě, od níž se recipročně očekává, že se bude o své zaměstnance dobře starat, typické je celoživotní zaměstnání. Významnou úlohu ve firmě hrají týmy, zájem skupiny dominuje nad zájmem jedince, proto pracovníci často pracují přes čas a mají silnou pracovní morálku. Jedinec cítí povinnosti vůči skupině a klade důraz na společné zájmy, proto není vhodné používat individuální motivační techniky založené na výkonu jednotlivce. Za případnou chybu nese zodpovědnost nadřazený, zatímco dosažený úspěch je přičítán celému kolektivu. Rozhodnutí se přijímají na úrovni skupiny, která poté konzistentně působí ve směru dosažení konsensuálně stanovených cílů. Zaměstnanci projevují respekt vůči skupinovým názorům a růst a prosperitu firmy vnímají jako hodnotu samu o sobě, nikoliv prostřednictvím zisku pro akcionáře či vlastníka.

V obchodním jednání je nezbytné počítat s nutností ratifikace smlouvy firmou a neočekávat konečné rozhodnutí na místě. Korejci vždy jednají v týmech a potřebují dlouhý čas, aby získali ke svému obchodnímu partnerovi důvěru. Dokud jsou pro sebe obě strany cizí, nic Korejce nezavazuje k tomu, aby dodrželi sjednanou dohodu, a můžeme očekávat užívání trikových i nátlakových taktik. Ve chvíli, kdy je vztah již navázán a důvěra získána, jsou Korejci velmi flexibilní a projevují ochotu svému partnerovi vyjít vstříc v případě změny podmínek, protože povinnost jednat ve vzájemný prospěch se stane silnější než závaznost kontraktu, v případě obchodování s dobře zavedeným partnerem jsou ochotni zaplatit o 10 – 15 % vyšší cenu¹³³.

V otázce maskulinity se Korea jeví jako rozpolcená země. Index maskulinity má hodnotu 39, podle něj se tedy jedná o femininní společnost¹³⁴, přestože sociální role obou pohlaví je odlišná. Výši

¹³⁰ Kolektivistická kultura - taková, kde „jsou lidé od narození integrováni do silných kohezních skupin, které je v průběhu života ochraňují výměnou za bezvýhradnou loajalitu“, Viz. Lit. 5, str. 51

¹³¹ V Koreji opět nalezneme původ u Konfucia, který říká, že „syn musí skrýt otcův zločin. Otec musí jednat v synům prospěch.“ Uvedme výsledek průzkumu v němž 74% Jihokorejců přiznalo, že by byli ochotni lhát před soudem, aby pomohli svému nejlepšímu příteli. Viz. Lit. 6, str. 281

¹³² Viz. Lit. 6, str. 241

¹³³ Uvedený přístup dobře ilustruje korejské úsloví „Make a friend first and a client second“ Viz. Lit. 1, str. 159

¹³⁴ Femininní společnost – „sociální role pohlaví se překrývají“, maskulinní společnost „sociální role obou pohlaví jsou jasně rozlišené“, Viz. Lit. 4, str. 82

indexu ovlivnila dominance tzv. femininních hodnot (kooperace, důraz na vztahy, snaha o dosažení harmonie, pochopení apod.). Žena má oproti muži podřízené postavení, proto ji příliš často nenajdeme ve vedoucích funkcích, očekává se, že ve 30 letech opustí kariéru a začne se starat o rodinu. Vzdělané ženy zaujímají často nižší postavení, než by odpovídalo jejich kvalifikaci a pokud dosáhnou úspěchu, nesmějí jej stavět na odiv. Přesto je to žena, jež se uvádí jako element, který stojí v pozadí korejského ekonomického úspěchu. Postavení žen v současné době podléhá rychlým změnám, od ledna 2001 působí v Koreji Ministerstvo pro rovnost pohlaví, jehož hlavním úkolem je revize a ustanovení takových zákonů a pravidel, které ženě zajistí rovnoprávné postavení.

V manažerském stylu se femininita projevuje důrazem na kooperaci, dobré vztahy na pracovišti a snahou o empatický postoj vůči podřízeným. Korejští manažeři se snaží vyhýbat konfliktům a k nim vedoucím situacím, nikdy neřeší spory agresivní cestou a preferují kompromis. Korejská neustálá snaha o hledání harmonie je výrazem usilování o nenarušení přirozeného běhu věcí. Kvůli zachování dobré atmosféry Korejci neradi otevřeně sdělují negativní stanoviska a vyjadřují se raději vyhýbavě, což ztěžuje komunikaci zejména v případě střetu odlišných komunikačních stylů.

V obchodním jednání není vhodné do týmu zařazovat ženu či dávat jí významnější roli. I když v současné době Korejci stále častěji zohledňují odlišné vnímání role ženy v západní společnosti, její přítomnost musí být nahlášena předem. Pokud žena vystupuje jako odbornice či zastává funkci vedoucího týmu, může se partner cítit uražen případně s ní bude nakládat jako s mužem.

Z pohledu dimenze nazvané vyhýbání nejistotě¹³⁵ dosáhl index výše 85. Tato hodnota napovídá, že Korejci se velmi vyhýbají nejistým situacím. K eliminaci nejistoty slouží pravidla, rituály a tabu, jež zasahují do běžného života i pracovního vztahu. Neochota vystavovat se nejistotě vede ke konservatismu a setrávání v existujících názorech a přesvědčeních, průvodními jevy jsou nacionalismus a vysoká hodnota vzdělání, jež čerpá převážně z minulosti. V korejské kultuře nalezneme mnoho institucionalizovaných zásahů v podobě podrobných zákonů a snahu o budování pevné formální struktury.

V řídicím stylu se vyhýbání nejistotě projevuje firemní strukturou s přesně popsány funkcemi včetně podrobného vymezení odpovídajících pravomocí a úkolů. Neexistuje prostor pro odlišný výklad, cokoliv nového se považuje za nebezpečné, od zaměstnance se očekává poslušnost a není vyžadována vlastní iniciativa. V případě nižších manažerských pozic dochází často k odmítání osobní zodpovědnosti a zdráhavosti učinit rozhodnutí z obavy, že se ukáže jako špatné.

Obchodní vztah se vždy navazuje přes důvěryhodnou třetí osobu disponující společenským postavením. Poté, co nás prostředník představí a tím se za nás vlastně zaručí, následuje dlouhá úvodní fáze s mnoha dotazy na všechny oblasti pracovního i osobního života, čímž se předchází riziku uzavření kontraktu s nedůvěryhodným partnerem. Během debaty se partner často a opakovaně ptá na určité otázky, aby se ujistil, že se nemýlí a vyhledává záruky důvěryhodnosti. Proto je vhodné při jednání s Korejci systematicky snižovat nejistotu generující faktory např. poskytnutím referencí, finančními garancemi, pomoci může dobře etablovaná značka apod..

Ohledně postoje k času dosáhla Korea 75 bodů ve prospěch dlouhodobé orientace. Základní hodnoty pramenící z konfucianismu představují vytrvalost, přednost pomalých ale stabilních výsledků, ochota podřídit se a snaha vyhnout se riziku. Lidské vztahy jsou považovány za významnější než čas, proto je jim podřízen. Korejští manažeři preferují rozhodnutí, která vedou k dlouhodobému růstu firmy před jednorázovým velkým ziskem, i když současné ekonomické prostředí je naučilo rychle reagovat na měnící se podmínky a provádět i rozhodnutí s krátkodobým dopadem. Přestože je čas vnímán jako proměnlivá veličina a dochází k nedodržování termínů, v průmyslovém, firemním a obchodním prostředí jsou Korejci spíše monochroničtí a dodržují časový harmonogram.

V řízení dochází ke spojování minulosti, přítomnosti a budoucnosti do jednoho synergicky působícího celku, umožňujícího pružnější reakci na změnu prostředí. Ilustrací uvedeného přístupu, jež vede k dosažení vyšší efektivity, je just-in-time přístup. Korejský manažer plánuje převážně

¹³⁵ „míra, v níž se členové určité kultury cítí ohroženi nejistými či neznámými situacemi“ Viz. Lit. 4, str 113

v dlouhodobém horizontu, podle průzkumu¹³⁶ se v Japonsku a Koreji na prvním místě v žebříčku manažerských cílů umístil podíl na trhu, zatímco zisk akcionářů stál až na posledním místě.

Výrazem serióznosti je dodržování termínů a včasný příchod na schůzku, i když korejský partner se může opozdit. Protože má na mysli dlouhodobý cíl, zastává názor, že není třeba spěchat a jednání se tak často neúnosně protahuje, manipulace s časem, a oddalování rozhodnutí se často využívá jako nátlaková taktika. Jednorázově uzavíraný obchod bývá neobvyklý a se stejným partnerem se často počítá i při realizaci dalších projektů.

Dalším vlivem vstupujícím do obchodního jednání je komunikace. Korea patří do oblastí vysoce kontextuálních kultur s implicitním způsobem vyjadřování a převahou verbální komunikace. Myšlenky se nikdy nevyslovují přímo, ale pouze se naznačují a smysl jim dodává až kontext konkrétní situace. Korejský způsob myšlení je více intuitivní, proto obvykle nedochází k analýze problému po jednotlivých částech a řeší se celý balíček bodů najednou. V mezilidských i pracovních vztazích hraje důležitou úlohu koncept „face“ – zachování tváře, u níž se rozlišuje vnější a vnitřní složka. Vnější aspekt se váže k postavení ve společnosti a je vrozený, vnitřní složka naproti tomu závisí na jedinci samotném a vypovídá o jeho charakterových a morálních vlastnostech, je tedy přiznávána i morálně zdatným jedincům, kteří pocházejí ze skromných poměrů. Lidé mají za povinnost tvář nenarušit jakýmkoliv chováním, zrovna tak „nositel“ tváře je povinen konat tak, aby svou tvář nepoškodil, proto není možné otevřeně kritizovat či přiznat omyl. S uvedeným rysem rovněž souvisí korejská snaha o zachování harmonie jako imperativu, který neumožňuje jakékoliv jednání vyústující v narušení dobré atmosféry. Korejci zde hovoří o tzv. „dobré náladě“ „kibunu“, kterou je potřeba zohledňovat jak na pracovišti tak při jednání.

Zajímavý pohled na korejského manažera poskytuje model PVQ¹³⁷ (Personal Value Questionnaire), v němž byli manažeři podrobeni zkoumání hodnot uplatňovaných při řízení. Východisko tvořil předpoklad, že systém osobních hodnot ovlivňuje způsob vnímání mezilidských vztahů a přístup k problémům, míru, do níž je manažer schopen odolávat tlaku organizace, vnímání etického chování a v konečném důsledku tedy i výkon. Hodnoty byly rozděleny do čtyř skupin, tzv. operativní hodnoty¹³⁸, zamýšlené hodnoty¹³⁹, převzaté hodnoty¹⁴⁰ a nakonec slabé hodnoty¹⁴¹. Na tomto základě byly dále popsány tři styly – *pragmatická orientace* (jednotlivec je primárně řízen konečným úspěchem či neúspěchem svého jednání), *eticko-morální styl* (jednání jedince je ovlivňováno etickými ohledy na to, co je či není správné) a *afektovo-pocitová orientace* (jedinec je veden hedonismem, rohoduje se tak, aby zvyšoval potěšení a snižoval nepříjemné prožitky).¹⁴²

Vzorek korejských manažerů představovalo 211 osob zastávajících různé manažerské pozice ze tří čtvrtin ve výrobních podnicích. Ukázalo se, že 53% korejských manažerů je pragmaticky orientovaných, 9% moralisticky, 9% afektovo-pocitově a 29 % s různou orientací. Stupeň pragmatismu u manažerů koreloval s velikostí organizace, úrovní, na níž se ve firmě pohybovali a s oborem. Větší míra pragmatismu byla konstatována u manažerů z výrobních společností oproti ostatním sektorům. Jako u japonských bylo i u korejských manažerů konstatováno, že dochází k výrazným překryvům skupiny zamýšlených a převzatých hodnot z hlediska jejich relevance pro determinaci chování. Operativní hodnoty byly zastoupeny koncepty kreativity, schopnosti, vysoká produktivita, růst organizace, výkon, kooperace a organizační stabilita. Jako základní koncepty v rámci zamýšlených hodnot byly identifikovány racionalita, podřízení, zaměstnanci, bezpečnost, individualismus, průmyslové vůdcovství, vláda, loajalita, spolupracovníci, liberalismus, blahobyt

¹³⁶ Viz. Lit. 1, str. 21

¹³⁷ Viz. Lit. 2

¹³⁸ „relativně vysoká pravděpodobnost, že budou převedeny ze zamýšleného stavu do skutečného chování“, Viz lit. 2, str. 2

¹³⁹ „jsou nahlíženy jako důležité, ale do skutečného chování budou převedeny s nižší pravděpodobností v závislosti na situačních faktorech“, Viz lit. 2, str. 2

¹⁴⁰ „jsou méně součástí osobnostní struktury jednotlivce, ale chování ovlivňují silně kvůli situačním faktorům“, Viz lit. 2, str. 2

¹⁴¹ „mají malý nebo nulový dopad na chování“, Viz lit. 2, str. 2

¹⁴² Viz. Lit. 2, str.4

zaměstnanec, tolerance a rovnost. Převzaté hodnoty představovaly koncepty opatrnost, majetek, ambice, soutěž, peníze, moc, můj šéf, vliv, autorita, majitelé, akcionáři adal., do slabých hodnot pak patřily kompromis, poslušnost, odbory, sociální blahobyt, změna, volný čas, soucit adal.. Korejští manažeři se ukázali jako nejméně homogenní skupina z uvedených národností, přičemž zjištěné poznatky lze shrnout do následujících pěti bodů. Korejští manažeři jsou výrazně pragmaticky orientováni se zaměřením na vlastní výkon a kompetence, méně se orientují na cíle organizace, tíhnou k zamýšlené rovnosti a volí v chování opatrné strategie, jež vyžadují velký stupeň přizpůsobení či kompromisu.

Pokud se podíváme na výše uvedené charakteristiky Hofstedova průzkumu uvidíme, že jím konstatované kulturní znaky spadají z hlediska modelu PVQ zejména do skupiny zamýšlených hodnot. Je tedy patrné, že se jedná o hodnoty, jimiž by se manažeři jako jednotlivci rádi řídili, situace jim však vždy toto chování neumožňuje. Dále je třeba upozornit, že ačkoliv jedním z poznatků uvedeného výzkumu je, že manažerské hodnoty jsou vysoce stabilní a nepodléhají rychlým změnám, dochází v korejské společnosti k prudkému vývoji, a proto se stále více mění i přístup manažerů k řízení firem. Nejvýraznější rys současné doby je heterogenita a tendence stále více přejímat západní vzory, zejména pod rostoucím vlivem globalizace a internacionalizace. V roce 2002 vyhlásila Korejská republika program Dynamic Korea, jenž se výrazně dotkl zejména přístupu k cizincům a vedl k silnějšímu důrazu na propagaci všeho nového, moderního a dynamického. Tato změna se zasáhla i postavení žen ve společnosti, projevila se v růstu sociální mobility a výraznějším sebeprosazování mladší generace.

LITERATURA

1. BURNS, R.: *Doing business in Asia: a cultural perspective*, 1. vyd. Malaysia, Addison Wesley Longman Australia Pty Limited 1998, 308 s. ISBN 0-7339-0193-X
2. ENGLAND, G. W.: *The Manager and His Values*, USA 1975, 177 s. ISBN 0-88410-288-2
3. HARRIS, P. — MORAN, R. T.: *Managing cultural differences*, 4. vyd. Houston, Texas, Gulf Publishing Company 1996, 402 s. ISBN 0-88415-465-3
4. HOFSTEDE, G.: *Culture's Consequences. International Differences in Work-related Values*, Abridged Edition, Newbury Park, California, SAGE Publications 1982, 325 s. ISBN 0-8039-1306-0
5. HOFSTEDE, G.: *Cultures and Organisations. Software of the Mind*, 1. vyd. London, HarperCollinsBusiness 1991, 279 s. ISBN 0-00-637740-8
6. JOYNT, P. — WARNER, M.: *Managing Across Cultures. Issues and Perspectives*, 1. vyd. Londýn, International Thomson Business Press 1996, 408 s. ISBN 1-86152-350-5
7. SEJONGNO, JONGNO-GU: *Facts about Korea*, Seoul, Korean Overseas Information Service 2003, 227 s. ISBN 89-7375-101-8

INTERNETOVÉ STRÁNKY

1. Stránky podpory obchodu MZV: <http://www.export.cz>
2. Velvyslanectví České republiky v KR: <http://www.czechembassy.org>
3. Korea National Statistical Office: <http://www.nso.go.kr>

Rozvoj hotelových reťazcov na Slovensku

Ing. Anna Sirotková

Hotelové reťazce sú skupiny hotelov podnikajúce pod spoločnou obchodnou značkou a sú výsledkom expanzie firiem – hotelových spoločností formou výstavby nových ubytovacích zariadení, akvizície, prenájmu, manažérskych zmlúv ako aj zmlúv o pripojení hotelov formou franchisingu, čo je momentálne najrýchlejší, najjednoduchší a najčastejšie používaný spôsob zapojenia hotelov do hotelového reťazca.

Pri porovnávaní množstva hotelov zapojených do hotelových reťazcov z celkového množstva hotelov v iných krajinách a na Slovensku sme zistili, že ich počet na Slovensku je niekoľkonásobne nižší.

Medzinárodné hotelové spoločnosti si veľmi pozorne vyberajú destinácie pre ich ďalšiu expanziu, nakoľko cieľmi účastníkov cestovného ruchu spravidla nie sú hotely, ale destinácie. Ak si zahraničná hotelová spoločnosť vyberie Slovensko ako miesto pre výstavbu, získanie, zapojenie, prenájom alebo riadenie hotela, Slovensko je atraktívna krajina z hľadiska podnikateľských príležitostí. Vstup zahraničných hotelových spoločností na Slovensko otvára priestor pre jeho globálne zviditeľnenie a tiež stimuluje vstup ďalšieho zahraničného kapitálu do tejto lokality, čo prinesie v prvom rade rast zamestnanosti nášho obyvateľstva a s tým súvisiaci rast životnej úrovne, na druhej strane zvýšenie konkurencie na našom trhu, čo spravidla vedie ku ostrému konkurenčnému boju a likvidácii podnikov, ktoré nie sú dostatočne konkurencieschopné ale i ku celkovému zvýšeniu štandardu kvality poskytovaných služieb. Vzhľadom na fakt, že na Slovensku pôsobí omnoho menej medzinárodných hotelových spoločností ako v okolitých krajinách, musíme otázku atraktívnosti destinácie Slovensko preskúmať.

Hotelové reťazce svojimi prísnyimi štandardami kvality vo všetkých svojich hoteloch majú imidž zaručenej stanovenej kvality služieb a preto sú často zákazníkmi uprednostňované pred neznámymi miestnymi hotelmi. Taktiež ich globálne rezervačné systémy uľahčujú klientom výber destinácií a v rámci nich aj výber konkrétnych ubytovacích zariadení, ako aj samotný proces rezervácie nielen izieb, ale aj služieb, napr. požičovní áut.

Na Slovensku pôsobí momentálne 9 medzinárodných hotelových reťazcov, ich prehľad poskytuje tabuľka č. 1:

Tabuľka č. 1: Prehľad medzinárodných hotelových reťazcov pôsobiacich na Slovensku v roku 2004

	Hotelový reťazec	Názov hotela	Trieda	Lokalita	Kapacita – počet izieb
1.	Top International	Devín	****	Bratislava	100
	Top International	Dukla	****	Bratislava	104
	Top International	Magnólia	***	Piešťany	122
2.	Acc Nifos	Bratislava	***	Bratislava	262
	Acc Nifos	Tatra	***	Bratislava	86
	Acc Nifos	Kyjev	***	Bratislava	185
3.	ACCOR	Ibis	****	Bratislava	120
4.	Best Western	West	****	Bratislava	49
	Best Western	Koruna	****	Nitra	16
	Best Western	Reduta	***	Lučenec	42
5.	Holiday Inn	Holiday Inn	****	Bratislava	131
6.	Inter-Continental Hotels & Resorts	Forum	****	Bratislava	224
7.	Meydan Hotels	Danube	****	Bratislava	280
8.	Orea Hotels	Club	***	Bratislava	31
9.	Radisson SAS	Radisson SAS	****	Bratislava	168
Spolu	9	15			1 920

Zdroj: Vlastny prieskum na internete a vlastne prepocety, <http://www.zoznam.sk> november 2004

V Českej republike a v Rakúsku pôsobí minimálne 26 zahraničných medzinárodných hotelových reťazcov, v Poľsku 12 a v Maďarsku ich je tiež minimálne 13, s podstatne vyšším počtom hotelov zapojených do týchto reťazcov než na Slovensku .

No musíme si uvedomiť druhú stránku veci, a síce, že hotely nie sú hlavným cieľom turistov, hlavným cieľom je destinácia. Slovensko ako destinácia má hosťom čo ponúknuť, okrem mora máme všetky atraktivity, ktoré môžu turistov zaujať, problém je, že ich nevieme predať. Kým Česká republika získala z AZCR v roku 2002 3,1 mld. EUR, Maďarsko 3,5 mld. EUR, Slovensko získalo len 766 mil. EUR.

Výhody členstva hotelov v medzinárodných hotelových reťazcov spočívajú najmä v nasledovných atribútoch:

1. Schopnosť medzinárodných hotelových reťazcov preniknúť na nové trhy rýchlejšie a ľahšie vzhľadom na množstvo nehmotných aktív a logistických zručností, ktorými dokážu vybaviť každý novo asociovaný hotel pri nižších nákladoch ako firmy začínajúce podnikat' v hotelierstve.
2. Ich manažérske a organizačné vedomosti dovoľujú využívať najdokonalejšie spôsoby výroby na báze day-to-day, kontroly a údržby hotelov. Ich schopnosť investovať do tréningov a školení personálu umožňuje nábor a udržanie lepšieho personálu.
3. Dostupnosť globálneho cestovateľského rezervačného systému je tiež prijímaná zahraničnými turistami ako výhoda a spôsob uľahčenia rezervačného procesu.
4. Vzhľadom na svoju veľkosť nakupujú vo veľkých množstvách, čo im umožňuje dosiahnuť u dodávateľov nižšie nákupné ceny.
5. Vzhľadom na svoju známu obchodnú značku majú silnejšiu pozíciu pri rokovaniach s tour-operátormi ako nezávislé hotely.

Svetová konkurencia tlačí hotelové spoločnosti ku vytváraniu a udržaniu konkurenčnej výhody cez získavanie zákazníkov redukciou nákladov pri súčasnom udržaní úrovne poskytovaných služieb. Konkurenčná výhoda je tiež vo vysokej miere založená na schopnosti nájsť nové riešenia v nových situáciách v dynamickom prostredí.

Tieto spoločnosti ponúkajú svoj produkt agresívnejšie, investujú vysoké sumy do reklamy doma i v zahraničí a vytvárajú prepojenia s ďalšími hotelovými reťazcami, tour operátormi, leteckými spoločnosťami, s internetovými portálmi, čo ešte viac posilňuje ich pozíciu na svetovom trhu.

V úsilí zabrániť tomuto vplyvu, množstvo nezávislých hotelov sa spája, aby vytvorili marketingové konzorciá, ktoré realizujú efektívnejšie centralizované marketingové aktivity. Konzorciá ako Best Western Hotels, Inter Hotels a Prestige Hotels vytvárajú silnú protiváhu veľkým hotelovým reťazcom a sú atraktívnou alternatívou pre tour-operátorov.

Rozvoj hotelových reťazcov po horizontálnej i vertikálnej línii súčasne s permanentným zdokonaľovaním služieb im dáva možnosti synergických efektov pre maximálne uspokojenie potrieb zákazníka.

Rebríček najúspešnejších hotelov na Slovensku uvádza každoročne príloha Trendu, Trendtop v cestovaní, na stránkach ktorého sa každoročne presviedčame, že najúspešnejšie slovenské hotely sú členmi medzinárodných hotelových reťazcov, ale tiež, že medzi najlepšími sú tiež hotely slovenských hotelových reťazcov, z ktorých momentálne najstarší a najväčší je SOREA.

Musíme tiež podotknúť, že mnoho hotelov z tých, ktoré sú momentálne členmi medzinárodných hotelových reťazcov, boli pôvodne členmi štátom vytvoreného veľkého a vo svete známeho hotelového reťazca Interhotely, ktorý bol však zlikvidovaný rozpredaním jednotlivých hotelov. V posledných rokoch sa objavili aj nové slovenské hotelové reťazce, ktoré spravidla vznikli privatizáciou existujúcich hotelov. Aktuálny zoznam tuzemských hotelových reťazcov pôsobiacich na Slovensku udáva tabuľka 2.

Tabuľka č. 2: Domáce hotelové reťazce na Slovensku v roku 2004

Hotelový reťazec	Počet zariadení *	Počet zariadení **	Počet zariadení***	Počet zariadení ****	Spolu
Bonbon Hotels			3	1	4
Hotely Plus	7				7
Junior		3	2		5
SOREA	1	6	9		16
Spolu	8	9	14	1	32

Zdroj: Vlastný výskum na internete a vlastné prepočty, <http://www.zoznam.sk>, november 2004

Počet zahraničných hotelových reťazcov na Slovensku stúpa geometrickým radom, svedčí o tom fakt, že kým v roku 1994 bol na Slovensku jediný hotel zapojený do zahraničného hotelového reťazca, v roku 2001 už boli na Slovensku 4 zahraničné hotelové reťazce a momentálne sme ich našli 9. No súčasne pripomíname, ako sme už uviedli, na základe dostupných údajov, že v Českej republike sme ich našli 26, rovnako aj v Rakúsku, v Maďarsku sme ich zatiaľ našli 21 a v Poľsku 12, čo nie sú definitívne čísla.

Príčiny záujmu hotelov o zapojenie do hotelového reťazca môžeme zhrnúť nasledovne:

- získajú značku, ktorá:
 - vylepší imidž hotela,
 - získa lepšiu pozíciu pri rokovaní s obchodnými partnermi,
 - má dôveru u zákazníkov,
- manažérske know-how pre všetky činnosti spojené s riadením a údržbou hotela, pričom výrazne sa uľahčí práca najmä marketingovému oddeleniu hotela vďaka centralizovaným marketingovým aktivitám hotelového reťazca, resp. hotelovej spoločnosti,
- prístup na svetové trhy prostredníctvom centrálného globálneho rezervačného systému,
- komplexný marketing,
- TQM,
- udržateľný rozvoj,
- úsporu nákladov vďaka lepšej organizácii práce, ako aj výhodnejším nákupom,
- vyšší zisk.

Aktuálna situácia v hotelierstve na Slovensku a príčiny jej stavu budú predmetom nášho ďalšieho výskumu, nakoľko vyžadujú dôkladnú analýzu. Zatiaľ sme dospeli k nasledovným záverom:

- v konkurencii so svetovo známymi destináciami na globálnom preplnenom trhu s ubytovacími službami má Slovensko veľmi ťažkú pozíciu, nakoľko je málo známe a o imidže postkomunistických krajín sme už písali, čo sa odráža aj v záujme zahraničných turistov o našu destináciu,
- záujem o ubytovacie služby na Slovensku má s výnimkou Bratislavy výrazne sezónny charakter,
- negatívne dôsledky privatizácie hotelov sa odrážajú aj na výkonoch hotelov, ktoré sa často dostali do rúk ľudí bez skúseností s podnikaním v tejto oblasti,
- úspešné nezávislé hotely v Európe si udržiavajú svoju nezávislosť vďaka svojmu menu, dlhoročnej existencii a stálemu okruhu zákazníkov, pričom využívajú na svoje zviditeľnenie okrem iných nástrojov aj internet, taktiež sa zapájajú do hotelových reťazcov združujúcich nezávislé hotely, ako napr. Best Western, mnohé sídlia v historických objektoch v najlepších lokalitách v centrách európskych metropol,
- majitelia hotelov na Slovensku pravdepodobne tiež dávajú prednosť svojej nezávislosti, no tiež je možné, že nespĺňajú náročné kritériá ktoré si hotelové spoločnosti stanovujú pre novo prijímané hotely, v čom im bráni nepriaznivá finančná situácia
- trendy vo vývoji situácie v hotelierstve na Slovensku naznačujú pozitívne smerovanie, rastie počet hotelov zapojených do zahraničných aj tuzemských hotelových reťazcov, ako aj počet novo

vybudovaných zariadení, no zďaleka nie sú využité všetky možnosti na zvýšenie ich atraktívnosti a výkonov.

LITERATÚRA

1. Go, F. M., Pine, R.: Globalization strategy in the hotel industry, Routge, London, 1995, ISBN 0-415-10323-1
2. Holloway, J. C.: The business of Tourism, Pitman, London, 1989, ISBN 0273 030 264
3. Novacká, Ľ.: Hotelierstvo, SOFA, Bratislava, 1994, ISBN 80-85752-18-2
4. Novacká, Ľ.: Globalizačné trendy v cestovnom ruchu, In: Zborník Trendy rozvoja teórie a praxe v obchodnom podnikaní v ére globalizácie, OF EU, Bratislava, 2001, s. 439 - 440, ISBN 80-225-1476-4
5. Novacká, Ľ.: Satelitný účet a jeho aplikácia pre meranie efektov cestovného ruchu, In: Zborník výsledkov výskumu katedry služieb a cestovného ruchu Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity projektov VEGA a Inštitucionálnych projektov, s. 200 - 206, ISBN 80-225-1773-9
6. Schlevkov, A.: Tourism on the Threshold of the Third Millenium, prezentácia na konferencii Global Tourism Trends, Praha, 29. 3. 2004
7. Sirotková, A.: Globalizácia v hotelierstve, In: Zborník Trendy rozvoja teórie a praxe v obchodnom podnikaní v ére globalizácie, OF EU, Bratislava, 2001, s. 453 – 456, ISBN 80-225-1476-4
8. Vyhláška č. 419/2001 Z. z., Príloha, s. 1-2
9. Ministerstvo hospodárstva, internet: <http://www.economy.gov.sk>, 19.11. 2004
10. Návrh stratégie rozvoja cestovného ruchu do roku 2013, internet: <http://www.economy.gov.sk/index/go.php?id=193> , 19.11. 2004
11. Sektorový operačný program Priemysel a služby, internet: <http://www.economy.gov.sk/index/go.php?id=209> , 19. 11. 2004
12. WTO, internet: <http://www.world-tourism.org>, 12. 11. 2004

Pôvod hospodárskych problémov Nigérie

Ing. Juraj Skovajsa – Fakulta medzinárodných vzťahov EU v Bratislave

ABSTRACT

Nigeria is a country full of contrasts. The enormous plenty of natural resources, good climate for farming, precious rain forests are in a contrast with the situation and poor standard of living of the common Nigerians. The wealth coming from Nigeria's natural resources is to a great extent absorbed by the elite of the Nigerian society. The inability and resistance of the government to use the nation's wealth in favor of the whole country is worth concerns. The society is polarized and fantasized by local politicians, in order to gain further political power and wealth. Although local top politicians announce, from time to time, a new development strategies and plans to improve the life in Nigeria, we can not expect any improvements in the near future. We have learned from the past that none of these plans has ever been successfully implemented due to chaotic and inconsistent implementation.

Nigéria patrí medzi najväčšie krajiny Afriky a je so svojimi 135 mil. obyvateľmi najľudnatejšiou krajinou Afriky. Taktiež patrí medzi krajiny najviac obdarené prírodným bohatstvom a je najväčším producentom ropy v Afrike a je najväčším dodávateľom ropy pre USA. Napriek svojmu nesmiernemu prírodnému bohatstvu, či už v podobe nerastných surovín alebo podnebia vhodného na poľnohospodárstvo je Nigéria veľmi chudobnou krajinou. V rámci organizácie OPEC je najchudobnejšou krajinou, ktorá patrí do tohto združenia a podľa rôznych zdrojov je 14 až 16 najchudobnejšou krajinou sveta, podľa percenta obyvateľstva žijúceho v chudobe (približne 60 %). Učelom nasledujúceho textu bude hľadanie príčin súčasného zlého stavu tejto krajiny. Najskôr bude načrtnuté teoretické vysvetlenie hospodárskych, sociálnych a politických problémov viacerých krajín bohatých na nerastné suroviny. V tejto súvislosti sa hovorí o „prekliatí“ nerastného bohatstva, ktoré sa objavuje u viacerých krajín bohatých na prírodné zdroje (krajiny bývalého Sovietskeho zväzu, Nigéria, Irak a pod.)

Prekliatím nerastného bohatstva sa nazýva fenomén, keď krajiny bohatá na prírodné zdroje vykazuje veľmi nízku hospodársku úroveň a rast. Vznikli viaceré teórie zaoberajúce sa týmto fenoménom a objasňujúce jeho mechanizmy.

Medzi ne možno zaradiť teóriu 1) *Holadnského prekliatia*, podľa ktorej sa znižuje konkurencieschopnosť krajiny vyvážajúcej veľké množstvo nerastných surovín. Následkom vývozu sa znižujú ceny, čím sú znevýhodňované ostatné odvetvia hospodárstva a zvyšujú sa dovozy. Ťažobný priemysel produkuje veľké zisky pri zamestnaní malého počtu pracovníkov, nakoľko sú ostatné odvetvia v úpadku vzniká problém vysokej nezamestnanosti a súčasne sa krajina stáva závislá na dovoze akýchkoľvek priemyselných a často i poľnohospodárskych produktov.

Ďalším vysvetlením skúmaného fenoménu je 2) *volatilita cien nerastných surovín*, ktorá je veľmi výrazná najmä pri ropy. Hospodárstvo, závislé na cenách ropy, kopíruje krivku ceny ropy. Ak sú ceny ropy vysoké, v hospodárstve panuje optimizmus, štáty majú vyrovnaný resp. prebytkový rozpočet, štát masívne investuje a používa tieto zisky na upokojenie sociálnej situácie. Pri poklese cien danej komodity však nastáva pravý opak, štát sa zadlžuje, neinvestuje do infraštruktúry a dochádza k problémom s nedostatkom zahraničnej meny na financovanie importov, na ktorých je krajina závislá. Takéto kolísanie znemožňuje fiškálne plánovanie a značne destabilizuje ekonomiku.

V čase vysokých ziskov dochádza i k ďalšiemu javu, a to zvýšenie množstva peňazí v obehu, nakoľko vláda prudko zvyšuje svoje výdavky v danej ekonomike. So zvyšovaním množstva peňazí v obehu prichádza zákonite i inflácia, ktorá znižuje príjmy všetkých subjektov v hospodárstve a neutralizuje do istej miery zvýšené zisky z nerastných surovín. Posledne spomenuté sa najviac

prejavuje u krajín výrazne špecializovaných na vývoz jednej komodity . Tento jav sa nazýva i 3) *neefektívna špecializácia* a prejavuje v značnej cenovej nestabilite spojenej s fluktuáciou cien komodít.

Ďalším procesom, ktorý bol identifikovaný je zodpovedný za minimálny prínos nerastného bohatstva pre krajinu ako celok je tzv. 4) „rent seeking“. Ide o snahy rôznych záujmových skupín o získanie podielu z ťažby pre seba, pričom vyvíjajú nátlak na štátnych zamestnancov. Prípadne ide priamo o politické špičky, ktoré sa samy zvýhodňujú a obchadzajú zákony zneužívajúc svoju moc a postavenie. Paralelným javom sú neefektívne resp nefunkčné inštitúcie a korupcia (Jonášiová, 2005).

SITUÁCIA V NIGÉRIÍ

Pri svojom vzniku bola Nigéria nádejným kandidátom na pozíciu ekonomického obra a hegemóna vo svojom regióne, čo bolo cieľom vtedajších vodcov. Boli vybudované dôležité prvky infraštruktúry s kľúčovým postavením poľnohospodárstva a priemyslu (ten tvoril až 80% HDP v roku 1960, v roku 1995 to však bolo už len 1,5%). Do sedemdesiatych rokov bolo poľnohospodárstvo dominantným sektorom hospodárstva. Od roku 1961 mala Nigéria viac ako päť rozvojových plánov na premenu svojho hospodárstva založeného na poľnohospodárstve na priemyselné hospodárstvo. V 60-tych rokoch bola uplatňovaná stratégia substitúcie importov. Hlavným cieľom Nigérijskej hospodárskej politiky bola ochrana domácich odvetví vysokými clami a inými obchodnými prekážkami.

V sedemdesiatych rokoch došlo k výraznému rastu cien ropy a zvýšeniu ziskov, čo umožnilo naštartovanie reformy hospodárstva v smere jeho industrializácie. Celý proces sa však čoskoro zdeformoval a ďalej sa rozvíjal len ťažobný priemysel. Ťažba ropy však v prípade Nigéria neprinesla krajine bohatstvo a pokrok ale zapríčinila úpadok. Vzhľadom na vysoké zisky plynúce z ťažby sa všetka pozornosť sústredila týmto smerom, pričom došlo k úpadku a takmer zániku ostatných odvetví (neefektívna koncentrácia). V poľnohospodárstve sa začali objavovať problémy ako, úpadok infraštruktúry, akútny nedostatok kapitálu, značné technické a technologické zaostávanie, zhoršenie životného prostredia, vysoké náklady na vstupy do poľnohospodárskej výroby, nedostupnosť hnojív, a pod., pričom sa závažnosť týchto problémov rýchlo stupňovala.

Problematické bolo i samotné využitie ziskov z ropy. Vláda rozbehla veľké projekty na obnovu vojnou zničenej krajiny. Neexistovala však žiadna ucelená rozvojová stratégia. Nikdy nebol vypracovaná štúdia o potrebnosti a užitočnosti daných projektov. Už v roku 1978 sa však výnosy z ťažby ropy výrazne znížili a Nigéria sa musela v záujme dokončenia rozbehnutých projektov výrazne zadĺžiť.

Malé výnosy a zisky v poľnohospodárstve viedli k obrovskej migrácii z vidieku do miest, poľnohospodárstvo už nebolo schopné užiť miestnych ľudí. Projekt rozvoja priemyslu v Nigérii sa nepodarilo naplniť. Po ére vysokých výnosov z ťažby ropy mala Nigérijská vláda dostatočné prostriedky na industrializáciu krajiny. Plný efekt sa dostavil v rokoch 1987 až 1992 keď objem priemyselnej produkcie rástol v priemere 8% ročne. V nasledujúcom období sa však tento pokrok zastavil, čo bolo čiastočne následkom nižších príjmov z vývozu ropy v polovici osemdesiatych rokov. Nigéria trpela nedostatkom zahraničnej meny, potrebnej na dovoz surovín a investičných statkov. Zaujímavý je problém dovozu ropných produktov, nakoľko sú nigérijské rafinérie vo veľmi zlom stave v dôsledku zlej údržby a úmyselných sbotáží, je nutné tieto produkty dovážať. Často sa pri ich dovoze vyskytujú podvody a machinácie v podobe neúmerne vysokých cien raspektíve fiktívnych dovozov, za ktoré vláda platí nemalé čiastky. Existujúce výrobné kapacity neboli dostatočne využívané, podiel priemyslu na tvorbe HDP výrazne klesol a čoskoro začala Nigéria technologicky zaostávať. K ďalšiemu úpadku priemyslu dopomohla nevhodná hospodárska politika, vysoké úrokové miery, inflácia spôsobená prílišnými deficitmi štátneho rozpočtu a neuvážená liberalizácia. Hospodárstvo sa stalo nebezpečne závislé na ťažbe ropy, v roku 1998 predstavovali zisky z exportu ropy až 98% všetkých exportných príjmov.

Nigéria disponuje okrem ropy i množstvom ďalších minerálov, ktoré by mohli prispieť k zlepšeniu životnej úrovne obyvateľov. Významné sú zásoby, cínu, zlata, železnej rudy, a mnoho ďalších. Tieto náleziská však nie sú využívané. Dôvodom je nedostatok kvalifikovanej pracovnej sily, slabá technologická základňa, obtiažny vstup zahraničného kapitálu a slabá politická vôľa.

Jednosmerné zameranie hospodárstva, nevhodný plán rozvoja a zadlženosť sú považované za hlavné príčiny Nigérijskej chudoby. Kým v roku 1980 bol priemerný HDP na osobu 1000 USD, v roku 1999 to bolo už len 310 USD. Podiel obyvateľov žijúcich v chudobe sa zvýšil v rovnakom období z 27% na 60%. Veľmi významný je neoficiálny sektor ekonomiky, ktorý podľa odhadov tvorí 40 až 45% ekonomickej aktivity v Nigérii. (Biodun Adedipe, Ph.D., 2004)

Dvãdesiate roky sú v prípade Nigérie označované ako obdobie stratených šancí a obrátov. Množstvo reforiem, z ktorých mnohé neboli dotiahnuté, a zmien si vyžiadalo svoju daň na hospodárstve. Veľkou príležitosťou bolo obdobie vysokých cien ropy v roku 1990. S nástupom vojenského režimu bola zastavená deregulácia a liberalizácia hospodárstva. Vláda začala regulovať menový kurz a úrokové miery, ktoré dosahovali až 78% u centrálnej banky a 150% v komerčných bankách. Inflácia sa vyšplhala na 57% v roku 1995. Krajina bola bez akejkoľvek hospodárskej stratégie a monetárna politika bola úplne neúčinná pri kontrole expanzívnych fiškálnych výdavkov.

Začiatkom nového milénia bola krajina bez jasného smerovania. Slabé právne prostredie a takmer nefunkčné inštitúcie eliminovali akékoľvek zlepšenie situácie v dôsledku zvýšených cien ropy. Až v roku 2004 prišla vláda s novým strednodobým plánom, ktorého jadrom je posilnenie hospodárstva a zabezpečenie rastu do roku 2007.

Hlavné dôvody slabého hospodárstva:

Deregulácia a nedostatočná infraštruktúra

Deragulácia, drastické zníženie cieľov a odstránenie netarifných bariér spolu s neschopnosťou poskytovať efektívnu infraštruktúru minimalizujúcu náklady výrazne ovplyvňujú vývoj krajiny. Nigérijskí výrobcovia si totiž musia sami zabezpečiť vlastný zdroj energie, vody, dopravu dokonca i bezpečnosť, aby neboli odkázaní na nespôľahlivé a nedostatočné dodávky od verejného sektoru. Toto vedie k predražovaniu produkcie, ktorá svojou cenou a kvalitou neobstojí v konkurenčnom boji so zahraničnou produkciou.

Otvorenosť ekonomiky

Hospodárstvo je viac a viac otvorené a stalo sa príliš závislé na dovozoch zo zahraničia., najmä na dodávkach jedla a iných kozumných tovarov. Dovozy lacných potravín vytlačujú z trhu miestnych farmárov.

Zadlženosť

Nigéria je zaťažená vysokým domácim i zahraničným dlhom, čo zamedzuje súkromné investície. Táto situácia vytvára tlak na štátny rozpočet a akékoľvek investície do infraštruktúry, čo by pomohlo agrárnemu i priemyselnému sektoru, sú takmer nemožné. Taktiež ľudia nemajú prístup k základným sociálnym službám ako prístup k vode, zdravotná starostlivosť a vzdelanie.

BEZPEČNOSTNÁ SITUÁCIA V NIGÉRII

Pre úplnosť obrazu o stave krajiny dodávam i informácie o bezpečnosti a násilnostiach v Nigérii. Neustále boje o moc, polarizácia a fanatizácia spoločnosti vedú k násilnostiam medzi jednotlivými skupinami prívržencov politických strán. Mrzačenie, bitie a vraždy prívržencov inej politickej strany je relatívne bežné, pričom polícia nejaví väčší záujem o riešenie týchto prípadov (dôvodom je slabé vybavenie, nevôľa, slabé ohodnotenie ale i zásahy z vyšších miest v prospech zločincov).

Bežné sú prípady keď politik preruší spojenie so svojim podporovateľom, čo sú zvyčajne bohatí obchodníci. Ak má tento pocit, že sa mu politik dostatočne neodmenil alebo nepresadzoval jeho záujmy, dochádza k násilnostiam. Asi najznámejším prípadom tohto druhu je politik z oblasti Kwaka,

kde sa miestny guvernér Mohammed Lawal vzoprel svojmu mentorovi Olusola Saraki-mu. Obaja boli pôvodne členmi tej istej strany ANPP, po incidente prestúpil Saraki do strany PDP spolu so svojimi prívržencami. Od toho okamihu pretrvávajú otvorené nepriateľstvo medzi Lawalom a Sarakim. Obe skupiny sa navzájom obviňujú z politicky motivovaných vražd, násilností, pokusov o atentát a zhromažďovania zbraní.

V auguste v roku 2002 bol zavraždený senátor Ahmed Pategi. Obe znepriatelené strany vyhlásili, že Pategi bol ich spojencom a preto mala druhá strana motív na jeho vraždu. (Human Rights Watch April 2003, Vol. 15, No. 9).

Časté sú taktiež násilnosti priamo v parlamente jednotlivých štátov, kde je neustále napätie medzi členmi jednotlivých strán.

Okrem násilností s politickým motívom destabilizujú celú krajinu i násilnosti založené na etnických, náboženských a interregionálnych rozdieloch. Pričom i tieto sú často motivované získaním politickej či ekonomickej moci. Politika je často ponímaná ako cesta k bohatstvu a pohodliu. Politici často využívajú náboženské či etnické rozdiely k získaniu podpory, zámerne vyvolávajú násilnosti, pričom väčšina obetí sú bežní ľudia, ktorí nie sú agazovaní v politike. Napríklad v severných regiónoch žije vedľa seba významná komunita muslimov a kresťanov. Miestni politici sa rozhodli túto situáciu využiť, či skôr zneužiť, a presadili zavedenie muslimského práva Shária do právneho systému. Argumentom bolo, že len Shária dokáže vyriešiť problém kriminality, pričom to bol jediný bod ich programu, s ktorým oslovovali svojich prívržencov. Zavedenie Shárie však viedlo prepuknutiu násilností, čo bolo logickým dôsledkom tejto aktivity. Nepokoje prepukli v roku 2000 a prišlo o pri nich o život najmenej 2000 ľudí.

Z uvedených údajov vyplýva, že Nigeria je jednou s krajín v ktorých sa prejavuje vyššie uvedené „preklatie nerastného bohatstva“. V Nigérii sú prítomné všetky procesy vysvetľujúce toto preklatie. Existencia nesmierne bohatej elity, do ktorej patria takmer všetci politici. Nefunkčnosť orgánov (napr. polície), korupcia, obchádzanie zákonov, podvody svedčia o prítomnosti „rent seeking“ procesu. Závislosť krajiny na dovozoch a enormná zadlženosť a nestabilita hospodárstva sú znakom neefektívnej špecializácie a náchylnosti na volatilitu cien nerastných surovín. O Holandskom preliatí svedčí 95% podiel vývozu ropy na celkových exportných príjmoch a veľmi malý podiel ostatných odvetví na tvorbe HDP, pričom podiel poľnohospodárstva a priemyslu od 60-tych rokov výrazne klesal.

Budúcnosť Nigérie je skôr v rukách domáceho obyvateľstva a vládnucej elity, ktorá svojou bezohľadnosťou a ignoranciou nesie zodpovednosť za tisíce mŕtvych, ktorí zomreli v ich bojoch o moc. Taktiež nesú zodpovednosť za milióny ľudí, žijúcich v chudobe a bez možnosti uspokojenia základných ľudských potrieb.

ZHRNUTIE

Nigéria je krajina plná kontrastov. Enormné prírodné bohatstvo v podobe obrovských zásob nerastných surovín či podnebia vhodného na poľnohospodárstvo a výskyt dažďových pralesov sú paradoxne v ostrom kontraste s postavením a životnou úrovňou bežných obyvateľov Nigérie. Bohatstvo je z obrovskej časti absorbované vládnucou elitou a niektorými záujmovými skupinami. Neschopnosť a nevláda vlády využiť bohatstvo tejto krajiny v prospech celej spoločnosti je alarmujúca. Naopak spoločnosť je silno polarizovaná a sfanatizovaná, čo miestna elita podnecuje a využíva vo svojich bojoch o moc a bohatstvo. I napriek istým pozitívnym snahám a plánom, ktoré sú z času na čas proklamované politickými špičkami, nemožno v blízkej budúcnosti očakávať zlepšenie životnej úrovne či stabilizáciu situácie v tejto krajine. Z minulosti vieme, že tieto plány neboli nikdy uskutočnené, nakoľko ich implementácia bola chaotická a nedôsledná. S ohľadom na utrpenie bežných Nigérijčanov nám len zostáva dúfať, že sa čoskoro na čelo tejto krajiny dostanú vzdelaní, zodpovední a neskorumpovateľní politici, ktorí berú ohľad na svoju krajinu a ľudí, ktorí v nej žijú.

ZDROJE

1. Central Bank of Nigeria, The Changing Structure of the Nigerian Economy (2000)
2. Graf W.D. : The Nigerian State, James Currey Publishers, ISBN: 085255314
3. Human Rights Watch April 2003, Vol. 15, No. 9 (A)
4. Jonášiová P.: Preklatie nerastného bohatstva- Kazachstna, ŠVOČ, FMV, Ekonomická univerzita v Bratislave, 2005
5. Loungan P. Finance & Development December 2003
6. Soludo C.C., the dept trap in Nigeria, Africa world press, 2003, ISBN: 1592210015

Internet

1. www.atlasusa.org
2. www.cenbank.org
3. www.cnn.com
4. www.cp.org
5. www.hrw.org
6. www.imf.org
7. www.ishr.org
8. <http://www.nationmaster.com>
9. <http://www.undp.org>
10. www.prospect-nigeria.org
11. www.usaid.gov

Kontakt

Fakulta medzinárodných vzťahov, Ekonomická univerzita Bratislava
E-mail: skovajsa@euba.sk

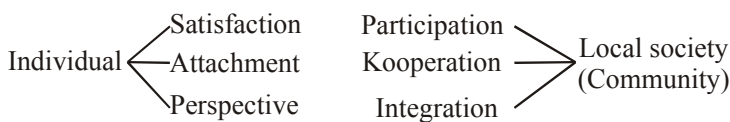
Satisfaction, attachment and participation in the local society

Melinda Smahó - Centre for regional studies HAS in Budapest

THE DIMENSIONS OF THE LOCAL SOCIETY

A research group of the Institute for Social Sciences (under direction Antal Bóhm dr., and László Pál dr.) investigated the structure, the development and the functioning mechanism of the local society during the 1980s in Hungary. The aim of the research was to assess and analyse the identity consciousness of individuals living in the rural area. The researchers developed six dimensions of the local society, whose operationalisation made possible, to estimate the characteristic features of the local society (*1. figure*).

1. figure: The dimensions of the local society¹⁴³



Satisfaction means how far the residents are satisfied with the functioning of the local institution system and the possibilities of local demand meeting. *Attachment* means the weaker or stronger insistence of individuals to their settlement, which can be defined as a totality of social, natural and artificial environment. The attachment can be based on family, ethnicity, historically etc. connections. *Perspective* means that the inhabitants imagine their own further life and/or the further life of their family on the given settlement, and they formulate these imaginations as well. Under *participation* is understood the possibility of inhabitants as individuals to intervene in the local decisions directly or indirectly. These decisions determine the life of residents in local level. *Cooperation* means the possibility of developing contacts, which are necessary to the every day life, in the formal and informal groups and organisations existing in the settlement. *Integration* means that the inhabitants can review the local stratum and group relations, they can place themselves and their family in these relations, and they are able to construe their social situation. [László Pál]¹⁴⁴

Satisfaction, attachment and perspective characterize the relation between individual and settlement. The participation characterizes the relation between community and settlement. The dimensions are built on each other in the following way: if an individual is satisfied with his/her living place, then he/she is twinned with it, and his/her identity with his/her living place is taking shape. It follows from this that this individual is going to have a perspective. Following this, the individuals can attain the highest stage, the integration through the participation and cooperation.

THE NEW HYPOTHESIS

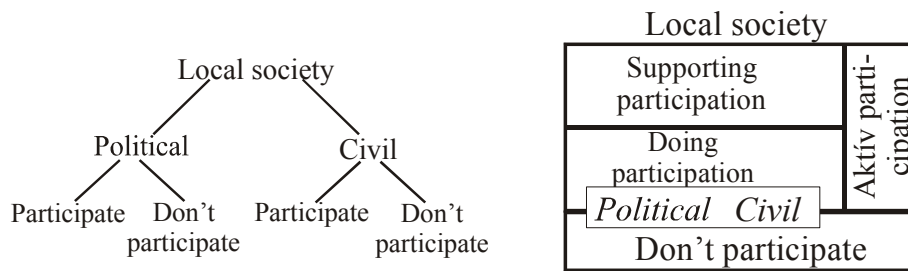
Concepts

Traditionally, we can divide the local society into political and civil sphere. According to this you can decide, who from the inhabitants of the settlement participate and who don't participate in the local political or civil life. In my hypothesis I watch the local society from an other point of view. I regard the participation in the local/political life as a group constituting criterion (*2. figure*).

2. figure: The traditional and the new division of the local society

¹⁴³ Bóhm Antal: Társadalomszerkezet, település, helyi társadalom (Structure of the society, settlement and local society) In: Helyi társadalom III. Strukturális viszonyok a helyi társadalomban 47. old. (In: Local society III. Structural relations in the local society. P.47.)

¹⁴⁴ Pál László: Kísérlet a "helyi társadalom" dimenzióinak megragadására (An experiment to catch the dimensions of the "local society".)



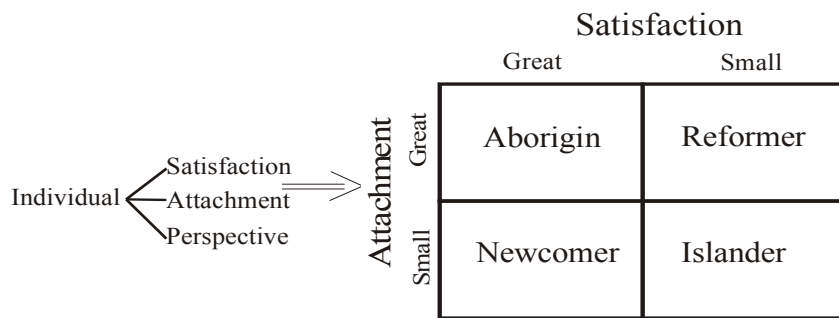
Under **doing participation** I understand the participation of the leaders and the volunteers of the local political and civil life (mayor, representatives of the local government, leaders and volunteers of civil organizations, organizers of the local programs and the cultural life) in the local society. Supporting participation means the presence of the residents in the local political and civil programs and the supporting of these programs. (participation in the local elections, cultural programs, sponsorship of programs) **Active participation** means the doing participation and the supporting participation together. People, who are living reserved, and don't participate in the local society at any way (don't participate in the local elections and in the different programs), are belonging to the **don't participate** category.

The satisfaction – attachment matrix

The starting point of my model is the relation between the two dimensions of the local society i.e. the satisfaction and the attachment. The satisfaction-attachment matrix can be placed between the first two dimensions of the local society, between satisfaction and attachment. The original model says that if an individual is satisfied with his/her living place, then he/she is twinned with it as well. I don't regard this proposition as an axiom. I think, that this proposition don't exhaust all possibility, because not only people, who are satisfied with their living place and are twinned with it as well, live in a settlement. The following question was arisen in my mind: Why is the model dealing only with this group of inhabitants? People who aren't satisfied with their living place or aren't twinned with it can live in a settlement as well. It can be imagined as well that somebody is satisfied with his/her living place but isn't twinned with it. In my hypothesis I distinguish the following combinations of the individuals' satisfaction with their living place and their attachment to it. Each resident of a settlement can be regarded as an element of this matrix, according to the measure of his/her satisfaction and attachment. To understand the model more easily, I gave a symbolic name to each element of the matrix (3. figure).

The *newcomer* is satisfied with his/her living place, but his/her attachment hasn't still developed to his/her living place. Those inhabitants of the settlement are belonging to this category, who have been living in the settlement for a short time or just have moved to the settlement. The great satisfaction with the living place follows from the choice of this settlement as a living place. The small attachment can be explained with the short time this people have spent in this settlement. The *aborigin* has a great satisfaction and a strong attachment to his/her living place. Inhabitants, who have been living in the settlement for a long time (e.g. they were born there, or they have moved there so long ago, that their attachment developed) and are satisfied with it, can be counted to this category.

3. Figure: The place of the satisfaction-attachment matrix between the dimensions of the local society



However, the great satisfaction doesn't encourage people to participate in the local society in doing way. These people usually are not interested in the local society in the level of doing participation. They are satisfied with the present situation, they don't initiate; they participate in the local society not in doing but in supporting way. The *reformer* has a great attachment to his/her living place, but his/her satisfaction with the living place is small. The great attachment and the small satisfaction encourage this people to initiate improvements and to participate in doing way in the local society in order to carry out the changes. People who have already moved away from the given settlement (satisfaction = 0), but still have a strong attachment to the place (for example native village, native town) constitute the extreme case of this category. They help the settlement „from the distance” as far as possible, and participate actively in the local society (e.g. organization of programmes, social capital). The *islanders* have a small attachment to his/her living place, and his/her satisfaction with the living place is small as well. This people either move away from the settlement or they are living there further as well, but in this case they are reserved maybe they are dissatisfied, but they don't do anything, they don't participate in the local society neither in supporting nor in doing way, they don't care for the issues of the local society.

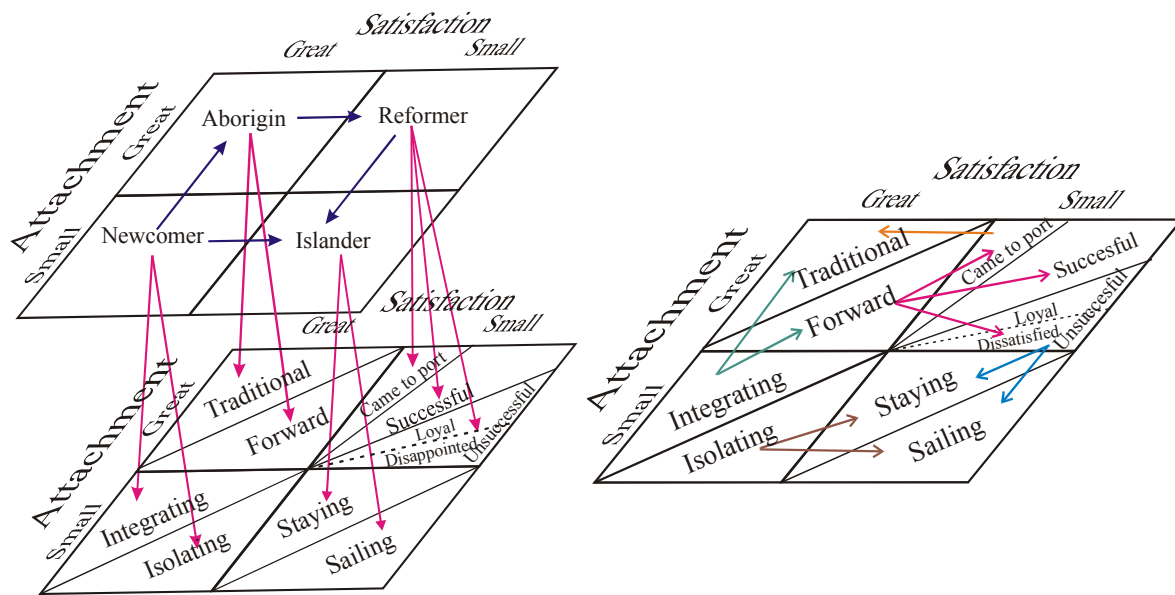
THE FORMATION AND CHANGE OF PEOPLE'S PARTICIPATION IN THE LOCAL SOCIETY

My model shows the perspectives belonging to each combination of satisfaction and attachment, and presents the potential movements between the categories (4. figure). The arrows show how the categories go to subcategories as well as the movements between the subcategories and within the categories.

People who have just moved to the settlement (newcomers) are satisfied with their living place (otherwise they wouldn't have chosen the given settlement as their living place), but their attachment to the settlement is still small because of the short time spent in this place. With the progress of time one part of the new residents gets better and better used to the new environment, adapt oneself to the local society, and their attachment to the living place is becoming stronger (*integrating newcomer* → *aborigin*).

The other part of the new residents (*isolating newcomer*) can't manage to adapt oneself to the local society, and their attachment to the living place isn't becoming stronger. They are living in the settlement as a "stranger" further as well, or their satisfaction with the living place is continuously decreasing (*isolating newcomer* → *islander*), and they are finally moving from this settlement.

4. figure: The satisfaction-attachment matrix and its subcategories



One part of the inhabitants of the settlement (*traditional aborigin*) stays at the level of a great satisfaction and great attachment, therefore doesn't participate in the local society in doing way. The other part of this group (*forward aborigin*) – while it has a strong attachment to their living place – begins to become dissatisfied after a temporary period of satisfaction. In addition to the dissatisfaction this people initiate, and want to carry out new ideas, which encourage them to participate in the local society in doing way (*forward aborigin* → *reformer*). An example for this case: an individual has an idea or a proposal, and he/she stands as a candidat in the local government, or establish a civil organisation in order to implement his/her idea.

There are further three possibilities before reformers:

- One part of the reformers (*reformers came to port*) is becoming satisfied again for a long time after the realisation of the changes they imagined, and therefore they don't participate in the local society in doing way any more. For example: a representative of the local government has reached his/her goal (projects and improvements, he/she considered important, were realised), and he/she doesn't stand as a candidat in the next period (*reformers came to port* → *traditional aborigin*). If such individuals or groups change each other in the local management of the settlement, the settlement will develop periodically and irregularly. Each developing period happens according to the interests of the local groups of power. It can occur as an extreme case, that the individual, who has participated in doing way in the local society, becomes satisfied again after he/she has been elected, or after realising some minimal improvements, or with getting fees. Therefore, he/she isn't initiating any more, his/her doing participation is becoming formal. It seems that there is a traditional aborigin in the place of a „reformer came to port“. The difference is only, that the „reformer came to port“ is formal counting as a doing participant. If such a group dominates in the local power, than development will stop, and therefore the decline will begin.
- The other part of reformers (*successfull reformers*) isn't becoming satisfied after reaching the targets were set. Instead of this they are becoming immediately dissatisfied again, they set new targets and make every effort to implement them. If this thin group of people is stable in the local power of a settlement, than this settlement will develop continuously and evenly.
- The third part of this group (*unsuccessful reformers*) don't manage to get their own ways (for example, their developing plan isn't accepted in the settlement) and therefore they remain dissatisfied. One part of them (*loyal unsuccessful reformers*) has a strong attachment to his/her living place and remains dissatisfied. Therefore he/she is trying to have a say in the life of the local society, and to become from supporting participant to doing participant (*loyal unsuccessful*

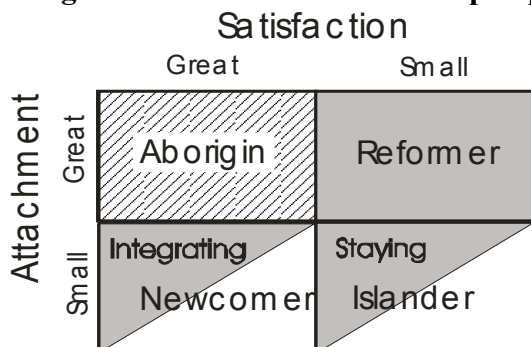
reformer→*successful reformer*). The other part of unsuccessful reformers (*disappointed unsuccessful reformers*) is disappointing. Their satisfaction is declining so significantly that they give up meanwhile their attachment (*disappointed unsuccessful reformer* → *islander*), and they live further reserved from the social life in the settlement (*staying islander*), or maybe they move from the settlement (*sailing islander*). For example, a previous doing participant “withdraws” from the life of the local society.

CONCLUSIONS

After thorough thinking two important conclusions can be drawn from this model.

- In my opinion, the optimal combination from the point of view of the dynamic and consistent development of the settlement is that the traditional aborigins support successful reformers stably. It means, that the inhabitants support such a local management and are satisfied with such a local management, which has a strong attachment to the living place, but which is continuously dissatisfied, always wants improve, and in this way ensure a consistent and continuous development of the settlement.
- According to the original model, if an individual is satisfied with his/her living place, than he/she is twinned with it, and his/her identity with his/her living place is taking shape.
- Thus, the model supposes, that only people, who are satisfied with their living place and who have a strong attachment to it, have a perspective. I coloured this group of people striped in the following figure (5. figure).

5. figure: Inhabitants who have a perspective according to the original and the new model



I drew the conclusion from the model I have built up, that not only the aborigins, but the integrating newcomers, the reformers and the staying islanders have a perspective as well. After all, perspective means that residents imagine their own life and/or the life of their family in the given settlement. Integrating newcomers are on a right tack to participate in the local society in doing or supporting way. Reformers struggle for the development of the settlement. Staying islanders – for all that they are dissatisfied with their living place and they haven’t got a strong attachment to it – continue their life in the given settlement, according to the policy „you must live somewhere”. I coloured this groups grey in the figure 5. So, according to my hypothesis only the isolating newcomers and the sailing islanders don’t have a perspective (coloured white in the figure 5.). Isolating newcomers are becoming staying or sailing islanders, but it can be seen only with the progress of time. Sailing islanders are going to move from the settlement first or last.

CONTACT

Hungarian Academy of Sciences, Centre for Regional Studies, West Hungarian Research Institute
E-mail: smahom@rkk.hu

Competitiveness based on innovations

Ing. Martina Styková - Faculty of economics UE in Prague

ABSTRACT

This article deals with innovations and competitiveness of a company. It provides some definitions related to the topic. It reviews issues, which affect the businesses and their competitiveness. An example of a successful innovator is provided. IKEA established some steps towards innovations, which led to the increased competitiveness. Finally, there are mentioned positive features and importance of innovations.

An innovation is a new or significantly improved product (good or service) introduced to the market or the introduction within an enterprise of a new or significantly improved process. Innovations are based on the results of new technological developments, new combinations of existing technology or the utilisation of other knowledge acquired by the enterprise.

Innovations may be developed by the innovating enterprise or by another enterprise; however purely selling innovations wholly produced and developed by other enterprises is not included as an innovation activity.

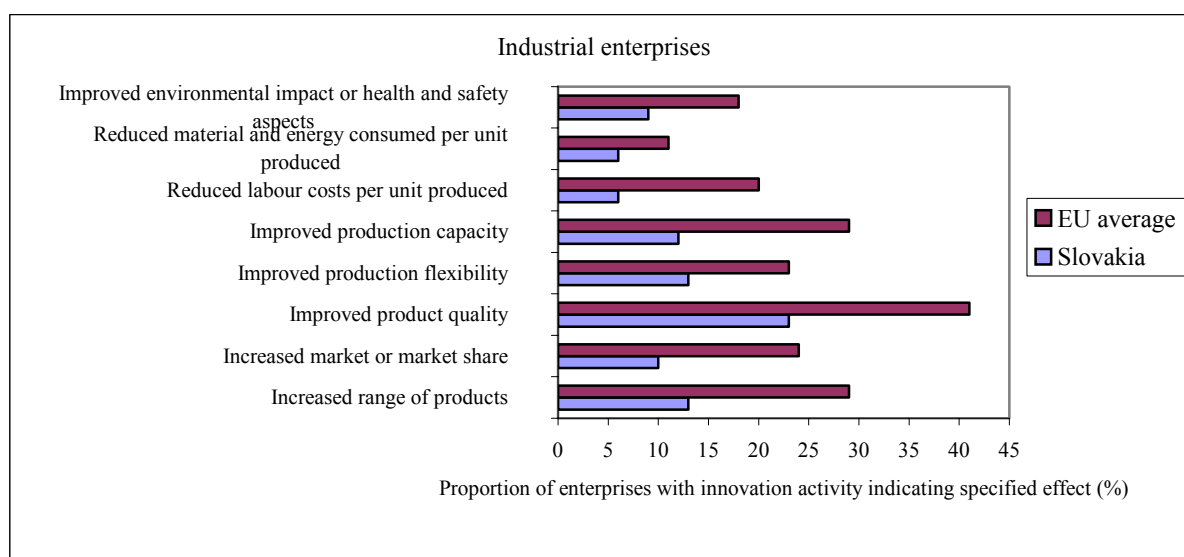
Innovations should be new to the enterprise concerned; for product innovations they do not necessarily have to be new to the market and for process innovations the enterprise does not necessarily have to be the first to have introduced the process.

A product innovation is a product (good or service), which is either new or significantly improved with respect to its fundamental characteristics, technical specifications, incorporated software or other immaterial components, intended uses, or user friendliness. Changes of a solely aesthetic nature are not included.

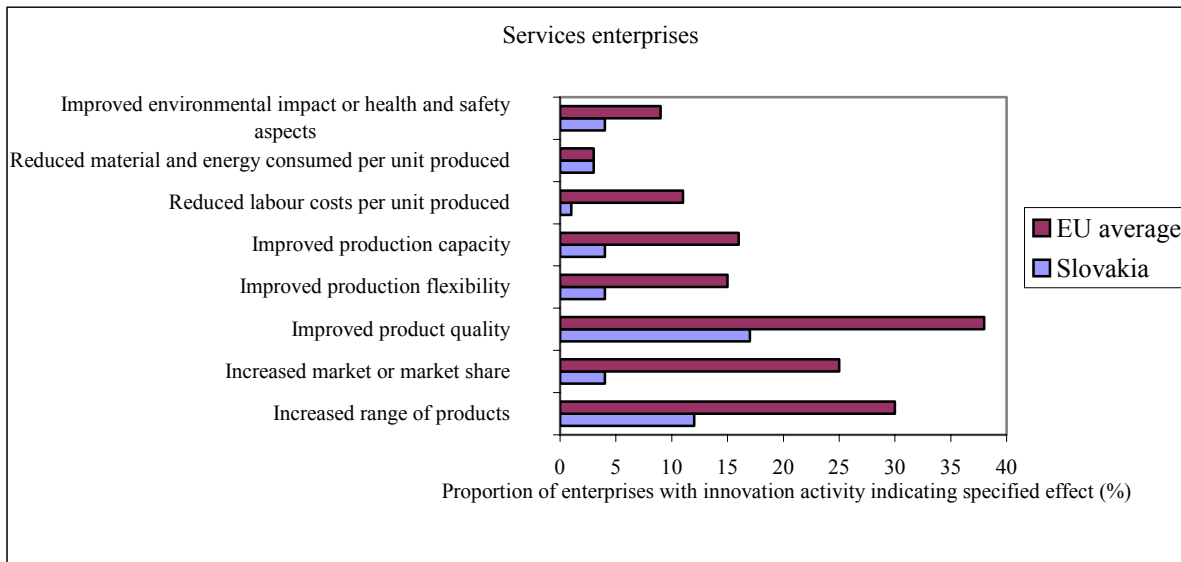
A process innovation includes new and significantly improved production technology, methods of supplying services and of delivering products. The outcome (of the process) should be significant with respect to the level of output, quality of products or costs of production and distribution. Purely organisational or managerial changes are not included.

Enterprises with innovation activity are enterprises that have had any kind of innovation activity during the survey period, i.e. have introduced or implemented new products and/or processes and/or have had on-going and/or abandoned innovation activity.

Competitive advantage is a firm's ability to transform inputs into goods and services at maximum profit on a sustained basis, better than competitors.



There are some characteristic features of the economy at the beginning of 21st century – strong influence of information and communication technologies, globalization, importance of knowledge and innovations, environmental matters, new forms of business organization. Considering this, top managers should pay attention to innovations, speed of doing business, information and knowledge and customer oriented approach. These areas must be a part of an active business strategy.



* data are taken from the Third Community Innovation Survey (CIS3)

It would appear that a higher proportion of industrial enterprises with innovation activity (as opposed to services enterprises) believe that innovations have an impact on their business. A considerably higher proportion of industrial enterprises with innovation activity indicated that innovation had a high impact on process oriented effects. Similar differences were recorded for the effects of innovations with respect to environmental impact or health and safety. Indeed, increasing the product range and increasing market share were the only two effects that were cited by more respondents from the services sector as compared to industry.

The most important impact (for industrial and services enterprises) was in terms of improving product quality. The next most important impact in industry was to increase production capacity, while in services it was to increase the range of products being offered.

All the listed impacts result in higher competitiveness of a company.

The presented data show that in comparison with the EU 12 about one half less of the Slovak enterprises declared high impact of their innovation activity on effects of the enterprise.

The Swedish furniture company IKEA is one of the most successful innovators and moved towards innovations in the furniture company. Because furniture has a high bulk compared to its value and because furniture is easily damaged in shipping, transport costs traditionally were high. Government trade barriers were unfavourable. What did IKEA do? IKEA's furniture was unassembled and therefore could be shipped more economically. IKEA also lowered costs by involving the customer in the value chain; the customer carried the furniture and assembled it himself. IKEA successfully expanded in Europe since customers in different countries were willing to purchase similar designs. However, after successfully expanding to several countries, IKEA ran into difficulties in the US market. In order to succeed in the US market, IKEA introduced some innovations there, for example: the Swedish beds were too narrow so IKEA had to offer beds required by the Americans. Measuring units in centimetres were replaced by measuring units in inches. The Swedish glasses were not suitable for people who like their drinks with a huge amount of ice. IKEA adapted the design to specific requirements set by the American markets and customers. Nowadays, the company uses local

resources and can reduce the prices. All these measurements increased competitiveness of the company and strengthened its position on the US market.

Innovation fuel sustainable economic expansion, creating high-wage jobs, world-class exports and productivity growth so critical to long-term competitiveness. Innovations also improve quality of life with new drugs and cures that help people live longer and healthier lives and agricultural advances that permit more bountiful harvest that help feed the world. Innovations are not created out of nothing; on the contrary, ideas resulting in innovations and development are the fruit of constant research efforts and the acquisition of knowledge over several decades. To conclude, top managers of the future should spend more time with innovations development and setting changes if they want to succeed in the new competitive environment.

It is important to perceive that innovations have a central position in the knowledge-based economy; they are a key factor for achieving of the higher competitiveness and dynamic economic growth of the society. The European Commission emphasized importance of provisions to support the innovation activity during the Lisbon summit in 2000 and in further meetings in Barcelona and Brussels. The strategic aim of technological and innovation development refers also to the new member states of the European Union.

LITERATURE

1. Kiernan, M. 1998. Inovuj, nebo nepřezijješ! Zásady strategického řízení pro 21. století. Praha: Management Press
2. Dupal, A., Baránek, I., Fuzyová, L. 1997. Manažment inovácií podniku. Bratislava: EKONÓM
3. Ferenčíková, S. 2001. Medzinárodná expanzia firiem. Trnava: Kon – Press
4. <http://www.quickmba.com/strategy/global/>
5. <http://www.hayek.sk>
6. http://www.dimenzie.sk/2001_04/05tema1.html

Vplyv priamych zahraničných investícií na ekonomiku SR

Ing. Katarína Štaffenová - EU v Bratislave

Rozhodujúcou formou prenikania zahraničného kapitálu do slovenskej ekonomiky sú priame zahraničné investície. Ich prílev do ekonomiky SR nadobúda na význame. Stávajú sa základom pre transfer nových technológií a know-how, modernizáciu výrobných zariadení a efektívnejšie integrovanie ekonomiky do medzinárodnej deľby práce. Výsledkom tohto procesu je skutočnosť, že investície sú priamym zdrojom výroby tovaru, ktorý je konkurencieschopným a úspešne sa etabluje na svetových trhoch, čím môže dôjsť k tvorbe devízových zdrojov.

Pozitívne výsledky z vloženia priamych zahraničných investícií do výroby sa neprejavujú okamžite, naopak v počiatočnej fáze dochádza práve k spotrebe devízových prostriedkov na nákup know-how, licencií, materiálov, technológií, polotovarov a podobne. Pozitívny vplyv tohto procesu sa objavuje až po začatí výroby a hlavne reinvestovaní vytvoreného zisku v danej krajine.

Z časového aspektu vstupu do určitej krajiny prechádza vplyv priamych zahraničných investícií na ekonomiku rôznymi vývojovými fázami. John H. Dunning ako jeden z významných teoretikov v oblasti skúmania priamych zahraničných investícií rozpracoval začiatkom osemdesiatych rokov teóriu – hypotézu, v ktorej špecifikuje nasledovné fázy rozvojového procesu:

1. V prvej fáze vzhľadom na nízku rozvojovú úroveň a neschopnosť v špecifickej oligopolnej súťaži efektívne využiť svoje prednosti prostredníctvom priamych investícií daná krajina v zahraničí neinvestuje. V prípade, že krajina využije možnosť exportu, dôjde k aktívnej medzinárodnej spolupráci. Zahraničné podniky súčasne začnú investovať v tuzemsku, avšak na základe obmedzených miestnych špecifických podmienok - nedostatočná infraštruktúra, malý trh, nedostatočná kvalifikácia pracovných síl - iba v malom rozsahu.
2. Druhá fáza zaznamenáva rast významu priamych zahraničných investícií v krajine. Je sprevádzaná pôsobením veľkého objemu výroby, ktorý zásobuje lokálny trh. Úroveň produktivity práce a výrobného procesu rastie, zatiaľ čo úroveň miezd je stále nízka. Priame zahraničné investície ešte nie sú previazané so zvyšným hospodárstvom danej krajiny. Priame zahraničné investície domácej krajiny sa vyskytujú iba zriedkavo, a ak aj existujú, sú v podobe priamych vývozných investícií so susednými štátmi, ktoré sú na porovnateľnej úrovni vývoja.
3. V tretej fáze dosahuje daná krajina zreteľne vyšší podiel priamych zahraničných investícií. Miestne spoločnosti nadobúdajú skúsenosti z rozvinutého trhu a z kontaktov so zahraničnými podnikmi, vďaka čomu výraznejšie prenikajú na zahraničné trhy. V dôsledku vyššej kvalifikácie a produktivity práce stúpa hladina miezd, čím krajina stráca výhodu v podobe lacnej pracovnej sily. Ďalšie zahraničné investície plynú do krajiny vplyvom vysokého dopytu, modernej infraštruktúry, existencie domáceho technologického rozvoja a podobne. Priame zahraničné investície sa prepájajú s domácim priemyslom a pomer medzi vývoznými a dovoznými PZI sa postupne zblíži.
4. Vo štvrtej fáze je daná krajina výrazným priamym investorom v zahraničí.
5. Dunning označuje piatu fázu ako rozvoj vnútroodvetvového medzinárodného obchodu opierajúceho sa o vnútroodvetvovú deľbu práce vo vlastnej výrobe. Rozhodnutia o mieste vzniku a otvorenia firemných pobočiek sú už menej orientované z pozície špecifik tej ktorej krajiny, väčšmi sa prihliada na dynamický efekt z rozvoja medzinárodnej deľby práce. Prílev priamych zahraničných investícií začína opäť rásť, avšak z rozdielnych dôvodov – napr. v dôsledku rozšírenia a spestrenia sortimentu.

Na základe výsledkov výskumu Inštitútu menových a finančných štúdií Národnej banky Slovenska je možné aplikovať uvedenú Dunningovu etapizáciu aj na vývoj priamych zahraničných investícií v SR. Prvá a čiastočne aj druhá fáza prebehla na Slovensku relatívne rýchlo, približne v rokoch 1990 – 1995. V súčasnej dobe sa rozvojový proces v SR nachádza zhruba v druhej fáze

Dunningovej etapizácie, avšak niektoré organizácie so zahraničnou majetkovou účasťou sa už nachádzajú na úrovni tretej fázy, čo znamená, že tieto spoločnosti sa napájajú na vnútorný priemysel a vytvárajú medziodvetvové a medziodborové väzby s pozitívnym vplyvom na zamestnanosť, objem výroby, zahraničný obchod a regionálny rozptyl. Tretia fáza Dunningovej schémy je veľmi dôležitou fázou, pretože práve v nej sa dosahujú strategické podmienky hospodárskeho rozvoja a okrem priamych zahraničných investícií by sa tu mala zvýrazniť aj schopnosť domáceho technologického rozvoja v odvetviach, pre ktoré má Slovensko optimálne podmienky.

Vplyv priamych zahraničných investícií na zamestnanosť a produktivitu práce

Pri vstupe zahraničných investícií do hostiteľskej krajiny je nevyhnutné skúmať, či vplyv priamych zahraničných investícií pôsobí v danej oblasti dynamickejšie ako domáce spoločnosti, či sa im darí lepšie pretaviť priaznivý vývoj vonkajšieho ekonomického prostredia do rastu výkonnosti a teda aj rastu zamestnanosti. Na základe prieskumov Inštitútu menových a finančných štúdií NBS môže SR skonštatovať priaznivý vplyv PZI na zamestnanosť ako i na celkovú úroveň práce a pracovnej sily.

Slovenské spoločnosti so zahraničnou majetkovou účasťou potvrdzujú, že bez vstupu zahraničného investora do ich spoločnosti by nedošlo k modernizácii výrobných zariadení a sortimentu vzhľadom na nedostatok vlastných zdrojov. Dôsledkom takejto skutočnosti by výroba stagnovala, prípadne by bola úplne pozastavená, čím by došlo k prepúšťaniu zamestnancov. Z vyššie uvedeného možno teda dospieť k záveru, že PZI majú významný vplyv na udržanie zamestnanosti. Prílev PZI nemusí automaticky znamenať aj zvýšenie zamestnanosti, pretože tu figuruje aj faktor produktivity práce alebo lepšej organizácie práce.

Prílevom PZI zaznamenáva hostiteľská krajina pozitívny vplyv aj v oblasti zvyšovania kvalifikácie pracovnej sily, pracovnej disciplíny a celkovo sa mení vzťah zamestnanca k práci. Slovenské spoločnosti registrujú aj tzv. multiplikačné efekty v prípadoch, keď materská spoločnosť vplyva na pracovníkov subdodávateľských firiem, aby si zvýšili svoju kvalifikáciu a organizáciu práce.

Vplyv priamych zahraničných investícií na transfer technológie a know-how

Priame zahraničné investície jednoznačne podporujú transfer technológie medzi partnerskými krajinami. Obzvlášť medzi vyspelými a rozvojovými krajinami predstavujú zahraničné investície významné distribučné kanály. Nie sú však jedinou možnosťou. Kapitál, technológie, know-how či ďalšie odborné znalosti možno zabezpečiť aj prostredníctvom trhu vo forme pôžičky, licenčnej zmluvy alebo pomocou konkrétnych poplatkov. Tieto trhové prostriedky sú alternatívou voči zahraničným investíciám ako prostriedok medzinárodného presunu zdrojov.

Čo sa týka transferu technológie do SR, spojenie so zahraničným investorom pozitívne ovplyvnilo v každom sledovanom prípade technickú úroveň výroby, kvalitu výrobkov ako i kvalifikáciu pracovníkov.

Prepojenie priamych zahraničných investícií na slovenský priemysel

Slovenská republika eviduje v súčasnom období rozširujúci sa vplyv prepojenia priamych zahraničných investícií na slovenský priemysel. Donedávna ho nebolo možné hlbšie skúmať vzhľadom na skutočnosť, že začína pôsobiť až v rozvinutejšej fáze priamych zahraničných investícií. Kľúčovú rolu v tejto oblasti pôsobenia zohrávajú veľké nadnárodné spoločnosti.

Prehlbovanie prepojenia priamych zahraničných investícií na slovenský priemysel sa prejavuje nasledovnými spôsobmi:

- výstavbou a budovaním dcérskych spoločností formou akvizície slovenských podnikov a ich následnou rekonštrukciou ako i budovaním nových spoločností,
- subdodávkami od nezávislých dodávateľov z rôznych odvetví a regiónov, čo má pozitívny regionálny vplyv a pozitívny účinok na zamestnanosť.

Uvedené skutočnosti napomáhajú rastu výroby, jej proexportnému smerovaniu a zároveň dochádza k oživeniu menších spoločností, ktoré sa vďaka zahraničnej spolupráci dostávajú na medzinárodnú úroveň.

V súčasnom období dochádza k pozitívnemu trendu vo vývoji vstupu priamych zahraničných investícií do SR, predovšetkým vďaka zlepšenému imidžu Slovenska v zahraničí, domácim legislatívnym podmienkam, priaznivému podnikateľskému prostrediu, kvalifikovanej a relatívne lacnej pracovnej sily a v neposlednom rade aj vďaka pozitívnemu hodnoteniu podnikateľského prostredia už etablovaných zahraničných investorov.

Okrem pozitív z prílevu priamych zahraničných investícií je možné očakávať aj určité negatívne dopady. Na Slovensku sa začína prejavovať útlm domáceho výskumu a vývoj progresívnych priemyselných odvetví. Ide najmä o väčšie spoločnosti, ktoré sústreďujú výskum obvykle v materských spoločnostiach, čo je ale celosvetovým javom. Taktiež komparatívnu výhodu lacnej pracovnej sily nie je možné považovať za trvalý jav, na ktorom možno stavať dlhodobé zahraničné investície. Je nevyhnutné zamerať sa na zvyšovanie kvalifikovanosti pracovnej sily a jej kreatívnych schopností, čo znamená podporu a rozvoj školstva, národného výskumu a inovačnej aktivity. Zároveň sa množia obavy, že by sa Slovensko mohlo stať tzv. montážnou dielňou Európy, čo by mohlo mať dopad na štruktúru nárokov na trhu práce, t.j. znížili by sa nároky na odbornosť pracovnej sily a mohlo by dôjsť k „úniku mozgov“ do zahraničia.

LITERATÚRA

1. HOŠKOVÁ, A.: Komparácia vývoja priamych zahraničných investícií na Slovensku a v transformujúcich sa ekonomikách. Bratislava, IMFŠ NBS, 2000, štúdia.
2. HOŠKOVÁ, A.: Vplyv priamych zahraničných investícií na ekonomiku Slovenska. Bratislava, IMFŠ NBS, 2001, štúdia.
3. HOŠKOVÁ, A.: The Effects of Foreign Direct Investment on Domestic Industry. Bratislava. BIATEC, ročník 9, 1/2001, str. 32-35.

Administration of GIS server for university need

Ing. Daniel Štásta - Faculty of business and economics MUAF in Brno

ABSTRACT

As usage of geographic data increases, the demand for data sharing and presentation appears. This paper describes the administration of the map server at Mendel University of Agriculture and Forestry (MUAF) in Brno, Czech Republic. It summarizes the possibilities of geographic data publishing on the Internet and describes its utilization in the education.

INTRODUCTION

Geographic information technologies (GIT) grow into integral part of our everyday life. With the growth of its importance it is necessary to integrate it into larger units to improve and simplify the administration and data sharing. It is also necessary to provide the access to the GIT to as highest number of users as possible and give them tools and utilities for analysis and processing. Because of its cost special GIT software is available to very limited number of users.

We need software that can serve the highest number of users with the lowest cost/user. We can find this software in the category of Internet products. Internet applications allow some basic operations with geographic data. Typical user needs only basic functions for displaying and querying. These needs can be satisfied with simple Web application.

To improve the efficiency of data administration it is useful to manage the geographic data with use of geodatabase.

The goal is to evaluate the possibilities of using the map server in education and presentation of the MUAF.

CURRENT POSSIBILITIES OF MAP PUBLISHING AND GEODATA SHARING

Modern Geographic information systems (GIS) are based on three-tier architecture. Main parts of this architecture are:

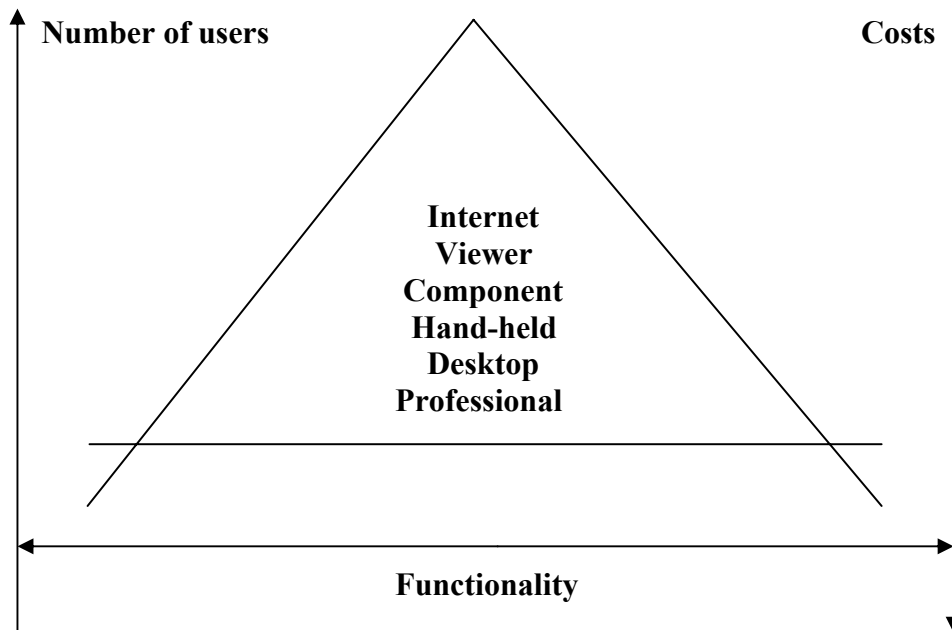
- user interface,
- tools,
- data management.

With IT terminology we can describe these tiers as:

- presentation tier,
- business logic tier (application tier),
- data tier.

While in the simplest case all three tiers are present on one single computer, in more complex and extended systems each tier has its own machine. This solution provides higher performance and flexibility. The communication between user application and information system is then realized on client-server architecture basis. User still works with the same user interface but with the other tiers he communicates via computer network. In larger companies this system can be spread over large geographic area and many computers. That's why the interest in Internet GIS solutions increases lately. Internet makes access to GIS data possible to much larger number of users with much smaller costs. We can use the Web environment to create advanced GIS applications. One of the main advantages is that user can use only the Web browser and can work anywhere in the world. Since the Web is not fixed to particular software or platform, user can access to the GIS from almost any computer in the world.

Fig. 1: GIS software possibilities



It is possible to choose whether the system can be public or private. It can be protected by secured access or it can be only a part of company's Intranet.

At present the development leads to the integration of desktop and Internet-based model. Internet can be also used for getting the data for specialized GIS software.

Map publishing on the web

For basic map publishing on the Web we can use common HTML with map images. We can create some simple functions similar to GIS this way. Main advantage of this solution is the using of standard Web technologies so they don't need any specialized software. Main disadvantage is that these Web pages are limited only to static maps displayed as static images. However, there are techniques to add some interactivity to these pages.

Basic map publishing

The most simple way to publish the map on the Internet is the text hyperlink which links to map image file. Images can be also used as hyperlinks. The map image is saved in the file on the server and is retrieved by the browser through the GET method. This form of displaying the map is limited to only static images which have to be prepared on the server. Visualisation and layout are not customizable.

We can improve this simple map pages by using the image map. This HTML tag enables the attachment of hyperlinks to multiple parts of an image. These areas are defined as polygons with accurate coordinates. Each part of the image then refers to a file that is displayed after clicking on this part.

Another technique involves the use of image input element in the HTML form. This element combines the characteristics of image map and the submit button. After clicking on the button the coordinates with the cursor position are posted to the server. However, this function requires some script to be used on the server side.

Map pages

Static map page limitations can be broken by multiple techniques. All the techniques enable the use of some dynamic functions. This can be achieved either on the client side or on the server side or through

a combination of both approaches. But, these improvements can limit the platform independence and wide usage.

One of the approaches on the client side is to improve its ability to display another data formats. These are usually vector data in the case of GIS. Adding some third party software (plug-in) can solve this problem. The disadvantage of this approach is that it is necessary to search, download, install and update the plug-ins which can be moreover available for some specific operating systems only.

Another technique uses JavaScript as a simple scripting language that can be interpreted by most of the Web browsers. It is usually included in the HTML code and its instructions are executed instantly by the browser. JavaScript includes advantages from both server side and client side approaches. The only requirement is the capability of the browser to interpret the language. At the present time all major browsers support JavaScript.

Opposite to previous possibilities are server side extensions. This approach improves considerably the possibilities for the user. The principle is that the maps are not prepared on the server but are generated dynamically. These servers usually use the common gateway interface (CGI) for communication between the Web server and specialized software which generates the maps. The CGI also supports the connection to the existing database. Main advantage of server side extensions is that it is usable on any computer system with no need of installing some other software. On the other hand the server can be easily overloaded if too many requests are sent to the server.

Specialized GIS software

Internet also influences the desktop software. Nowadays, it is possible to share and download data from the Internet directly and to analyse it with the specialized desktop GIS software. Professional internet GIS applications can be created with additional plug-ins installed to the Web browsers. This type of specialized software and extended browsers can be also called as “thick” client.

The use of the map server for the education

Building the university map server brought the enhancement to the work with geographic data. Main task of the server is to be the data source for the university. At the present time it is possible to draw the data from the shared directory on the server. After putting it into final service it will be possible to download the data anywhere using the “thick” client. This enables the students to work on their projects at home or anywhere outside the specialized laboratory. For the download it will be possible to use the software distributed with the server. This software is free and is also available on the Internet.

The map server serves also for storing the data created during the training. Each student has his private disk space where he can save his work. The teachers can access this disk space and see the student works.

The Internet application is created. The university presentation is published so the interested people outside the university can apply simple queries on the university data. They can find some basic information on the placement of university departments, halls, laboratories, services etc. These Web pages also represent the university and improve its Web presentation.

Geodatabase

Next step on our way to build the university map server is the creation of the university geodatabase. This database will serve as principal data source. Using the geodatabase instead of common filesystem placed on the server will bring many improvements. Among main advantages of using the geodatabase are:

- data stored in a relational database (RDBMS),
- multiuser editing,
- referential integrity,
- attribute validation,

- topology rules,
- scalable storage solutions.

By using the enterprise RDBMS we can also break the limitations of personal databases and filesystems (e.g. maximum 2 GB size of a personal database).

CONCLUSION

The map server significantly improves the quality of the tuition of the geographic oriented courses. It increases user comfort and makes the data sharing, saving and administration more effective. It also represents the university.

The map server administration and improvement is long-term process that still continues. Our actual experience says that its creation was the right choice.

REFERENCES

1. LONGLEY, P. A., GOODCHILD, M. F., MAGUIRE, D. J., RHIND, D. W.: **Geographic Information Systems and Science**. Chichester, England, John Wiley & Sons, 2001. p. 252.
2. O'LOONEY, J.: **Beyond Maps, GIS and Decision Making in Local Government**. – Redlands, USA, ESRI Press, 2000. p. 64.
3. ŠŤASTA, D.: **Presentation of MUAF in Brno by Way of the Map Server**. – Diploma thesis. Brno, Czech Republic, 2004. 52 p. In Czech.

Quality planning by the QFD method application

Ing. Andrea Štetinová

1. INTRODUCTION

The basic supposition of quality management is a customer orientation from which the endeavour for his demands in highest level satisfaction results. For many companies in SR the own quality management system certification has become a verification of the quality product providing. The standards ISO 9000:2000 set covers a whole area of the quality creation including the planning. One of the planning quality tools is the QFD method.

The QFD method (Quality Function Deployment) is based on the principle of matrix diagram. It is the tool for the quality planning that supports and demands the team cooperation of several specialistic subjects operators in respectful measure, what is this method highest addition during which the many aspects assessment of customer's needs and demands and their following application by planning and raising the quality product is using.

Basically it is not laboured with one matrix in this method only. For the objective customer and competitive analyses the whole matrix system is usually claimed and not only qualitative, but also quantitative evaluation is possible.

2. ABOUT THE QFD METHOD GENERALLY

The QFD method represents transformation of customer's demands into the basic product parameters. Then the result is a combined matrix diagram signed as: The house of quality.

All the process of house of quality creation could be divided into following phases.

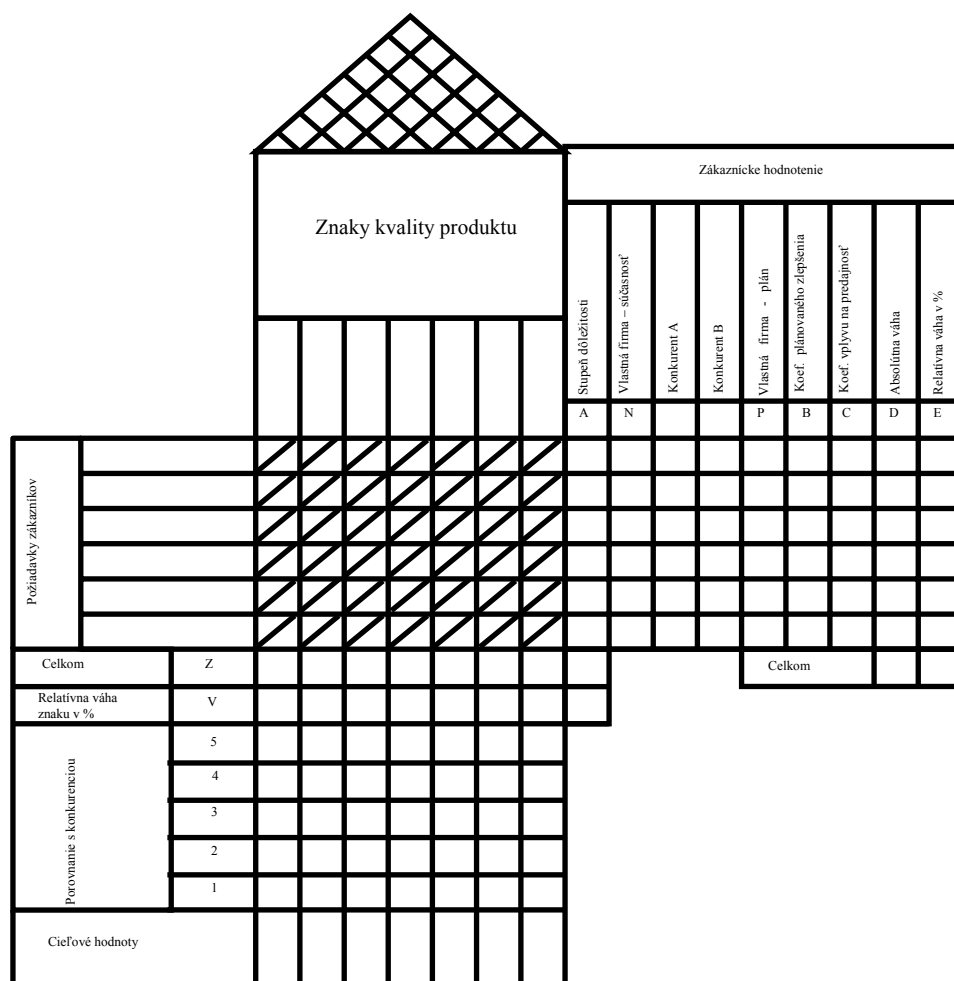
In the first phase the marketing department operatives introduce the customer's demands on the base of survey and the development department operatives introduce the list of quality signs defined for the suggested product. The quality signs and customer's demands are noted into the lines and columns of the matrix diagram. This phase is difficult for the question and requires formulation. Uncertain is also the market survey size, the respondents number for equivalent conclusions education.

The items up of individual customer's demands focused on their different importance definition is following. The assessment 1-5 is used, where the lowest values are obtained by the demands which dissatisfaction will be by customer not registered. But the highest value is assigned to those demands that are specially emphasized by the customer. Their fulfilment is taken to be necessity.

In next phase the comparing of our product in term of ability to fulfil the customer's demands with the competitive product follows. The marketing department operatives usually are addicted in this assessment, but in term of objectiveness to ensure the direct customer's assessment is more suitable. For assessment of the individual customer's demands satisfaction level the similar point scale from 1 to 5 mostly graphed is usually used. Obtained information are an important foundation for the organisation's strongness and weakness analyses in comparison with competitors.

A control whether the product quality signs fulfil the individual customer's demands follows. The measure of dependence is qualitatively evaluated and the determined dependence is by the chosen graphic symbols in the matrix diagram cells represented, independence is by the empty cell represented.

Fig. 1: „House of quality“ prepared for the qualitative evaluation [2]



This matrix diagram just provides the first information about how much is the product able to satisfy the individual customer’s demands. Mostly the filling of diagram by the symbols that characterize the dependences between demand and quality sign intensity is studied Those columns that content most of signs allow definition of the product quality signs that are considered to be most important by the customers.

Based on the house of quality analyses the aim values of the product quality signs are possible to determine, suggested aim values are noted into the house of quality basis. Figure 1 shows the matrix diagram that allows qualitative evaluation of the individual quality signs importance.

Described method QFD process may be by qualitative evaluation added. The dependence measure between individual customer demand and quality sign is through numerical coefficient represented which is considered for:

- weak dependence = 1,
- average dependence = 3,
- strong dependence = 9.

In cells where the dependence of demand with certain quality sign was identified the values of product of relevant coefficient that characterizes volume of dependences and the value of demand importance are accounted. The values in columns are summed and the summs (their relative values) will be used for measure of individual quality signs importance. Similarly it is possible to evaluate the customer’s demands in term of their importance. The importance ratio in the space of 1 - 5 is allocated to the demands.

The measure of planned improving in certain demand satisfaction is through coefficient of planned improving represented that is accounted:

$$B_i = \frac{P_i}{N_i}$$

where:

P_i assessment that is wanted to achieve in the fulfilment of certain demand (a plan),

N_i actual assessment of the certain demand fulfilment.

For the demand fulfilment assessment is a point scale from 1 to 5 points again used.

Next the coefficient of demand fulfilment influence on sale is defined. Usually a three-degree assessment is used:

- strong influence: 1,5,
- middle influence: 1,2,
- minimal influence: 1.

The product of listed three indicators (demand importance value, measure of planned improving and coefficient of influence on sale) allows to define the individual demand absolute importance (D_i) according:

$$D_i = A_i \cdot B_i \cdot C_i$$

where:

A_i demand importance value,

B_i measure of planned improving,

C_i coefficient of influence on sale.

Determined demand absolute importance values are then accounted to the relative importance expressed in per cent (E_i) that is characterizing the sense of individual demands. ktoré charakterizujú význam jednotlivých požiadaviek. It is a rate of demand absolute importance on the sum of all demands absolute importances:

$$E_i = \frac{D_i}{\sum_{i=1}^n D_i} \cdot 100$$

where:

n number of demands.

In matrix diagram cells where the dependence between customer's demand and certain quality sign is marked, the product representing the measure of dependence and demand relative importance is accounted (S_{ij}):

$$S_{ij} = k_{ij} \cdot E_i$$

where:

k_{ij} coefficient representing the measure of dependence between the demand i and the quality sign j .

For the individual quality signs are then the sums of these products accounted:

$$Z_j = \sum_{i=1}^n S_{ij}$$

Listed sums are usually calculated on the percentage expressions of sign relative importance:

$$V_j = \frac{Z_j}{\sum_{j=1}^m Z_j} \cdot 100$$

where:

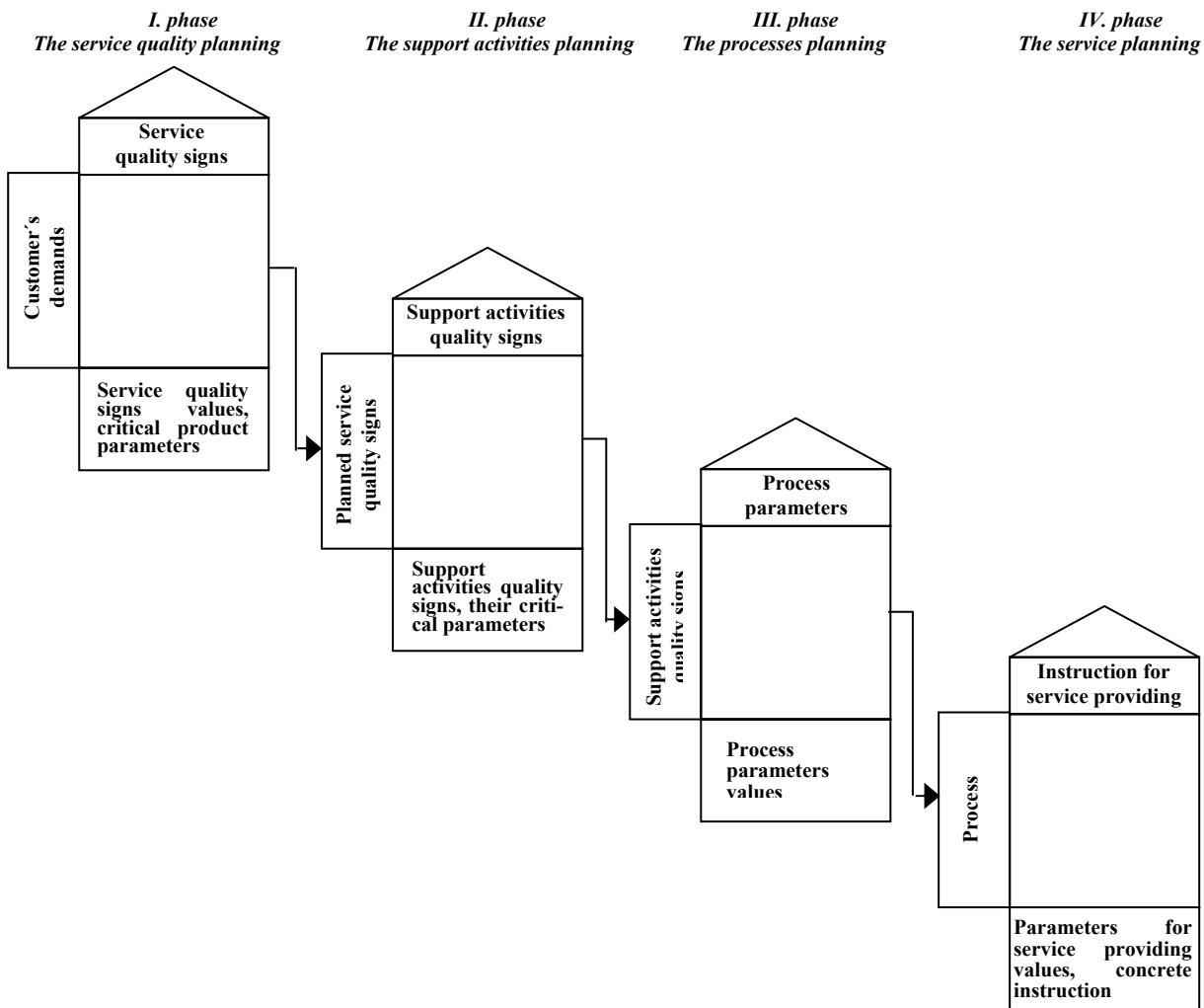
V_j quality sign relative percentage importance j ,
 m number of quality signs.

The quality signs relative importances claim the importance of individual quality signs.

3. THE FOUR MATRIX ACCESS

The four matrix access to the QFD method is its classic application what uses the analyses of four independent matrix diagrams. The interconnection of all the process is through the diagrams ensured. The figure 2 shows the application of this access on the area of road freight transport.

Fig. 2: Four phases of QFD in road freight transport



The first one diagram is just discussed House of quality. It is assigned for the product planning. It is based on customer's demands that are transformed into the product quality signs.

The results of this diagram in form of suggested product quality signs are transformed into the individual support activities quality signs in the second matrix diagram.

An output of this application is also a draft of aim values of the individual support activities quality signs.

These are the enters of third matrix diagram which is focused on the process (operation) planning. Each of this activities is possible to specify on partial operation what is an usual case in abroad great companies. The aim values of product parts quality signs are transformed into the process parameters.

The resulting values of process parameters quality signs are then the tool for transformation into the concrete instruction for production planning in the fourth diagram.

By this was the workgroup gradually analyses the demands which are required for this product by customers and on those base analyses the product quality signs. This are by the workgroup divided into the individual activities and following into the process parameters.

4. CONCLUSIONS

The QFD method is rather less frequent term in slovak bussiness area. Its consistent using brings these advantages for the companies:

- Market determination. The QFD method forces the user to collect information about his customers and competitives,
- Product signs that are important for customers identification,
- Targets that are necessary to achieve in process parts improving determination,
- Product improving and achievement of competitive advantage.

The QFD method brings large possibilities for applycation in the quality planning.

This method highest output is integrated review of the quality planning management system. A need of having certaing information and connected cost growth are integrated into disadvantages of this method applycation. The method is highly effective, but its complex development is time-consuming that is why its results come with the large timing relationship.

REFERENCES

1. Molnár, P. a kol.: Manažment kvality /Zbierka príkladov/, 1. vydanie. Vydavateľstvo EKONÓM, Bratislava 2000, ISBN 80-225-1207-9.
2. Plura, J.: Plánování a neustálé zlepšování jakosti. 1. vydanie. Computer Press, Praha 2001, ISBN 80-7226-543-1.
3. <http://www.proactdev.com/pages/ehq.htm>
4. http://61.222.167.226/html/Download_File/Document/015723_000085_QFD.ppt

What really matters for high school students in their consumer decisions

Eszter Tárkányi - SIU Győr

1. WHY ARE HIGH SCHOOL STUDENTS SO IMPORTANT?

High school students might be an attractive target of marketing activity for several reasons. First of all, in a number of cases they spend money themselves as independent customers, while also have a significant influence on their parents' purchasing decisions. Another aspect (and it may be even more important) is that they are the ones creating the future's market. Finally, they form a special group regarding their lifestyle features, too [1].

2. HIGH SCHOOL STUDENTS AND BRAND DECISIONS

In order to be popular among adolescents, brands must represent such specific characteristics that are easy to identify with in this ambivalent age (open, friendly, rebellious) and values that are desired by teenagers (power, dynamism, independency, intelligence). Nevertheless, an arrogant, ostentatious or bossy image alienates the target group. A brand is welcome by girls, if it strengthens attractive physical appearance and among boys, if it gives a hand to win in their rivalry with peers [2].

Oral advertisement fulfils an important role beside mass communication, thus strategies providing wide area for teenagers to talk about a brand – either by connecting it to a famous star, using a conspicuous logo or launching a humorous promotion – are successful. In this age group „aspiration” brands mostly include fashion, cell phones and entertaining electronics, while “possessed” brands usually concern fast food restaurants, soft drinks or sweets.

Teenagers must face two major conflicts during this period of life: on one hand, they have to balance between dependency and independency from their parents; while on the other hand it is also hard to choose whether to conform to their peer group or develop a unique personality. I find it very interesting to reveal, what teenagers do really purchase: the products that are strongly advertised or the ones they see their peers own. According to surveys made in the U.S., two major factors influenced the buying decisions of adolescents: brand name and price cut. The influence of peer group was less significant than it was expected [3]. On the other hand, advertisements have enormous influence on kids' and teenagers' product preference. (However, ads also have an unwanted effect when orient kids towards material values or provoke dissatisfaction through holding out unobtainable objects as a carrot.)

As kids are growing up, the more they save from their pocket money, being aware of their future needs and enlargement of purchase facilities. Regarding the willingness for savings, researchers have not found any differences between social classes, although the purpose and the way of saving money are highly diversified [4].

3. EMPIRICAL RESEARCH IN GYŐR REGION

I conducted a quantitative survey in February, 2005 among high school students in Győr region trying to find answers on the following questions:

- What do high school students spend their money for?
- How much pocket money do high school students have?
- Whom do they usually go shopping with?
- What aspects are important for them when choosing a product/brand?

According to *Bearden* and *Etzel's* theory on consumption situation characteristics and product/brand choice [5], I focused on the consumption of eight accentuated products: cell phone, discman, hi-fi system, movie film, perfume, shower gel, soft drink, training shoes.

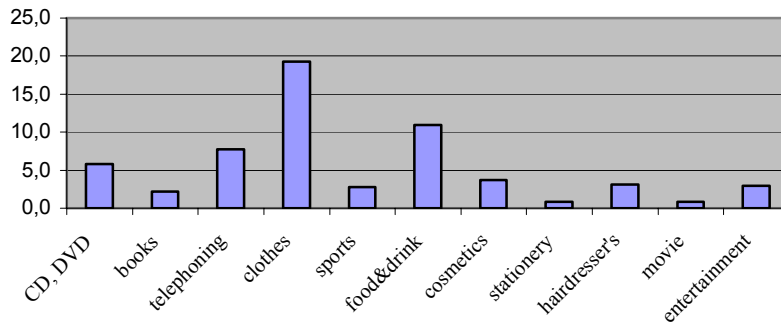
Altogether 143 questionnaires arrived back from students aged 14-19 years. 44,8 % of them were male and 55,2 % were female respondents. As for territorial spread, teenagers from 60 different settlements

constituted the sample, basically from Győr-Moson-Sopron county. The filling in of questionnaires has taken place in their classrooms, since this was the easiest way to reach young students.

4. STRUCTURE OF HIGH SCHOOL STUDENTS' SPENDING

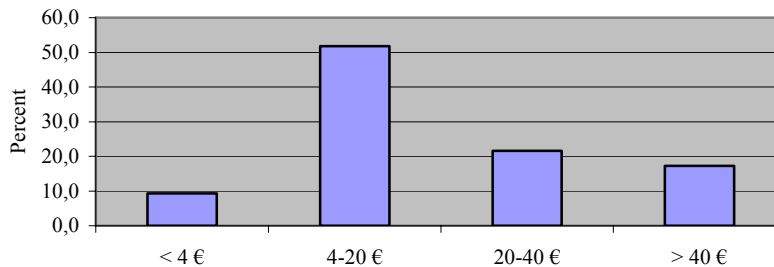
First of all, I examined certain products in respect of the monthly amount spent for them. As *Figure 1* shows, clothing plays a special role in adolescents' budget. Food and drink are also responsible for a significant part of their spending.

Figure 1: Monthly spending of high school students (EUR)



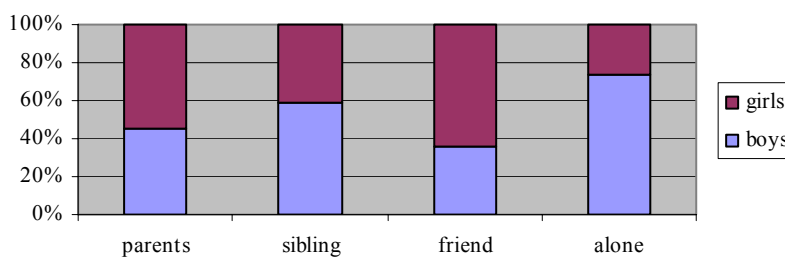
I also wanted to know how much pocket money students get from their parents in monthly average, since this is the major source of income they have. Earning money by work is only typical during the summer holiday.

Figure 2: How much pocket money do high school students get from their parents?(monthly average)



There are strong differences between boys and girls regarding their partners they choose when going shopping. While girls like taking their friends with themselves, boys prefer go shopping alone. Parents still play an important role in both genders' life – keeping company for 50 % of boys and 61 % of girls when they want to buy something.

Figure 3: Whom do high school students go shopping with?



5. DETERMINANTS OF PURCHASE DECISIONS

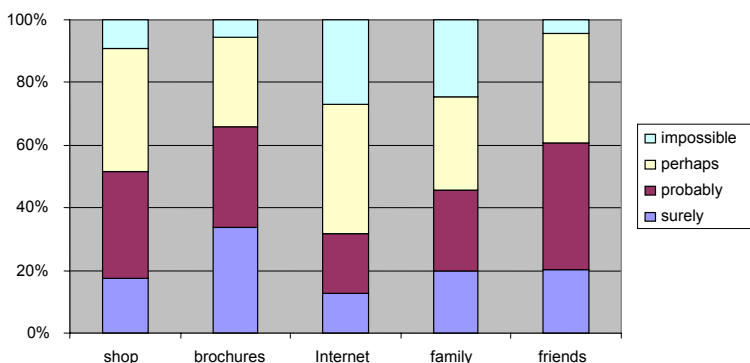
A product/brand choice can be determined by numerous factors, such as product design, brand image, price, advertisements, packaging and so on. In this study I mostly focus on the reference group influence on teenagers' product choice. A definition of reference group is given by *Stafford – Cocanougher*, saying: "A reference group is a group whose presumed perspectives or values are being used by an individual as the basis for his or her current behaviour" [6]. Three major types of reference group influence can be distinguished:

- Informational influence occurs when the behaviours and opinions of reference group members serve as sources of potentially useful information for the individual.
- Normative influence occurs when a person adjusts his behaviour to group expectations in order to gain a reward or to avoid a sanction.
- Identification influence (sometimes referred to as value-expressive influence) means that individuals consider the perceived group norms and values as a reference point for their own attitudes and values. [7]

5.1. What sources of information do high school students use?

To examine how students collect the needed information when choosing a product, I selected two examples: buying a discman and seeing a film in the cinema. As *Figure 4* represents, in case of the discman brochures and the opinion of peer group are the most important basis during the purchasing process.

Figure 4: What sources of information do students use when buying a discman?



As for movie films, acquaintances play a crucial role in deciding which film to see. 47,6 % of respondents declared that he/she normally goes to the cinema if a friend or classmate recommends a good film. Apart from acquaintances, summary of content is the other information source that gives an orientation for the target group. The title of the film and the name of actors come only afterwards.

5.2. How strong is the desire to fit group expectations when buying a product?

Secondly, I was interested in how teenagers try to fit group expectations, as well as how strong group influence is in this age group. I measured these effects through the examples of buying a cell phone, a perfume, a pair of training shoes and a hi-fi system.

In case of cell phones, adolescents between 14 and 15 years old were the ones who admitted: 'extra' functions are of high importance because owning such a handset provides an easy way to excel. Above this age, the significance of this attitude is negligible. Although 10-13 grade students also considered 'extra' functions important, they did it because of their practical features.

Concerning perfumes, respondents had to weigh several aspects according to their relevancy in product choice. The following rank represents consumers' judgement on the average:

1. Do I like the scent of perfume?
2. Does the scent match my personality?
3. Is the price reasonable?
4. Does this perfume grant me success/respect in my environment?
5. Does the image of the product match my personality?
6. Is the packaging attractive?
7. Do I like the style of the model presented in the advertisement?

The priority of scent and price is evident. But just after these two characteristics immediately comes the expectation that the perfume must grant success in the individual’s environment! (In certain cases other aspects also has come to the front, e.g. the issue of allergy.) Some respondents emphasized: they always choose such a brand that is used by only very few people, thus ensures clear identification for its owner. (“Let others recognize me by my perfume.”)

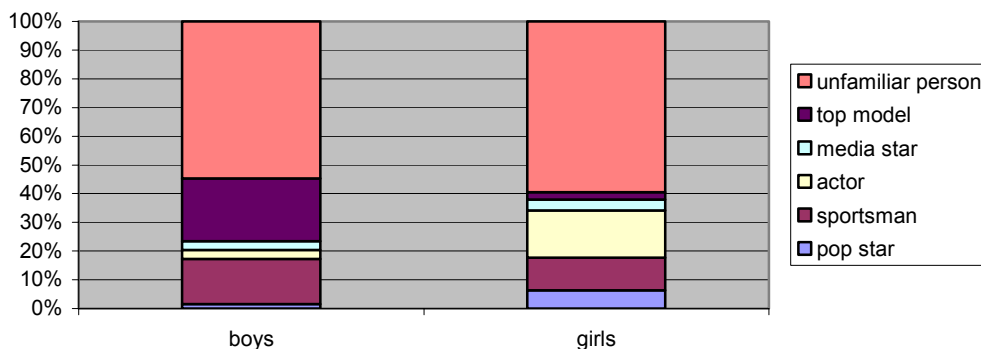
As for training shoes, teenagers had to rank six factors regarding their importance in the purchasing process. Naturally, they mentioned comfort at first place, then put design and price at the second and third place. It is interesting to notice that in the age group of 14-15 brand has even higher importance than price does. It seems that teenagers force out the trendiest brand from their parents even if it burdens the family’s budget beyond its capacity. It is also clearly seen that the desire to fit the close environment’s expectations has a stronger motivation power than the message communicated by the advertisements.

What about hi-fi systems? Being a private product that is hidden from outsiders, the reference group influence is pretty weak. Excellent sound effect stands on the top of the list, followed by functionality and attractive design. Brand is less important, since the product is basically used at home where consumption is not visible.

5.3. Who are the ones that high school students willingly identify with?

Social and ideal social self-image play a crucial role in high school students’ consumer behaviour. The social network of adolescents is changing: while small children have a strong affection for their parents, teenagers face conflicts with them time to time. They are struggling for self-realization, therefore try to become independent from their parents. Teenagers join groups that share common values, interest and attitudes. At this point I asked them to choose one person from the members of a list, whose acting in an advertisement would inspire them to taste a new soft drink.

Figure 5: Who would high school students willingly identify with in a soft drink advertisement?



The majority of both boys and girls would most appreciate, if an unfamiliar person advertised the product – in case the advertisement itself is indeed creative and funny. Running ads with a famous top model or sportsman would be popular among boys, while well-known actors or pop stars rather attract girls.

As a matter of fact, identification with reference group's norms and values and their determinative role in shaping individual's attitude towards a product can be illustrated by another example, too. Teenagers involved in the survey were asked if they would buy a shower gel with a pleasant scent and a reasonable price but...

- with a less attractive packaging;
- having an advertisement that they do not like;
- with an unfamiliar brand name;
- not being certain whether those whose opinion does count, would use it.

It may be surprising, but boys assign higher importance to well-known brand names than girls. They are also the ones who tend to be uncertain and refuse buying if they think people they respect do not use the given product. However, the attractive packaging is of high relevance for female costumers.

6. CONCLUSIONS

A potential way of expressing our identity towards others is consuming products/brands that symbolise our self-image. Teenagers very often do purchase such products that are appreciated by their reference group and suppose that the positive image of the brand/product is projected to themselves as well. Regarding the examined age group, reference group influence seems to be the strongest among adolescents of 14-15 years old. Normally their peers or famous personalities belong to their reference group.

Any brand can only be attractive for them if it is authentic, at the same time innovative. The product should develop constantly. In order to achieve success, it is advisable to treat this age group as equal partners, in a friendly, humorous and open way when making advertisements.

REFERENCES

1. *McNeal, J.U.*: Kids as Costumers: A Handbook of Marketing to Children. Lexington MA, Lexington Books, 1992.
2. *Horváth, K.*: Gyerekek és márkák. Marketing & Menedzsment, 1/2004. p. 29.
3. *Lea, S.E.G. – Tarpy, R.M. – Webley, P.*: The Individual in the Economy. A Survey of Economic Psychology. Cambridge, Cambridge University Press, 1987.
4. *Tysoe, M.*: Children and Money. New Society, 66, 1983. p. 433-434.
5. *Bearden, W.D. – Etzel, M.J.*: Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. Journal of Consumer Research, September, 1982. p. 185.
6. *Stafford, J.E. – Cocanougher, A.B.*: Reference Group Theory. Perspectives in Consumer Behavior, Glenview, Illinois, Scott, Foresman, 1981. pp. 329-43.
7. *Hawkins, D.I. – Best, R.J – Coney, K.A.*: Consumer behavior. Homewood, Illinois, Business Publications, Inc., 1986.

Basic assumptions of successful inflation targeting and V4 countries

Ing. Miroslav Tučník - Faculty of national economy UE in Bratislava

ABSTRACT

Tento článok sa zameriava na základné podmienky úspešného cieľovania inflácie ako stratégie menovej politiky centrálnych bánk Poľska, Maďarska, Slovenskej a Českej republiky. Tieto krajiny, nazývané aj Višeegrádska štvorka chcú (a aj musia) vstúpiť do EMU, keď splnia maastrichtské kritéria nominálnej konvergencie a budú schopné dlhodobo udržať pozitívny vývoj v ekonomickej oblasti. Kritérium nízkej inflácie spôsobuje problémy, tak sa centrálné banky týchto krajín pokúšajú riadiť infláciu najlepšie ako vedia. Inšpirované úspechmi v iných krajinách (Nový Zéland, Veľká Británia) prešli pri výkone menovej politiky na inflačné ciele, aby v splnili strednodobý cieľ a dosiahli inflačnú úroveň pod hranicu priemernej inflácie troch krajín s najnižšou infláciou za posledných 12 mesiacov zvýšenú o 1,5%.

ABSTRACT

The article deals about the basic assumptions of successful inflation targeting which is a strategy of monetary policy of central banks of Poland, Hungary, Slovak and Czech Republic. These countries called also Viszegrad Four want to (and also they must,) enter the EMU, when they accomplish maastricht criteria of nominal convergence and will be able to keep their positive development in economic area for a long time period. Criteria of low inflation makes a lot of problems, so these central banks tries to manage it the best they can. Inspired by successes of some other countries (New Zealand, Great Britain) they changes their monetary policy to inflation targeting in order to fulfil mid-term goal and achieve nominal inflation rate in their countries under the level, which is average level of inflation in three countries of EMU with the lowest inflation rate during last 12 months increased maximum +1,5%.

DEFINITION OF INFLATION TARGETING

Inflation targeting is a strategy of central bank and its monetary policy, by which it tries to reach its mid-term goal – specified measure of inflation. Strategy assumes, that target or point of inflation supported by government is in the eye of public to committing, that it has the ability to accompany guide inflation anticipation of companies and individuals. Formation of inflation anticipation acts as nominal stay and supports it monetary policy.

After the example of developed countries the transitive economics re-evaluate its monetary policy and use monetary strategy known as inflation targeting. This transition doesn't mean change in long-term target of monetary policy, just change of monetary policy methods. By inflation targeting central bank can set out targets for inflation without intervening mid-targets. Important component of inflation targeting unlike other monetary policies is influencing of long-term inflation anticipations and routine information of specialised public by publication of quartal reports of inflation, which insure transparency of monetary policy.

ASSUMPTIONS OF INFLATION TARGETING AND ITS CHARGING IN DEVELOPED TRANSITIVE COUNTRIES

In scientific literature we can find the most important assumption of inflation targeting realisation: low inflation comparable with other countries which use inflation targeting, assistance of public support of price stability, explicitly qualified target, sufficiently independent central bank, decreasing of fiscal

dominance, functional finance market, well developed financial market, opportunity of central bank to model and predict inflation.

1. Low inflation comparable with other countries applying inflation targeting

This theoretical assumption was formed in the early 90s when the inflation targeting was usual in countries with low level of inflation rate where the main target was price level stabilisation. Central banks of transitive countries where price was influenced by deregulation, frequent tax changes, import charges and other non-market precautions gradually joined the developed countries. These countries had periods of low or high inflation caused either by expansive fiscal or monetary policy, or exchange rate depreciation. Inflation is according to research countries by various domestic and foreign prices shocks, mostly by prices of import and prices of foods.

National Bank of Slovakia cancelled fixed exchange rate regime in October 1998 and until lately by explicit defined target was the stabilisation of price level in controlled floating ambient. Further price increasing was done in 2003 – 2004 and was connected with price liberalization and with changes of deferent taxes.

Czech National Bank cancelled fixed exchange rate of Czech crown in May 1997 under pressure of speculative capital and excessive increase of wages in comparison with workforce productivity. The following year inflation was scored of two digit values, but in the year 1999 it dropped 2% and since then it has been on this low, sometimes deflational value.

2. Support of public price stabilisation

Central banks in developed countries, which introduced inflation targeting inform the public in detail about decisions and consequences of monetary policy regularly. Inflation reports are published once in a quartal with analyses of inflation progress, expectations and prognoses. Transparency of decision is also helped by making public the voting of individual members of the highest decisive organ of the monetary policy.

F.S. Mishkin presents these most important circles of information¹⁴⁵:

- Targeting and limits of monetary policy which contain logical of inflation targets reasoning
- Quantitative value of inflation targets and form of its definition
- Concept, how to reach inflation targets by present economical conditions
- Justification of any deviation of inflation target.

National Bank of Czech Republic (NBOCR), National Bank of Hungary (NBOH) and National Bank of Poland (NBOP) publish reports quarterly. While NBOP concentrates on the analyses past development of inflation and the Board of monetary policy makes decisions ex-post in the bases of analyses of the past period, inflation reports of NBOCR and NBOH are detailed in prediction which have the form of so called fan charts. Except from this NBOCR and NBOH inflation reports contain prognosis GNP and its parts, payment balance development, foreign demand, etc. Executive organs are concentrated on influence of inflation anticipation.

National Bank of Slovakia publishes its prediction in the form of Monetary program published in December, usually updated in the second quartal of the following year. Analyses of monetary and economic progress which do not contain inflation anticipation are published monthly. In the field of regular informing of the public about inflation anticipation NBS has in comparison with neighboring central banks reserves and this in the most distinctive region where the approach of NBS should improve.

3. Explicitly determined target of monetary policy

Reliability and transparency of inflation targeting consist in exact definition of target – price stabilisation. Its inapt to fill it up with secondary target, for example with targeting the exchange rate.

¹⁴⁵ Mishkin, F.S.: Inflation targeting in emerging market countries, NBER 2000

In spite of this restriction of central bank in Hungary and Czech Republic reserve the right to intervene in case of inadequate development of the exchange rate of domestic currency and so they do not fulfill the principle of explicitly defined goal – price stability.

National Bank of Czech Republic announced inflation targeting in December 1997 and in April 1998 published all details of selected monetary strategy. From the beginning the NBOCR has concentrated on pure inflation and defined the assumptions of its achievement. In 2001 central bank began with global inflation targeting.

The aim of NBOS was since 1993 stabilisation of currency, after the 9. Amendment of law it was the price stability and on the January 2005 NBOS announced the transition to the inflation targeting in the conditions of ERM II.

4. Independence of central bank

It is the bank ability to apply monetary policy without political influence. There are 4 kinds of independence:

- Personal
- Financial
- Institutional
- Operational

On April 2001 was established 9.amendment of act No.566/1992 about the National Bank Of Slovakia, where the price stability was established as the primary target. The financial connection between NBOS and Slovak government was forbidden.

The act No.566/1992 about the National Bank Of Slovakia, which has become effective by separation of Czech – Slovak Federation and contained conditions of independence with one expectation – direct financing government maximum 5% of state budget. Amendment to this law cancelled this option in April 2001. NBOS is considered fully independent central bank.

In connection with monetary policy transparency and independence of central bank it may be consensus between government and central bank with reference to rated inflation target. Consensus may have these forms:

- informal – target declaration of central bank and its government acceptance (CZ 1997)
- formal – contract between Ministry of Finance and governor of central bank (New Zeland 1990)
- commitment defined for central bank by government (GB 1992)

5. Decreasing of fiscal dominance

Theoretical works and empirical experiences prove that monetary policy has limited ability to influence price stability in fiscal expansion. It is usually a well problem in transitive economics and in developed countries, too. Problems with fiscal dominance occurred in Poland, Slovakia, Hungary and Czech Republic. Central banks and political representations of those countries seriously deal with problems of fiscal deficit and indebtedness, in demand of maastricht criteria.

6. Condition of financial market and well developed money markets

Privatisation in banking was in all developed transitive countries actually finished and the banking sector was freed from the burden of bad loans. The most developed bank sector has the Czech Republic, Hungary, Slovakia and Poland.

Next factor which supports development of financial sector is level of capital moving liberalization. This liberalization has been done in the Czech, Slovakia and Hungary. Poland still has restrictions on short –term capital movement.

Money market in Slovakia still rates as backward and small similarly as in Poland. Czech and Hungarian markets are more developed.

7. Ability of central bank to simulate and predict inflation

The central bank ability to simulate and predict inflation depends on individual attributes of inflation. Economic studies of NBOCR and NBOH showed transmission mechanism of monetary policy, decisions of the Council of monetary policy in Poland depends more on a wide scale indicators analysis and potential inflation pressures than on the specific model output. NBOS probably has to disposal a model able to predict inflation however its output has not been published.

LITERATURE

1. David, M.: Načasování zapojení do ERM II. – menová politika ČNB na cestě k menové unii, Bankovníctví: Měsíčník Hospodářských novin, ročník 12, č. 4, s. 10-11
2. Kuruc, R.: MMF za flexibilnější přístup k obraně koruny, Hospodářské noviny, ročník 13, č.35, s13
3. Pikora.V.: Menová politika v zemích visegrádské čtyřky, Bankovníctví: Měsíčník Hospodářských novin, ročník 12, č.8, s.18 – 19
4. Zimková.E,-Úradníček.V.: Inflačné ciele a možnosti predikovania inflácie v podmienkach Slovenska, Ekonomický časopis, 52, č.6, s. 658 – 668

Internet

1. www.hnonline.sk
2. www.mfcr.cz
3. www.nbs.sk

CONTACT

Katedra bankovníctva a medzinárodných financií, Národohospodárska fakulta EU v Bratislave, EU v Bratislave,

Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava 5

E-mail: mtucnik@hotmail.com

Spoločná organizácia trhu s cukrom

Ing. Andrea Valachová – Fakulta ekonomiky a manažmentu SPU v Nitre

ANOTÁCIA

Po vstupe Slovenska do Európskej únie sa začali aj v agropotravinárskom sektore Slovenska uplatňovať jednotné opatrenia a nástroje usmerňovania trhu s poľnohospodárskymi výrobkami a mechanizmy podpory poľnohospodárstva. Ich súhrn tvorí Spoločnú poľnohospodársku politiku (SPP).

Podporný mechanizmus SPP po svojom vytvorení bol založený výlučne na ovplyvňovaní domácej ceny poľnohospodárskych výrobkov, nástrojmi uplatňovanými na vnútornom trhu a nástrojmi regulujúcimi zahraničný obchod.

Regulácia cien a regulácia vnútorného trhu by však nebola možná bez zabezpečenia dostatočnej ochrany vonkajších hraníc Európskej únie. Ochranu vonkajších hraníc zabezpečujú práve spoločné pravidlá týkajúce sa obchodu.

KLÚČOVÉ SLOVÁ: Spoločná poľnohospodárska politika, organizácia trhu, cukor, podpora vnútorného a zahraničného obchodu

ABSTRACT

Common organisation market with sugar

After the entrance of Slovakia to European Union, single proceedings, the tools for governing the market of agricultural products and mechanisms of agricultural promotion started to be applied to agricultural and food processing sectors. The sum of facts mentioned above forms Common agricultural policy. Newly-formed promotive mechanism of CAP was based exclusively on influencing of domestic price of agricultural products and on the tools both applied to internal market would not be possible without sufficient protecting of EU. The protection of foreign borders is provided by the common rules concerning the trade. Mechanisms of particular market principles, which appoint the rules dealing with the trade, are called mechanisms of CAP EU.

KEY WORDS: sugar, CAP EU, organization market, support of internal trade and foreign trade

ÚVOD

Poľnohospodárska politika Slovenskej republiky vstupom do EÚ sa začala prispôbovať pravidlám SPP EÚ. SPP je politika, ktorú uskutočňuje poľnohospodárstvo v celej únii. Jej základom sú trhové poriadky, ktoré tvoria základný stavebný kameň spoločného trhu s poľnohospodárskymi výrobkami, prostredníctvom ktorého sa odstránili obchodné prekážky medzi členskými štátmi a prostredníctvom ktorého sa zároveň chráni vnútorný trh Spoločenstva pred tretími krajinami.

Mechanizmy týchto trhových poriadkov, ktoré zavádzajú ustanovenia týkajúce sa obchodu, sa nazývajú obchodné mechanizmy SPP. Ich uplatnenie nachádzame v nariadeniach vzťahujúcich sa na spoločnú organizáciu trhu s jednotlivými výrobkami napr. cukrom.

MATERIÁL A METÓDY

Príspevok sa zameriava na analýzu a uplatňovanie opatrení na podporu SPP v cukornom režime. Spoločná organizácia trhu s cukrom zahŕňa opatrenia na podporu vnútorného trhu krajín EÚ a opatrenia na podporu zahraničného obchodu EÚ.

Príspevok je spracovaný na základe materiálov z MP SR, príslušných nariadení a ďalších odborných publikácií.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Organizovanie spoločného trhu s cukrom bolo v EÚ zavedené už v roku 1968, v tom čase zvýšiť a stabilizovať produkciu. Otázky regulácie trhu cukru nebolo predmetom reformy SPP v roku 1992 a posledné dohovory GATT v roku 2000 rovnako nepriniesli podstatnejšie zmeny v základných mechanizmoch, aj keď pre obdobie rokov 2001/2002 až 2005/2006 došlo k určitým modifikáciám. Spoločná organizácia trhu s cukrom je daná základným Nariadením Komisie (ES) č. 1260/2001.

Opatreniami na reguláciu vnútorného trhu krajín EÚ sú:

- **inštitucionálne ceny**

Cenový systém cukorného režimu využíva 3 inštitucionálne ceny:

- intervenčná cena bieleho a surového cukru,
- základná cena cukrovej repy,
- minimálna cena cukrovej repy.

Intervenčná cena sa stanovuje pre biely a surový cukor. Je garantovanou cenou pre kvótovaný cukor za ktorú národné intervenčné agentúry nakupujú cukor vyrobený v EÚ. V hospodárskych rokoch 2001/2002 až 2005/2006 je intervenčná cena bieleho cukru 63,19 EUR za 100kg a surového cukru 52,37 EUR za 100kg.

Základná cena cukrovej repy sa stanovuje so spätným odvodením z intervenčnej ceny bieleho cukru s prihliadnutím na výrobný nadbytok, výťažnosť cukru z cukrovej repy, príjem podnikateľských subjektov z predaj melasy a nákladov vznikajúcich pri spracovaní a dodávkach cukrovej repy k spracovateľom. V hospodárskych rokoch 2001/2002 až 2005/2006 je základná cena cukrovej repy štandardnej kvality 47,67 EUR za tonu.

Minimálna cena cukrovej repy je cena, ktorú musí spracovateľ pestovateľovi zaplatiť za prevzatú cukrovú repu, ktorá je v požadovanej kvalite a je kvótou stanovená. Minimálna cena za 1 tonu A repy je 46,72 EUR a za 1 tonu B repy je 28,84 EUR pri 39,5 % odvode. Minimálna cena repy nie je stanovená na C repu z ktorej sa vyrobí C cukor, ktorý, rovnako aj repa na jeho výrobu nie je v EÚ cenovo podporovaná.

- **systém produkčných kvót**

Určujú sa dve kvóty, A a B. Vyrobené množstvo cukru v kvóte A je určené na vnútornú spotrebu členských štátov a v kvóte B je množstvo cukru určeného na export mimo únie s podporou priamo na nedenaturovaný cukor alebo vo výrobkoch, ktoré obsahujú viac ako 7% cukru. C produkty nie sú zahrnuté v podpornom režime a je ich potrebné exportovať mimo EÚ.

Na účely pridelovania kvót A a B sa stanovili základné množstvá výroby cukru A a B, izoglukózy a inulínového cukru.

- **produkčné odvody**

Vyberajú sa s cieľom získať prostriedky do rozpočtu Únie na úhradu nákladov na exportné dotácie podporujúce predaj cukru na svetové trhy, je to tzv. systém samofinancovania. Pre výrobcov sa uplatňuje základný produkčný odvod (max. 2% z intervenčnej ceny bieleho cukru) a dodatočný produkčný odvod v prípade, keď produkcia cukru nie je plne samofinancovaná.

- **intervenčný nákup**

Intervenčné agentúry sú povinné v priebehu roka vykúpiť celé množstvo bieleho a surového cukru do tej miery, v akej boli uzatvorené zmluvy o skladovaní cukru medzi ponúkajúcim subjektom a agentúrou za intervenčné ceny.

OPATRENIA NA REGULÁCIU ZAHRANIČNÉHO OBCHODU EÚ

Všeobecné pravidlá

Dovoz do a vývoz zo spoločenstva ktoréhokoľvek z produktov uvedených v článku 1 (1) (a), (b), (c), (d), (f), (g), a (h) Nariadenia Komisie (ES) č. 1260/2001 podlieha predloženiu dovoznej alebo vývoznjej licencie , okrem množstiev ,ktorých výška je uvedená v Prílohe III Nariadenia Komisie (ES) č. 1291/2000. Členské štáty vydajú licenciu bez ohľadu nato, kde v spoločenstve sídli .

Tabuľka č.1: Voľné množstvá

Druh licencie	KN kódy	Zábezpeka v EUR/100 kg	Množstvo- bez licencie v kg*
Dovoz	1701 11 10	0,30	2000
	1701 11 90		
	1701 12 10		
	1701 12 90		
	1701 91 00		
	1701 99 10		
	1701 99 90		
	1702 20 10		
	1702 20 90		
	1702 30 10		
	1702 40 10		
	1702 60 10		
	1702 60 95		
	1702 90 30		
	1702 90 60		
	1702 90 71		
	1702 90 99		
	2106 90 30		
	2106 90 59		
	1702 60 80	0,60	
1702 90 80			
1703 10 00	0,06		
1703 90 00			
1212 91 20			
1212 99 20			

Zdroj : Príloha III Nariadenia Komisie (ES) č.1291/2000

Tolerancia v rámci voľných množstiev

- od +5% do -5% (Keď je dovezené alebo vyvezené množstvo najviac o 5% väčšie alebo menšie než množstvo uvedené v licencií alebo certifikáte, považuje sa za množstvo dovezené alebo vyvezené na základe tej licencie alebo certifikátu)
- pri uplatnení preferenčných úprav sa zohľadní výlučne množstvo uvedené v oddieli 17 a 18 dovoznej licencie (t.j. množstvo nad 100% sa nezapočítava v rámci preferencie)

Tabuľka č. 2: Voľné množstvá

Druh Licencie	KN kódy	Zábezpeka v EUR/ 100 kg	Množstvo – bez licencie v kg*
Vývoz s/ bez vývoznjej náhrady	1701 11 10	4,20	2000
	1701 11 90		
	1701 12 10		
	1701 12 90		
	1701 99 90		
	1702 20 10		
	1702 20 90		
	1702 30 10		
	1702 40 10		
	1702 60 10		
	1702 60 95		
	1702 90 30		
	1702 90 60		
	1702 90 71		
	1702 90 99		
	2106 90 30		
	2106 90 59		
	1701 11 10	11,00	
	1701 11 90		
	1701 12 10		
	1701 12 90		
1701 91 00			
1701 99 10			
1701 99 90			
1702 60 80	8,00		
1702 90 80	0,60		
1703 10 00	0,90		
1703 90 00			
1212 91 20	**		
1212 91 80			
1212 99 20			

Zdroj: Príloha III Nariadenia Komisie (ES) č. 1291/2000

* množstvá nepodliehajúce licencie – okrem dovozu resp. vývozu, ktoré prebiehajú v rámci preferenčných úprav. Pplatia však výlučne pre každú zásielku a pre každý 8-miestny KN kód pre dovoz, resp.

vývoz

** nebolo stanovené podľa nariadenia (ES) č. 1464/1995

Na reguláciu trhu s cukrom smerom k tretím krajinám sa využívajú tieto nástroje:

1. opatrenia pri vývoze – vývozné licencie a vývozné náhrady

Vývoz cukru do tretích krajín je povolený len na základe vydania vývoznjej licencie, výnimkou je podanie žiadosti o vývoznú licenciu pre množstvo do 2 000 kg. (viď tabuľka voľné množstvá)

Vývozné náhrady sa môžu stanoviť za vývoz poskytované na produkty v článku 1 (1) f, g, a h, Nariadenia Komisie (ES) č. 1260/2001 a tieto môžu byť vyvezené bez ďalšieho spracovania alebo vo forme tovarov. Pri stanovení čiastky takejto náhrady za 100 kg sušiny sa zvlášť prihliada na:

- náhradu stanovenú na vývoz produktov, na ktoré sa vzťahuje kód KN 1702 20 91
- náhradu uplatniteľnú na vývoz produktov vymenovaných v článku 1 (1) d,
- ekonomické hľadiská plánovaného exportu

Náhrady za produkty uvedené v článku 1 a vyvážené vo forme tovarov uvedených v prílohe V Nariadenia Komisie (ES) 4. 1260/2001 nesmú byť vyššie ako tie, ktoré možno uplatniť na tie isté produkty vyvážené bez ďalšieho spracovania.

Náhrady sa stanovujú:

1. v pravidelných intervaloch
 2. výberovým konaním pre produkty, pri ktorých sa tento postup použil v minulosti
- Ak sa náhrady pre produkty uvedené v článku 1 (1) stanovujú v pravidelných intervaloch:
- náhrady sa stanovujú každé dva týždne
 - pri stanovovaní náhrad sa musí zobrať do úvahy situácia v spoločenstve a na svetových trhoch s cukrom

Ak sa náhrada za produkty uvedené v článku 1 (1) stanovuje výberovým konaním:

- účelom výberového konania bude určenie čiastky náhrady
- príslušné orgány členských štátov vyhlásia verejné výberové konanie v súlade so zákonne záväzným nástrojom vo všetkých členských štátoch
- podmienky postupu výberového konania musia obsahovať časovú lehotu na predloženie ponúk

Vopred stanovenie vývozných náhrad je potrebné žiadať pri všetkých KN kódov pre ktoré je náhrada stanovená. Vývozná licencia s vopred stanovenou sadzbou vývozných náhrad platí aj pre výrobok tej istej skupiny, ktorý nie je priradený 12-miestnemu kódu uvedenému vo vývozných licenciách v oddieli 16. Vždy jednu skupinu výrobkov tvoria:

- výrobky položky 1701
- výrobky položky 1702 20, 1702 60 95, 1702 90 99, 1702 90 60, 1702 90 71, 2106 90 59
- výrobky položky 1702 60 80 a 1702 90 80

Doba platnosti pre vývozných licenciách KN kódu 1701, 1702 20, 1702 60 95, 1702 90 99, 1702 90 60, 1702 90 71, 2106 90 59 na množstvo menej ako 10ton, nesmie prekročiť september, ktorý nasleduje bezprostredne po skutočnom udelení licencie. Žiadosť o udelenie vývozných licenciách s vopred stanovenou náhradou sa môžu stiahnuť v rámci 10 pracovných dní po oznámení krátenia, pokiaľ krátenie činí viac ako 20%.

2. opatrenia pri dovoze

Dovoz cukru je povolený len na základe vydania dovozných licenciách, pričom žiadosť o licenciách sa podáva na predpísanom formulári žiadosti o dovozných licenciách AGRIM. Žiadateľ nemôže podať viac ako jednu žiadosť o udelenie dovozných licenciách KN kódu 1701 – Trstinový alebo repný cukor a chemicky čistá sacharóza, v pevnom stave na množstvo nepresahujúce 10ton v ten istý deň a na tom istom vydávajúcom orgáne (to však neplatí pre preferenčný cukor, zvláštny preferenčný cukor, kandizovaný cukor, cukor s aromatickými látkami a farbivami a pre cukor nad 10ton). Licencia bude vydaná ihneď alebo až na tretí deň odo dňa podania žiadosti o dovozných licenciách pre KN kód 1701. Je platná odo dňa skutočného vydania až do konca mesiaca, ktorý nasleduje po jej vydaní. Je potrebné ju vrátiť vydávajúcemu orgánu PPA do dvoch mesiacov po skončení jej platnosti.

V záujme predchádzať alebo pôsobiť proti nepriaznivým účinkom na trhu spoločenstva zapríčinených dovozom určitých poľnohospodárskych produktov, dovoz jedného alebo viacerých takýchto produktov bude podliehať platbe dodatkového dovozného cla za colnú sadzbu stanovenú v Spoločnom colnom sadzovníku. Týmto opatreniami sa ceny dovozov upravujú nad úroveň intervenčnej ceny, takže cenové výkyvy na svetových trhoch nemôžu ohroziť domácich výrobcov.

ZÁVER

Od roku 2005 sa uvažuje o zavedení reformy cukorného poriadku. Hlavnými bodmi reformy sú zníženie ceny cukru a cukrovej repy, nahradenie intervenčných cien cenami referenčnými. Cena cukru sa zníži zo 632 EUR/t (intervenčná cena) na 506 EUR/t (referenčná cena), od roku 2005 a od roku 2007 na 421 EUR/t. Cena cukrovej repy sa tiež zníži od roku 2005 na 32,8 EUR/t a od roku 2004 na úroveň 27,4 EUR/t.

Výsledkom zníženia cien cukrovej repy a cukru bude zníženie plôch na pestovanie. So znížením cien bude pravdepodobne klesať zisk pestovateľov. Rentabilita pestovania bude klesať s väčšou vzdialenosťou od cukrovaru, čo povedie ku koncentrácii pestovania cukrovej repy čo najbližšie k spracovateľským kapacitám.

Ochrana spoločného trhu EÚ bola doteraz v porovnaní s intervenčnou cenou dosť vysoká. Priemerná cena cukru sa pohybovala na výške 655 EUR/t. V budúcnosti možno očakávať, že sa výška ochrany trhu bude odvíjať od výšky referenčnej ceny na úrovni približne 421 EUR/t. Ďalšími bodmi reformy je zavedenie 60% kompenzácie plynúcej zo zníženia cien cestou priamych platieb, obmedzenie cukornej kvóty B o 2,8 mil tony, zlúčenie kvót A a B a liberalizácia obchodu s kvótami.

LITERATÚRA

1. VÚEPP Bratislava: Príručka o spoločnej poľnohospodárskej politike, s. 21-36, 2003,
2. ISBN 80- 7139- 098-4
3. Blass Gejza: SPP EÚ a jej vplyv na agropotravinársku politiku SR, In: Odborné poradenstvo v agropotravinárstve – významný strategický a intenzifikačný nástroj, Nitra: Agroinštitút 2001, s. 45-54, ISBN 80-7139- 085-2
4. Bickert, Christian: Cukor, cukor a jeho režim, režim..., Týždenné roľnícke noviny, roč.15, 2005, č.10, s.12
5. [www.mpsr.sk/apa/doc/cukor2342004 .doc](http://www.mpsr.sk/apa/doc/cukor2342004.doc)

KONTAKT

Katedra manažmentu a marketingu, FEM, SPU Nitra
Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra
E-mail: andreaval@post.sk

Problems and trends in specific industry branch of Czech Republic

Ing. Michal Vaněk - Faculty of Electrical Engineering CTU in Prague

INTRODUCTION

Industry in the Czech Republic is now very different from the 1990s. It causes problems with definition or determination of his parts. We can describe him by using branch of industry with categories of products and services, which are produced in our companies.

In my paper I describe electrical industry in our state. Next thing is to show production in this branch of industry. Development trends of import and export in selected groups of products follow in tables and graphs with time series.

INDUSTRY BRANCH

First chapter shows definition important branch of industry in the Czech Republic. I describe electrical industry in our country, which is characterized by several groups of products. It exists a few categories, which contain machine products. These categories are following divided by code of product:

- Electric devices for household – code 29
- Office machines and facilities for data processing – code 30
- Electric machines and devices – code 31
- Radio, television, switching facility and devices – code 32
- Measuring, control and navigation instruments – code 33

PRODUCT'S GROUPS DEFINITION

For near concept I describe main categories of electrical products, which can be divided in several subgroups. In first category with are following products - fridges and freezers, washers and dryers, ventilators and hoods, cleaners and crushers, shavers and hair dryers, irons and heaters, cookers and furnaces.

Second part of products contains - typewriters, word processing machines, photocopying and computer machines, analogue and hybrid machines, digital mobile machines, basic and other digital units, input and output facilities for computers, basic memory units and other machines for automatic data processing.

Third group includes electro-motors, generators, transformers, distributions and switching devices, cables and conductors, accumulators and batteries, light sources and luminaries, electric equipment.

Next are electron tubes, electronic components, television and broadcast transmitters and receivers, instruments for telephony, telegraphy, record and reproduction sound and video.

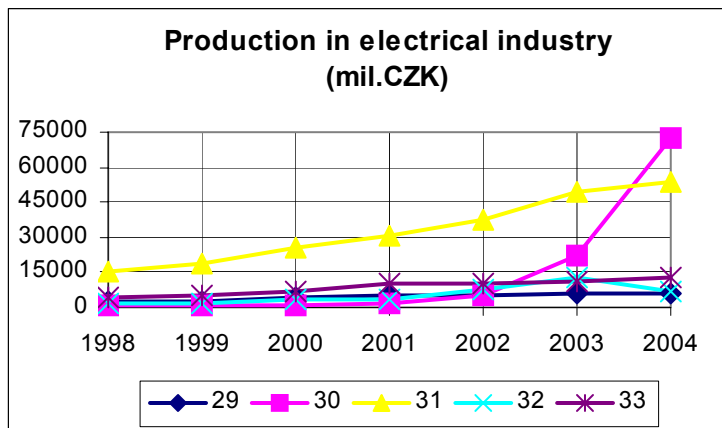
Compasses, radars, micrometers, oscilloscopes, multi-meters, thermometers, barometers, chromatographs, exposure meters, microscopes, electrometers, tachometers, stroboscopes, thermostats, and regulation instruments compose last groups.

TIME SERIES OF PRODUCTION

In my research I analyse development trends of these facilities production and their components in electrical industry. For such work I obtained data from Czech Statistical Office. I show values of electrical industry in time series, because I have data for comparison per a few years. In the first table are values of production in electrical industry.

Table 1: Values of production in electrical industry

Year	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Code 29 (mil. CZK)	2843,6	2752,9	4430,4	4842,4	5508,4	6198,1	6054,6
Code 30 (mil. CZK)	786,6	691,4	527,6	1495,6	5247,8	21909,4	72145,1
Code 31 (mil. CZK)	15096,8	18647,2	25961,2	30720,2	37809,0	49824,8	54114,2
Code 32 (mil. CZK)	1373,0	1707,5	3218,0	3279,5	8013,0	12574,5	6441,7
Code 33 (mil. CZK)	4203,8	4972,6	7180,4	9900,8	10066,0	11314,9	13034,3
Total (mil. CZK)	24303,8	28771,6	41317,6	50238,3	66644,2	101821,7	151790,0

Graph 1: Values of production in million CZK

From table 1 and following graph 1 we can see production, which is total increasing during the years. There the biggest values are in-group with code 31 till year 2003. The smallest values indicate group with code 30 till year 2001. After year 2002 production is very strong increasing, what is a very positive finding. In the years 2003 and 2004 numbers of production even exceed one billions Czech crowns in summary and we can expect next growth.

TRENDS OF FOREIGN TRADE

Next to the production values I also have data about import and export of this industry branch. The first are values of import in electrical industry and follow data about export in tables and graph for mentioned categories of electrical products.

In the second table are import values of electrical industry.

Table 2: Values of import in electrical industry

Year	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Code 29 (mil. CZK)	11519,6	11755,5	11439,7	12031,7	13092,6	13443,0	13563,5
Code 30 (mil. CZK)	28208,0	27988,0	30876,7	32750,2	44232,8	64262,3	71235,7
Code 31 (mil. CZK)	46233,5	57580,7	67558,3	68659,1	88005,3	103506,1	88451,1
Code 32 (mil. CZK)	39219,8	43862,3	46234,3	55614,1	89914,1	100268,2	100784,6
Code 33 (mil. CZK)	12133,8	12381,8	13619,8	14944,4	19068,7	20550,8	18857,1
Import (mil. CZK)	137314,7	153568,2	169728,8	183999,5	254313,5	302030,5	292892,0

Next table shows export values in electrical industry.

Table 3: Values of export in electrical industry

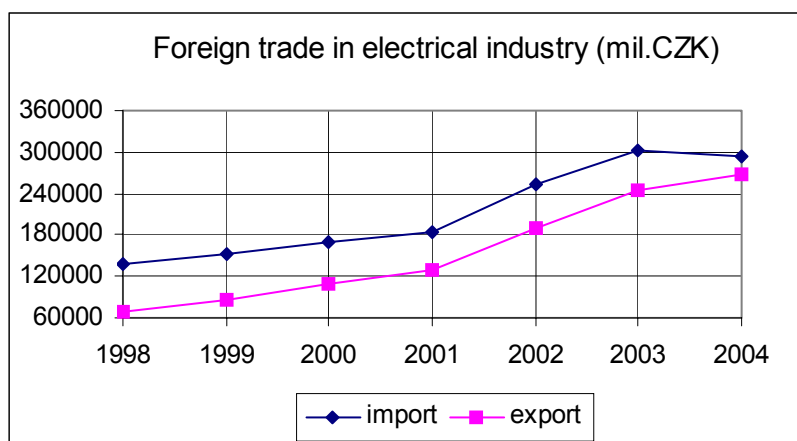
Year	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Code 29 (mil. CZK)	3969,8	4233,3	4808,7	4789,3	5666,0	6911,5	7026,3
Code 30 (mil. CZK)	6101,8	6584,0	9843,0	10080,8	19712,7	39359,3	77535,3
Code 31 (mil. CZK)	38652,0	51323,1	65463,9	79266,0	101739,4	115527,2	107825,9
Code 32 (mil. CZK)	14932,2	19017,6	22498,4	29664,9	54655,4	73119,5	65947,3
Code 33 (mil. CZK)	3713,7	4282,1	5291,5	5763,2	7090,9	9059,6	9090,7
Export (mil. CZK)	67369,5	85440,1	107905,5	129564,2	188864,5	243977,1	267425,5

Last table displays total values of foreign trade in electrical industry. Tab ok graf ne

Table 4: Values of foreign trade in electrical industry

Year	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Import (mil. CZK)	137314,7	153568,2	169728,8	183999,5	254313,5	302030,5	292892,0
Export (mil. CZK)	67369,5	85440,1	107905,5	129564,2	188864,5	243977,1	267425,5
Balance (mil. CZK)	-69945,2	-68128,1	-61823,3	-54435,3	-65449,0	-58053,4	-25466,5

Graph 2: Values of import and export in million CZK



Values of import in electrical industry give positive reason, because import is increasing during the years. The smallest numbers of import are in category with code 29. And the biggest numbers are in category with code 31. Situation in export is very similar, so export is increasing too and has the smallest result in first group. The biggest values give third group. Foreign trade displays negative balance that is not good for our companies and economics. In our country electrical industry has not good conditions for produce and so it has lesser possibilities for export to other countries and more consume products and parts from import into production.

CONCLUSION

To recapitulate my paper: Czech industry in our country is very complicated. We often define him by industry branches, which have a few categories of products. Electrical industry I select for my research. Electrical industry involves products from electric devices for household, office machines and facilities for data processing, electric machines and devices, radio, television, switching facility and devices, measuring, control and navigation instruments.

I analyse production and external trade of this branch in this task. Electrical industry production is very interesting, because she has more traditions and better conditions and position in the market. Values are displayed in time series for better demonstration and they are changing in time, because the production is changing and are increasing during the years. We identify some categories of products, which have the smallest and biggest total numbers.

Beside production I compare foreign trade, so import and export values in this industry branch. Results are positive and very interesting. Comparing import and export we can see that in electrical industry export is smaller than import. Causes bear on production and have been already mentioned during the analysis in previous chapter. Time series demonstrates development of external trade, which is increasing during the years and similar we can determine groups with the smallest and biggest values in export and import.

REFERENCES

1. Standardní klasifikace produkce, ČSÚ – odbor metodiky statistiky

2. Odvětvová klasifikace ekonomických činností, publikace ČSÚ
3. Produkce průmyslových výrobků 98-04, ČSÚ – odbor statistiky průmyslu
4. Dovoz a vývoz 1998-2004, ČSÚ – odbor zahraničního průmyslu
5. J. Seger, R. Hindls, S. Hronová: Statistika pro ekonomy, PP 2002
6. M. Kaňok: Statistické metody v managementu, skriptum ČVUT 2002

CONTACT

Department of Economics, Management and Humanities, Faculty of Electrical Engineering, Czech Technical University in Prague

Zikova 4, 166 29 Prague 6, Czech Republic

E-mail: dragonек@email.cz, Phone: +420 604 192348

Hodnotenie efektívnosti bankových inštitúcií

Ing. Kristína Vincová - Ekonomická fakulta TU Košice

ABSTRAKT

Measurement of bank efficiency

In this article we identify basic DEA models, which can be use for measurement of bank efficiency. Each bank has to evaluate its effectiveness. Obtained results can further on lead to competitiveness increase. There are some methods for efficiency measurement. One of them is DEA model. We apply this model for measurement of efficiency of Slovak banks. We define input and output data in selected group of banks and do the analysis.

KEYWORDS: effectiveness, measurement of efficiency, DEA model, CCR model, BCC model, SBM model, efficiency rate

ÚVOD

Jednou z dôležitých činností každej firmy je sledovať dosahovanú efektívnosť. V modernej spoločnosti existujú mnohé metódy merania efektívnosti, ktoré vychádzajú buď z tradičného prístupu, alebo sú založené na využití IT. Metódy merania efektívnosti môžeme rozdeliť do troch základných skupín. Jedná sa o pomerové ukazovatele, parametrické a neparametrické metódy, pričom pri výbere ukazovateľov na meranie efektívnosti nás zaujímajú predovšetkým vstupy a výstupy firmy.

Medzi neparametrické metódy radíme Data Envelopment Analyses (DEA) a Free Disposal Hull (FDH) a používame ich na meranie technickej (technologickéj) efektívnosti. Technická efektívnosť sa zameriava na úroveň vstupov alebo výstupov. Byť technicky efektívny znamená minimalizovať vstupy pri daných výstupoch alebo maximalizovať výstupy pri daných vstupoch.

Medzi parametrické metódy merania efektívnosti radíme: Stochastic Frontier Approach (SFA), Thick Frontier Approach (TFA) a Distribution Free Approach (DFA). Tieto metódy sa používajú na meranie ekonomickej efektívnosti. Ekonomická efektívnosť je širší pojem ako technická efektívnosť. Zahŕňa optimálny výber úrovne a štruktúry vstupov a výstupov vychádzajúci z reakcií na trhové ceny. Byť ekonomicky efektívny znamená vybrať množstvo a štruktúru vstupov a výstupov tak, aby sme dosiahli buď minimálne náklady alebo maximálny zisk. Ekonomická efektívnosť vyžaduje technickú efektívnosť aj efektívnu alokáciu. Technická efektívnosť vyžaduje len údaje o vstupoch a výstupoch, kým ekonomická efektívnosť aj údaje o cenách (*Measurement of...*,2002).

Cieľom práce bolo zhodnotiť efektívnosť bánk v rámci vybranej skupiny slovenských bánk na základe vybraných kritérií a poukázať na možnosť ako banky môžu merať svoju efektívnosť. Pri vypracovaní sme používali metódu analýzy, syntézy a komparácie. Zamerali sme sa na hodnotenie efektívnosti prostredníctvom DEA modelov, ktoré môžeme rozdeliť do určitých podskupín. Prostredníctvom DEA metodiky je možné odhadnúť „relatívnu“ efektívnosť zvoleného útvaru v rámci danej skupiny jednotiek a kritérií.

1. VYUŽITIE DEA MODELOV NA MERANIE EFEKTÍVNOSTI BÁNK

Medzi neparametrické metódy radíme Data Envelopment Analyses (DEA). Je úlohou lineárneho programovania, ktorá predpokladá, že neexistujú náhodné chyby. Používa sa na meranie technickej efektívnosti. Efektívne firmy sú tie, ktoré produkujú isté množstvo alebo viac výstupov pri spotrebovaní daného množstva vstupov, alebo používajú isté množstvo alebo menej vstupov na vyprodukovanie daného množstva výstupov v porovnaní s ostatnými firmami v hodnotenej skupine firiem.

Analýzu efektívnosti slovenských bánk sme uskutočnili na 15 subjektoch bankového sektora. Aby sme mohli analýzu vykonať, je potrebné určiť, aké údaje budú hodnotené ako vstupy a výstupy. Údaje, ktoré sme využili pri analýze sme čerpali z prílohy týždenníka Trend (TRENDTOP, 2004) a sú uvedené v Tabuľke 1. Pri určovaní efektívnosti prostredníctvom DEA modelov sme využili dva softvérové programy, a to Mathematic 4.1 a Efficiency Measurement (EMS).

Ako vstupné údaje sme zvolili:

- počet zamestnancov,
- prevádzkové náklady (tis. Sk),
- hmotný a nehmotný investičný majetok (tis. Sk).

Za výstupné údaje sme považovali:

- čisté úrokové výnosy (tis. Sk),
 - čisté výnosy z poplatkov a provízií (tis. Sk),
 - počet účtov klientov.
- eT konštantu sme zvolili vo výške 10⁻⁶ na základe odporúčaní literatúry.

Tabuľka 1: Údaje na analýzu efektívnosti bánk

		Počet zamestnancov	Prevádzkové náklady (tis. SK)	Hmotný a nehmotný investičný majetok (tis. Sk)	Čisté úrokové výnosy (tis. SK)	Čisté výnosy z poplatkov a provízií (tis. Sk)	Počet účtov klientov
1	Slovenská sporiteľňa	5 303	6 383 476	7 811 816	6 675 234	1 817 044	5 051 000
2	Všeobecná úverová banka	3 921	4 687 551	6 384 756	5 370 088	1 521 942	1 419 124
3	Tatra banka	2 896	359 863	2 204 708	3 953 434	1 286 080	674 293
4	Československá obchodná banka	1 307	1 668 367	1 430 687	2 390 702	413 181	281 250
5	UniBanka	1 054	1 163 762	1 300 190	1 150 681	301 106	168 592
6	OTP Banka Slovensko	741	916 669	1 692 502	757 729	174 614	221 041
7	Istrobanka	687	738 887	1 275 533	873 633	38 427	226 363
8	Ľudová banka	637	949 182	1 009 905	1 080 298	118 162	151 479
9	Dexia banka Slovensko	636	739 131	1 039 831	1 047 633	113 106	209 020
10	HVB Bank Slovakia	408	811 926	459 028	882 300	162 978	42 959
11	Citibank (Slovakia)	201	539 537	77 425	613 403	66 551	0
12	Banka Slovakia	118	93 265	100 254	104 582	4 988	16 387
13	ING Bank	115	515 914	67 402	1 090 302	49 321	21 133
14	Komerční banka Bratislava	107	141 882	73 658	141 326	17 723	5 492
15	Calyon Bank Slovakia	41	147 979	14 986	162 514	16 503	462

Zdroj: TRENDTOP vo finančníctve, 2004

1.1 CCR vstupne orientovaný model

V DEA modely posudzujeme n produkčných jednotiek, DMUs, pričom každá spotrebuje m rôznych vstupov na vyprodukovanie s rôznych výstupov. Podstata DEA modelov je, že sa pri hodnotení efektívnosti jednotky DMU_q maximalizuje miera jej efektívnosti. Musí však byť zachovaná podmienka, že miera efektívnosti všetkých ostatných jednotiek daného súboru nemôže byť väčšia ako jedna. V modeli musia byť zahrnuté všetky uvažované charakteristiky, teda váhy všetkých vstupov a výstupov musia byť väčšie ako nula (JABLONSKÝ, 2004).

CCR model (Charnes, Cooper, Rhodes) duálny model má tvar:

$$\begin{aligned}
 \text{Minimalizovať} \quad & f = \theta - \varepsilon(e^T s^+ + e^T s^-) \\
 \text{za podmienok} \quad & Y\lambda - s^+ = Y_q \\
 & X\lambda + s^- = \theta X_q \\
 & \lambda, s^+, s^- \geq 0
 \end{aligned} \tag{1}$$

kde $\lambda = (\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n)$, $\lambda \geq 0$ je vektor priradený jednotlivým produkčným jednotkám, s^+ a s^- sú vektory doplnkových vstupných a výstupných premenných, $e^T = (1, 1, \dots, 1)$ a ε je konštanta väčšia ako nula, ktorá sa volí spravidla vo výške 10^{-6} alebo 10^{-8} . Pri hodnotení efektívnosti jednotky DMU_q sa model (1) pokúša nájsť virtuálnu jednotku charakterizovanú vstupmi $X\lambda$ a výstupmi $Y\lambda$, ktoré sú lineárnou kombináciou vstupov a výstupov ostatných jednotiek daného súboru a ktoré sú lepšie ako vstupy a výstupy hodnotenej jednotky DMU_q . Pre vstupy virtuálnej jednotky musí platiť $X\lambda \leq X_q$ a výstupmi $Y\lambda \geq Y_q$. Jednotka DMU_q je označovaná ako efektívna, ak virtuálna jednotka s požadovanými vlastnosťami neexistuje, resp. virtuálna jednotka je totožná s hodnotenou jednotkou, teda platí $X\lambda = X_q$ a $Y\lambda = Y_q$.

Jednotka DMU_q je teda CCR efektívna, keď je optimálna hodnota účelovej funkcie modelu (1) rovná jednej. V opačnom prípade jednotka nie je efektívna. Optimálna hodnota účelovej funkcie f^* označuje mieru efektívnosti hodnotenej jednotky. U neefektívnych jednotiek je hodnota premennej θ menšia ako jedna. Čím je táto miera nižšia, tým menej je hodnotená jednotka efektívna v rámci uvažovaného súboru jednotiek. Táto hodnota potom ukazuje potrebu proporcionálneho **zníženia vstupov** tak, aby sa jednotka DMU_q stala efektívnou. Výhodou DEA modelu je, že poskytuje informácie o tom, akým spôsobom by sa malo zlepšiť chovanie hodnotenej jednotky tak, aby sa táto jednotka stala efektívnou (JABLONSKÝ, 2004).

Stĺpec Miera efektívnosti v Tabuľke 2 udáva mieru efektívnosti jednotlivých bánk, t.j. pri akom proporcionálnom znížení vstupov by bola banka efektívna. Je to číslo, ktorým je potrebné vynásobiť všetky vstupy, aby sa dosiahla efektívnosť. Efektívnosť väčšinou nie je možné dosiahnuť len jednoduchým násobením vstupov mierou efektívnosti, ale je potrebný dodatočný posun smerom na hranicu efektívnosti. Premenné s_1^- , s_2^- a s_3^- udávajú, o koľko je potrebné dodatočne znížiť vstupy.

Z Tabuľky 2 je jasné, že banky 1, 3, 13 a 15 boli označené ako CCR efektívne, to znamená, že optimálna hodnota ich účelovej funkcie bola rovná jednej. Pre efektívne jednotky platí, že všetky doplnkové premenné s_1^- , s_2^- a s_3^- sú rovné nule a zodpovedajúce λ majú hodnotu jedna, pričom všetky ostatné λ sú nulové. Pri ostatných bankách optimálna hodnota funkcie nadobúdala hodnoty menšie ako jedna, to znamená, že jednotky sú neefektívne. Hodnota účelovej funkcie u neefektívnych jednotiek poukazuje na potrebu proporcionálneho zníženia vstupov, ktoré by malo viesť k tomu, aby sa jednotka stala efektívnou. CCR vstupne orientovaný model nám ďalej dáva návod na to, ako by sa mali zmeniť vstupné údaje neefektívnej banky tak, aby sa táto banka stala efektívnou a to prostredníctvom vektorov produkčnej funkcie λ , alebo miery efektívnosti a doplnkových premenných s_1^- , s_2^- a s_3^- .

Z Tabuľky 2 ďalej vidíme, že najnižšiu hodnotu efektívnosti dosiahla Komerční banka Bratislava (14), čo znamená, že v rámci súboru hodnotených bánk a na základe zvolených kritérií je daná banka najmenej efektívna. V CCR vstupne orientovanom modeli dosiahla hodnotu 0,38505, t.j. pri 38,505 % jej terajších vstupov by pracovala efektívne. Pri určovaní optimálnych hodnôt vstupov, ktoré by mala banka dosahovať na to aby sa stala efektívnou sa vychádza z vstupných údajov efektívnych bánk. Efektívne hodnoty vstupov a výstupov banky 14 budú teda dané ako lineárna kombinácia vstupov a výstupov bánk 1, 3, 13 a 15 a to nasledovne $\lambda_1 = 0$, $\lambda_3 = 0,0099143$, $\lambda_{13} = 0,0879315$, $\lambda_{15} = 0,0385108$, kde λ_1 , λ_3 , λ_{12} , λ_{13} , λ_{15} sú vektory produkčnej funkcie efektívnych bánk. To znamená, že cieľovú hodnotu vstupu „počet zamestnancov“ vypočítame ako:

$$(0,0099143 \cdot \text{počet zamestnancov Tatra banky}) + (0,0879315 \cdot \text{PZ ING}) + (0,0385108 \cdot \text{PZ Calyon Bank}) = (0,0099143 \cdot 2896) + (0,0879315 \cdot 115) + (0,0385108 \cdot 41) = 40$$

Tabuľka 2: CCR vstupne orientovaný model

		Por.	Miera efektívnosti	Počet zamestnancov*	Prevádzkové náklady (tis. SK)*	Hmotný a nehmotný investičný majetok (tis. Sk)*	Čisté úrokové výnosy (tis.SK)*	Čisté výnosy z poplatkov a provízií (tis.Sk)*	Počet účtov klientov*
1	Slovenská sporiteľňa	1	1,000000						
2	Všeobecná úverová banka	6	0,921629	3 614	1 601 345	3 314 358	5 370 084	1 521 941	1 419 122
3	Tatra banka	1	1,000000						
4	Československá obchodná banka	8	0,731267	956	805 625	768 595	2 390 698	413 181	281 250
5	UniBanka	10	0,647497	682	219 937	525 696	1 150 682	301 106	168 592
6	OTP Banka Slovensko	12	0,583711	433	335 478	445 413	757 729	174 614	221 041
7	Istrobanka	11	0,588798	405	435 056	433 360	873 633	160 073	226 363
8	Ľudová banka	13	0,525521	335	498 815	317 676	1 080 298	136 565	151 479
9	Dexia banka Slovensko	9	0,659914	420	487 763	421 932	1 047 633	169 357	209 020
10	HVB Bank Slovakia	7	0,903418	369	249 566	272 426	882 302	162 979	83 530
11	Citibank (Slovakia)	5	0,923144	162	498 071	71 474	613 404	66 551	9 033
12	Banka Slovakia	14	0,400035	46	37 309	40 102	104 582	19 627	16 387
13	ING Bank	1	1,000000						
14	Komerční banka Bratislava	15	0,38505	40	54 632	28 362	141 326	17 723	8 561
15	Calyon Bank Slovakia	1	1,000000						

Zdroj: vlastné prepočty cez Mathematica 4.1 a EMS

Druhým spôsobom ako premietnuť neefektívny bod na hranicu efektívnosti je využitím miery efektívnosti a hodnôt doplnkových premenných s_1^- , s_2^- a s_3^- . Napríklad cieľovú hodnotu počtu zamestnancov, prevádzkových nákladov a HaNIM banky 14 môžeme vypočítať prenásobením pôvodnej hodnoty mierou efektívnosti a odpočítaním hodnoty doplnkovej premennej zodpovedajúcej danému vstupu. Teda:

$$107 * 0,38505 - 0,79748 = 40$$

$$141.882 * 0,38505 - 0 = 54.632$$

$$73.658 * 0,38505 - 0 = 28.362$$

Komerční banka Bratislava by teda bola efektívna, pri hodnotených vstupoch a výstupoch v rámci súboru hodnotených bánk, keby znížila počet zamestnancov zo 107 na 40, prevádzkové náklady na 54.632 tis. Sk a hodnotu hmotného a nehmotného investičného majetku na 28.362 tis. Sk.

1.2 CCR výstupne orientovaný model

Model (1) je orientovaný na vstupy. Existujú aj modely orientované na výstupy (JABLONSKÝ, 2004). Takýto model má potom tvar:

$$\begin{aligned}
 \text{Maximalizovať} \quad & g = \Phi + \varepsilon(e^T s^+ + e^T s^-) & (2) \\
 \text{za podmienok} \quad & Y\lambda - s^+ = \Phi Y_q \\
 & X\lambda + s^- = X_q \\
 & \lambda, s^+, s^- \geq 0
 \end{aligned}$$

Tento model môžeme interpretovať nasledovne: Jednotka DMU_q je CCR efektívna, keď je optimálna hodnota účelovej funkcie modelu (2) rovná jednej, $g^* = 1$. Ak je hodnota tejto funkcie väčšia

ako jedna, potom jednotka nie je efektívna. Premenná Φ vyjadruje potrebu **zvýšenia výstupov** na dosiahnutie efektívnosti. Pre optimálne riešenie CCR modelu platí, že hodnoty účelových funkcií sú prevrátené hodnoty, t.j. $f^* = 1/g^*$.

CCR výstupne orientovaný model sa pokúša zistiť, ako by neefektívne produkčné jednotky mali zvýšiť svoje výstupy na to, aby sa stali efektívnymi. Skúmame teda, ktoré banky označí model za neefektívne.

Tabuľka 3: CCR výstupne orientovaný model

		Por.	Miera efektívnosti	Počet zamestnancov*	Prevádzkové náklady (tis. SK)*	Hmotný a nehmotný investičný majetok (tis. Sk)*	Čisté úrokové výnosy (tis. SK)*	Čisté výnosy z poplatkov a provízií (tis. Sk)*	Počet účtov klientov*
1	Slovenská sporiteľňa	1	1,00000						
2	Všeobecná úverová banka	6	1,08504	3 921	1 737 520	3 596 203	5 826 740	1 651 362	1 539 801
3	Tatra banka	1	1,00000						
4	Československá obchodná banka	8	1,36749	1 307	1 101 688	1 051 044	3 269 260	565 020	384 606
5	UniBanka	10	1,54441	1 054	339 672	811 888	1 777 120	465 030	260 375
6	OTP Banka Slovensko	12	1,71318	741	574 732	763 070	1 298 122	299 144	378 682
7	Istrobanka	11	1,69837	687	738 887	736 007	1 483 755	271 863	384 449
8	Ľudová banka	13	1,90287	637	949 184	604 499	2 055 675	259 866	288 246
9	Dexia banka Slovensko	9	1,51535	636	739 131	639 374	1 587 529	256 635	316 738
10	HVB Bank Slovakia	7	1,10691	408	276 247	301 549	976 625	180 402	92 460
11	Citibank (Slovakia)	5	1,08326	176	539 538	77 425	664 473	72 092	9 785
12	Banka Slovakia	14	2,49978	116	93 265	100 245	261 432	49 064	40 964
13	ING Bank	1	1,00000						
14	Komerční banka Bratislava	15	2,59706	105	141 882	73 658	367 033	46 028	22 234
15	Calyon Bank Slovakia	1	1,00000						

Zdroj: vlastné prepočty cez Mathematica 4.1 a EMS

Ako môžeme vidieť z Tabuľky 3, aj tento model označil ako efektívne banky 1, 3, 13 a 15. Rozdiel je však v tom, ako je potrebné zmeniť pôvodné údaje na to, aby sa banka stala efektívnou. Pri prvom modeli bola požiadavka na zmenu vstupov, pričom tá následne viedla aj k istej zmene výstupných údajov. Na druhej strane v tomto modeli je požiadavka na zmenu výstupov, ktorá následne povedie aj k istej zmene na strane vstupov. Optimálne vstupné a výstupné údaje neefektívnych bánk získame ako kombináciu vstupných a výstupných údajov efektívnych bánk a to buď prostredníctvom vektorov produkčnej funkcie λ , alebo miery efektívnosti a doplnkových premenných s_1^+ , s_2^+ a s_3^+ . Napríklad najmenej efektívna Komerční banka Bratislava (2,59706) by sa teda stala efektívnou, keby zvýšila hodnotu čistých úrokových výnosov na 367.033 tis. Sk, hodnotu čistých výnosov z poplatkov a provízií na 46.028 tis. Sk a počet účtov klientov na 22.234.

1.3 BCC a super SBM model

Modely (1) a (2) predpokladajú konštantné výnosy z rozsahu. Pri analýze efektívnosti jednotiek môžeme však uvažovať aj s **variabilnými výnosmi z rozsahu**. Vtedy musíme upraviť modely (1) a (2) o podmienku konvexnosti $e^T \lambda = 1$. Tento model sa potom označuje ako **BCC model** (Banker, Charnes, Cooper).

Výpočet efektívnosti pri variabilných výnosoch z rozsahu je vykonaný využitím BCC vstupne a výstupne orientovaných modelov. Výsledky môžeme vidieť v Tabuľke 4. Pri variabilných výnosoch boli ako efektívne označené banky 1, 2, 3, 4, 11, 12, 13 a 15. Banky, ktoré boli efektívne aj pri konštantných výnosoch z rozsahu, sú efektívne aj v BCC modeloch.

Podobne ako pri CCR modeloch, aj v prípade BCC modelov, získame optimálne hodnoty neefektívnych jednotiek ako lineárnu kombináciu vstupov a výstupov efektívnych jednotiek, alebo na základe mier efektívnosti a zodpovedajúcich doplnkových premenných.

Tabuľka 4: BCC vstupne a výstupne orientovaný model

		BCC - vstup	Poradie	BCC - výstup	Poradie
1	Slovenská sporiteľňa	1,0000	1	1,0000	1
2	Všeobecná úverová banka	1,0000	1	1,0000	1
3	Tatra banka	1,0000	1	1,0000	1
4	Československá obchodná banka	1,0000	1	1,0000	1
5	UniBanka	0,6503	12	1,5420	12
6	OTP Banka Slovensko	0,5893	14	1,7072	15
7	Istrobanka	0,6343	13	1,6652	14
8	Ľudová banka	0,5442	15	1,5392	11
9	Dexia banka Slovensko	0,6926	11	1,5079	10
10	HVB Bank Slovakia	0,9080	9	1,1024	9
11	Citibank (Slovakia)	1,0000	1	1,0000	1
12	Banka Slovakia	1,0000	1	1,0000	1
13	ING Bank	1,0000	1	1,0000	1
14	Komerční banka Bratislava	0,8764	10	1,5638	13
15	Calyon Bank Slovakia	1,0000	1	1,0000	1

Zdroj: vlastné prepočty cez Mathematica 4.1 a EMS

Na posúdenie efektívnych jednotiek môžeme použiť modely super efektívnosti. Ich výhodou je, že na rozdiel od CCR (BCC) modelu vedia zhodnotiť aj mieru efektívnosti efektívnych jednotiek.

Super SMB model vychádza z SBM modelu. Tento model odstraňuje zo súboru jednotiek práve hodnotenú jednotku DMU_q a snaží sa nájsť virtuálnu jednotku DMU^* so vstupmi X^* a výstupmi Y^* , ktorá bude po tomto odstránení SBM efektívna. Je zrejmé, že vstupy jednotky DMU^* budú vyššie alebo rovné ako vstupy hodnotenej jednotky DMU_q a všetky výstupy budú nižšie alebo rovné ako výstupy DMU_q . Miera super efektívnosti je potom definovaná ako vzdialenosť vstupov a výstupov obidvoch jednotiek DMU^* a DMU_q . Miera tejto vzdialenosti je vyjadrená pomocou premennej δ . Model super SBM má potom tvar:

$$\text{minimalizovať} \quad \delta = \frac{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (x_i^* / x_{iq})}{\frac{1}{r} \sum_{i=1}^r (y_i^* / y_{iq})}, \quad (3)$$

$$\begin{aligned} \text{za podmienok} \quad & \sum_{j=1, \neq q}^n x_{ij} \lambda_j + s_i^- = x_{iq}, \quad i = 1, 2, \dots, m \\ & \sum_{j=1, \neq q}^n y_{ij} \lambda_j - s_i^+ = y_{iq}, \quad i = 1, 2, \dots, r \\ & x_i^* \geq x_{iq} \quad i = 1, 2, \dots, m \\ & y_i^* \leq y_{iq} \quad i = 1, 2, \dots, r \\ & \lambda_j, s_i^+, s_i^-, y_i^* \geq 0 \end{aligned}$$

Vstupne orientovaný super SBM model je odvodený z modelu (3), položením menovateľa rovnej jednej. Super SBM model dáva hodnotu účelovej funkcie vyššiu alebo rovnú 1, pričom čím je hodnota funkcie vyššia tým je aj jednotka viac efektívna (*Super efficiency...*, 2003).

Výsledky DEA analýzy v Tabuľke 2 a Tabuľke 3 označujú ako efektívne viaceré banky. Pokiaľ chceme tieto efektívne banky ďalej klasifikovať, môžeme na to využiť model super efektívnosti, super SBM. Tabuľka 5 obsahuje údaje o mierach efektívnosti vypočítaných na základe CCR a super SBM vstupne a výstupne orientovaných modelov. Ako môžeme vidieť z Tabuľky 5, najvyššiu mieru efektívnosti v rámci hodnoteného súboru bánk na základe nami zvolených kritérií dosiahla Tatra banka (vstup-1100,72%, výstup-9,08%), daná banka je v tomto súbore teda najefektívnejšia.

Tabuľka 5: CCR a super SBM vstupne a výstupne orientovaný model

		CCR - vstup	Pradie	CCR – výstup	Pradie	SBM - vstup	Pradie	SBM - výstup	Pradie
1	Slovenská sporiteľňa	1,000000	1	1,00000	1	2,8112	2	0,3557	2
3	Tatra banka	1,000000	1	1,00000	1	11,0072	1	0,0908	1
13	ING Bank	1,000000	1	1,00000	1	2,5047	3	0,3993	3
15	Calyon Bank Slovakia	1,000000	1	1,00000	1	1,2958	4	0,7717	4

Zdroj: vlastné prepočty cez Mathematica 4.1 a EMS

ZÁVER

Cieľom práce nebolo jednoznačne označiť, ktorá banka je alebo nie je efektívna, ale poukázať na možnosti ako banka môže merať svoju efektívnosť. Keďže počet hodnotených jednotiek bol pomerne nízky, nemôžeme povedať, že vypovedacia schopnosť danej analýzy je vysoká. Ako prínos tejto práce možno hodnotiť poukázanie na možnosť hodnotenia efektívnosti a interpretácie údajov analýzy.

Je nutné podotknúť, že DEA analýza má aj isté nedostatky. Umožňuje odhadnúť „relatívnu“ efektívnosť zvoleného útvaru v rámci danej skupiny, nevie však odhadnúť absolútnu efektívnosť. To znamená, že hovorí len o tom, ako dobre sa správa daná jednotka v rámci danej skupiny. Druhým nedostatkom je, že DEA metóda je založená na extrémnych bodoch a porovnáva každú jednotku s najlepšimi jednotkami. Kvôli tejto vlastnosti je DEA metóda citlivejšia na šum v dátach a chyby merania.

Príspevok vznikol v rámci riešenia grantovej úlohy VEGA č. 1/1266/04.

LITERATÚRA

1. *Data Envelopment Analyses, 1997* [online]. 1997. Wageningen Universiteit, 1997, [cit. 04.11.2004]. Dostupné na WWW: <http://www.wau.nl/wub/wep/nr9707/wep07_5.htm>
2. *Data Envelopment Analyses, 2003* [online]. 2003. Bratislava: Univerzita Komenského, 2003, [cit. 07.11.2004]. Dostupné na WWW: <<http://pc2.iam.fmph.uniba.sk/dea/model.html>>
3. JABLONSKÝ, J. 2002 : *Operační výskum*, Praha: Professional Publishing 2002, ISBN: 80-86419-23-1
4. JABLONSKÝ, J. 2004: *Modely hodnocení efektivnosti produkčních jednotek*, IN: Politická ekonomie 2/2004. ISSN: 0032-3233
5. *Measurement of Inputs and Outputs in the Banking Industry, 2002* [online]. 2002. Tanzanet Journal, 2002, [cit. 07.01.2004]. Dostupné na WWW: <http://tanzanet.org/int/journal/tznetjournal_12_2002_measurement_of_inputs.pdf>
6. *Super efficiency data envelopment analyses, 2003* [online]. 2003. Praha: Ekonomická univerzita Praha, 2003, [cit. 07.11.2004]. Dostupné na WWW: <<http://fhi.euba.sk/ssov/VKOXI/Jablonsky.pdf>>
7. TRENDTOP vo finančníctve, 2004, IN: Trend 23/2004. ISSN: 1335-0684

CONTACT

Katedra bankovníctva a investovania, Ekonomická fakulta, Technická Univerzita Košice
B. Němcovej 32, 040 01 Košice

Rozdeľovanie marketingových zdrojov, kombinácie a obmedzenia

Ing. Marián Vollmann - Drevárska fakulta TU vo Zvolene

ABSTRAKT

The theme of this contribution is to show how individual elements can react on the marketing mix based on profit equation and its modification to influence a sale when some factors, which a company touch, are changed or oscillated. It's optimalization of the marketing costs to achieve maximum profit for products.

KEY WORDS: marketing mix, profit equation, budget restriction, price, promotion

ÚVOD

Vo všetkých jazykoch je slovo marketing preto preberané ako výraz určitej zásadnej, jednoznačnej myšlienky a filozofie podnikania. Uspokojenie potrieb a požiadaviek zákazníkov nie je možné len prostredníctvom samotného produktu, ale aj prostredníctvom ostatných zložiek, marketingových prvkov, a to ceny, distribúcie a komunikácie. Rozhodnutia o výbere marketingového mixu smerujú k vytvoreniu uceleného systému metód, nástrojov a relatívnych preferencií takým spôsobom, aby sa ich paralelným využitím na trhu dosiahli čo najúčinnejšie výsledky v požadovanom čase. Efektívny marketingový program kombinuje všetky prvky marketingového mixu do podoby koordinovaného programu tak, aby harmonizoval s marketingovými cieľmi firmy.

POUŽITÉ METÓDY

Je mnoho faktorov, ktoré vplyvajú na odbyt podniku. Philip Kotler (1998) uvádza, ako sa pomocou rovnice zisku a rovnice predaja dajú regulovať tieto ovplyvniteľné premenné vplyvajúce na zisk. Táto teória uvádza rovnice a ďalšie nástroje, ktoré sa používajú pri stanovovaní rentability marketingových nákladov, ako reagujú tržby a zisk na výdaje v jednotlivých marketingových mixoch.

V tabuľke 1 je podľa tohto diela osem stratégií (kombinácie troch marketingových premenných a dvoch rôznych cien resp. výdavkov – ich vysoká a nízka úroveň; teda $2 \times 3 = 6$), ktoré sú uvedené v prvých štyroch stĺpcoch. Týchto stratégií môže byť však navrhnutých n, to záleží od odboru podnikania a výrobu. Ďalším krokom je odhad pravdepodobného predaja, ktorý zodpovedá jednotlivým marketingovým mixom. Táto metóda sa zakladá na expertnom posúdení odhadov u manažérov predaja alebo externých spolupracovníkov. Tieto odhady sú v ďalších dvoch stĺpcoch. Posledným krokom je stanovenie takého marketingového mixu, ktorý maximalizuje zisk za predpokladu, že sú odhady správne. Je preto nutné použiť rovnicu zisku a dosadiť údaje jednotlivých marketingových mixov. Potom už stačí vybrať práve ten, ktorý maximalizuje zisk.

Tabuľka 1: Marketingové mixy pre maximalizáciu zisku

Marketingový mix č.	Cena C	Reklama A	Podpora predaja S	Predané jednotky Q	Zisk Z
1.	C1	A1	S1	ODHAD	?
2.	C1	A1	S2		?
3.	C1	A2	S1		?
4.	C1	A2	S2		?
5.	C2	A1	S1		?
6.	C2	A1	S2		?
7.	C2	A2	S1		?
8.	C2	A2	S2		?

Zroj: Kotler, P.: Marketing management, 1998

kde:

$C1, C2$ = rôzne ceny,

$A1, A2$ = rôzne výdavky na reklamu,

$S1, S2$ = rôzne výdavky na podporu predaja.

Optimalizácia nákladov na marketingový mix sa prevádza na základe rovnice zisku, podľa ktorej sa bude dať následne vybrať najlepšia stratégia pre optimálne rozloženie nákladov na marketing, cenu a odbyt pri sledovaní maximálneho zisku.

Po dosadení konkrétnych čísel do danej rovnice dostaneme marketingový mix, ktorý nám najviac maximalizuje zisk. Pri optimalizácii marketingového mixu vychádzame z funkcie zisku a z funkcie predaja.

$$Z = b \cdot C^c \cdot A^a \cdot S^s \cdot [(C - k) - VN] - FN - A - S$$

Pomocou lineárnej regresie vytvoríme konkrétny model z dostupných údajov týkajúcich sa odbytu v jednotlivých obdobiach (na základe expertného posúdenia odborníkmi z praxe pracujúcimi v danej oblasti), kombinácie rôznych úrovní cien, za ktoré by sa mohol výrobok predať a kombinácií rôznych výdavkov na reklamu a podporu predaja, ktorý nám poskytne pohľad na to ako reaguje odbyt na zmenu ceny, výdavkov na reklamu a podporu predaja.

VÝSLEDKY

Výsledky uvádzané v tomto príspevku sú z konkrétneho nemenovaného podniku, ktorý podniká v potravinárskom priemysle, a sú vypočítané na základe uvedenej Kotlerovej teórie o efektívnom rozdeľovaní marketingových zdrojov. Z dôvodu rozsiahlosti týchto výpočtov sú tu uvedené iba výsledky, z ktorých sa potom ďalej budeme odrážať do problematiky obmedzení v podniku.

Po vypočítaní rovnice zisku sme dostali optimálny marketingový mix, ktorý je pri cene 175 Sk/kg, pri výdavkoch na reklamu 18 174 000 Sk/rok a pri výdavkoch na podporu predaja 2 600 000 Sk/rok, ak zároveň berieme do úvahy účinnosť týchto nástrojov vyjadrených pružnosťou c, a, s . Pri takejto kombinácii rozdelenia marketingových nástrojov môžeme odhadovať predaj na 1 200 000 kg/rok a zisk na 42 130 000 Sk.

Aj keď ostatné marketingové mixy by zaručovali vyšší predaj, žiadny z nich by však nepriniesol vyšší zisk. Pomocou týchto výpočtov sa nám podarilo optimalizovať nie len marketingový mix, ale aj marketingový rozpočet $A + S$ (18 174 000 Sk/rok + 2 600 000 Sk/rok).

My sme však vyrátali extrém funkcie, maximum, ktorý nie je možné v praxi realizovať, pretože ako všade, aj tu existujú určité rozpočtové obmedzenia. Tie ukážem na nasledujúcom príklade.

Príklad:

Nasledujúci príklad je z praxe, kde podľa optimalizácie nástrojov marketingového mixu by podnik na to, aby dosiahol čo najväčší zisk pri zohľadnení pružnosti jednotlivých prvkov marketingového mixu, musel predávať svoj výrobok za cenu 175 Sk/kg, pričom bežná cena v obchodoch je 131 Sk/kg. Samozrejme je to nereálne, pretože zákazník by prešiel ku konkurencii. Podnik si nemôže dovoliť manipulovať s cenou bez zohľadnenia podmienok trhu. Okrem toho by musel podnik investovať do reklamy a podpory predaja 20 770 000 Sk, čo je taktiež z pohľadu podnikového rozpočtu nereálne. V tom prípade by sa dosiahlo už spomínané maximum, zisk by bol maximálne možný a to vo výške 42 130 000 Sk.

Keby sa cena znížila o 25% na 131,91 Sk/kg, čo je reálna cena, ktorá by bola na trhu akceptovaná tak pri tejto cene by boli náklady na reklamu a podporu predaja nasledovné:

Náklady na reklamu $A = 13\,324\,325,87$ Sk/rok

Náklady na podporu predaja $S = 2\,035\,633,3$ Sk/rok

Spolu $M = 15\,359\,959,17$ Sk/rok

Na základe týchto výdavkov by sa predalo Q kg a zisk by bol Z Sk.

$$Q = 2\,237\,671,92 \text{ kg}$$
$$Z = 24\,599\,069,53 \text{ Sk}$$

Ak by sme teda zachovali optimálnu cenu 131,91 Sk/kg znížil by sa zisk o 17 532 495,41 Sk/kg a jeho hodnota by bola 24 599 069,53 sk/kg, čo je prijateľná reálna hodnota. Náklady na reklamu a podporu predaja by však stále dosahovali nereálnu hodnotu 15 miliónov, čo si podnik nemôže dovoliť.

Pri stanovení obmedzení na cenu a tiež na reklamu a podporu predaja by bolo možné vyčíslit' reálne hodnoty, v ktorých keby sa podnik nachádzal, dosiahol by reálny maximálny zisk pri podmienkach, ktoré si podnik môže dovoliť a pritom uspieť na trhu.

Pri stanovení obmedzení okrem ceny (131,91 Sk/kg) aj na reklamu a podporu predaja (A+S), ktoré by reálne činili približne 5 000 000 Sk/rok by boli dosiahnuté nasledovné hodnoty:

Obmedzenia:

$$C = 131,91 \text{ Sk/kg}$$
$$M = 5\,000\,000 \text{ Sk/rok, pričom } A = 4\,600\,000 \text{ Sk/rok}$$
$$S = 400\,000 \text{ Sk/rok}$$

Po dosadení do príslušných vzorcov dostávame reálne hodnoty modelu uplatniteľné na trhu:

$$Q = 1\,704\,515,16 \text{ kg}$$
$$Z = 19\,772\,045,15 \text{ Sk}$$

Môžeme teda konštatovať, že pri cene 131,91 Sk/kg a vynaložených nákladoch na reklamu 4 600 000 Sk/rok a podporu predaja 400 000 Sk/rok by sa predalo 1 704 515,16 kg a dosiahol by sa zisk z tohto objemu vo výške 19 772 045,15 Sk.

DISKUSIA

Reálne možnosti podniku vychádzajú z konkrétnych obmedzení, ktoré môžeme v tomto prípade špecifikovať. Sú to rozpočtové obmedzenia týkajúce sa výdavkov na marketing, ktoré vychádzajú z podnikového plánovaného rozpočtu, kde sa musí zohľadniť fungovanie celého podniku. Na to, aby podnik dosiahol maximálny zisk by potreboval vynaložiť určitú vysokú sumu peňažných prostriedkov na reklamu a podporu predaja a pritom v skutočnosti investuje doposiaľ do týchto aktivít oveľa menej z dôvodu svojich obmedzených zdrojov a možností. Je nereálne investovať obrovské množstvo prostriedkov iba do komunikácie. Ďalším faktorom je cena. Za cenu, ktorá by maximalizovala celkový výstup by nebolo možné daný výrobok predat', pretože táto cena je veľmi vysoká a trh by ju neakceptoval. Zákazníci by prešli na komparatívne konkurenčné výrobky za nižšie ceny.

Sami manažéri vedia aký majú svoj rozpočet (budget) na nasledujúce obdobie, vedia presne ako sa im v minulosti navrátila investícia do reklamy a podporných aktivít a na základe skúsenosti s trhom v danom odvetví vedia akú cenu je schopný trh akceptovať. Uvedené faktory sú len základom k dosiahnutiu maximálneho možného zisku. Ten sa nedá vypočítať púhymi číslami, ale treba do toho vložiť aj svoje úsilie a čas.

Podmienky na trhu však nie sú statické a konkurencia má v zálohe množstvo iných stratégií, na ktoré musí náš podnik reagovať. Nedá sa vždy vychádzať z predchádzajúcich období, pretože trh sa vyvíja a na trh stále prichádzajú noví „hráči“, ktorí môžu svojou stratégiou ovplyvniť celkovú predajnosť na trhu, čo vedie k reakcii ostatných konkurentov a aj samotného konkrétneho podniku. Na základe toho sa musí upraviť smerovanie podniku, jeho taktika a operatívne plánovanie. Potom v podniku dochádza k zmenám v dôležitosti priorit a tým aj k zmene uplatňovania naplánovaného rozpočtu. Ak dokážu manažéri tieto pohyby zakomponovať do statického modelu (akými vždy modeli s rovnicami sú), stane sa model dynamickým so schopnosťou predpovedať nadchádzajúce zmeny. Táto „hra“ by sa potom nemala odohrávať iba v oddelení odbytu, ale mal by byť do tohto procesu zapojený

celý tím oddelení, hlavne v súčinnosti s marketingovým oddelením podniku a oddelením strategického kontroľingu.

Na každý podnik samozrejme doliehajú rôzne vplyvy rozdielne. Nedá sa stále rátať s pružnosťou iba niektorých vybraných prvkov (v našom prípade ceny, výdavkov na reklamu a výdavkov na podporu predaja), ale treba do modelu zakomponovať prvky podľa dôležitosti ako ovplyvňujú dianie v prostredí získavania konkurenčnej výhody. Tie sú pre každé odvetvie podnikania samozrejme odlišné, a preto sa nedá jednoznačný princíp zovšeobecňovať. To, čo platí u jedného podniku, vôbec nemusí platiť u iného podniku.

ZÁVER

Prínos tohto modelu pre prax je v efektívnom rozdeľovaní jednotlivých nástrojov marketingového mixu pre stanovenie maximálne možného zisku pri daných podmienkach a obmedzeniach, čo znamená vedieť investovať svoje prostriedky do komunikácie, primerane ich rozdeliť, nevynakladať zbytočne viac peňažných prostriedkov ako je v skutočnosti treba pre dosiahnutie maximálneho zisku a akceptovania výrobku zákazníkmi na trhu.

Pre komplexné využívanie tohto modelu v praxi je nevyhnutné, aby si podnik podrobne sledoval údaje o nákladoch a ich členení a tiež odbytované množstvá za jednotlivé obdobia, čo sa mu prejaví v konkrétnejšom a reálnejšom odhade, z ktorého celý tento model vyplýva. Tiež je nevyhnutné aktualizovať tento model, aby práve v okamihu rozhodovania vedel poskytnúť manažérom najpravdepodobnejšie výsledky.

LITERATÚRA

1. Kotler, P. 1998. *Marketing management*. Praha: Grada publishing, 1998. 710 s. ISBN 80-7169-600-5
2. Kotler, P., Armstrong, G. 1992. *Marketing*. Bratislava: SPN, 1992. 385 s. ISBN 80-08-02042-3
3. McCarthy, E. J., Perreault, W. D. 1995. *Základy marketingu*. Praha: Victoria publishing, 1995. 511 s. ISBN 80-85605-29-5

KONTAKTNÁ ADRESA

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva, Drevárska fakulta, Technická univerzita vo Zvolene
T.G. Masaryka 24, 960 53 Zvolen
E-mail: vollmann@vsld.tuzvo.sk

Open source GIS for public sector

Ing. Roman Vrba - Faculty of business and economics MUAF in Brno

ABSTRACT

When summarizing all the data, it is clear that OpenSource is not so cheap since it places increased demands on the human resources and time. In a long run and the final calculation, these financial costs will be higher than the costs on an acquisition of a commercial product. It is important to bear in mind that all this is only efficient when an organization creates its own GIS through its own human resources. The situation would likely be different if the GIS was dealt with, for example, through outsourcing.

Another question is what would happen if we used a solution of a commercial firm that has adjusted the OpenSource, put it in a box and is providing it as a complex solution. However, I am not sure whether this is a real OpenSource.

The greatest risk for the public sector is to build something on skills and ideas of a particular person or persons. Why? The answer is easy. You will gain a young skilled specialist “enthusiast”; he/she will accomplish duties of three people and the money for him/her is inconsiderable. But, then the young enthusiast starts to take care of his/her family and the income demands get subsequently increased. Such demands, however, will only be satisfied in a commercial sector. The result is therefore obvious. You have a system built on the OpenSource technologies that cost you relatively little money but that is incomprehensible for everybody in your company. Then you, as the manager, start asking the unavoidable question of where and when the mistake has been made.

This paper was written terms of research VZ MSM 6215648904/03.

The traditional introduction of all contributions concerning the IT issues almost always emphasizes the essential necessity to implement IT technologies in, probably, all industries. And YES, it is true. The problem, however, rises in the question of how to perform such an implementation. I, myself, have been lucky and got the chance to participate from the very beginning on the construction of the IS, particularly GIS, at the Regional Authorities of Southern Moravia. More specifically, my task was to design the GIS architecture in such a way so as to enable distribution of the data towards municipalities and people as well as to receive the geodata from other subjects.

I will not describe here the complete procedures and troubles I ran into during the designing of the GIS architecture. My preference now is to focus on the sphere of software only. A great advantage of not just GIS is the possibility to build the whole system on the OpenSource technologies, which subsequently means rather lower costs on the software acquisition. The question, however, is whether this idea is actually true. As I have already mentioned, the Regional Authorities of Southern Moravia certainly had a need to process geodata. The table shows the products of the firm ESRI (the products we use) and products distributed for free which can also satisfy such a need.

<i>Products of ESRI</i>	<i>Free downloads products</i>
ArcGIS	Grass
ArcIMS	Minnesota map srv.
ArcSDE	PostGIS
Oracle 9i (RDBMS)	PostgreSQL (RDBMS)

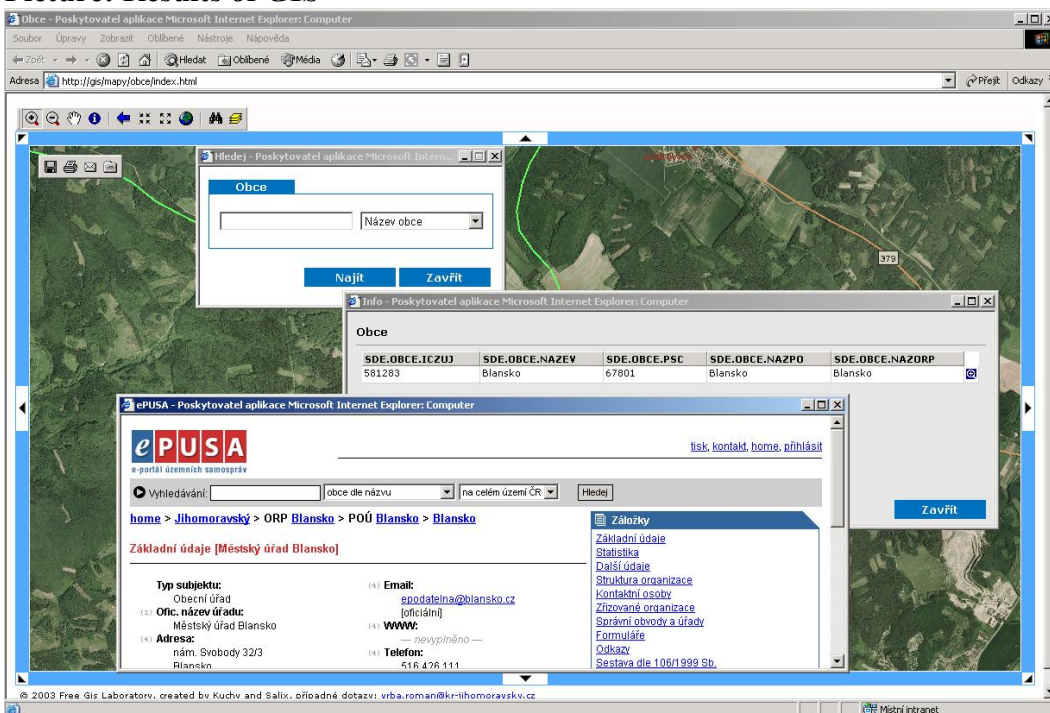
SOFTWARE ACQUISITION

This step represents the first substantial difference. Whilst it is very easy for anyone to download the OpenSource from an appropriate server, the products of the ESRI company must be purchased for the total price of 60,000.00 dollars. Therefore, I suppose, all of us would vote for the OpenSource. From the financial as well as time point of view, the OpenSource pays off much better since the state administration involves certain procedures that precede a purchase of anything and, unfortunately, it is not a matter of weeks but months.

PRODUCT INSTALLATION

This following step is also rather different. The products of the ESRI company are easy to be downloaded, even by a less experienced specialist (or by someone who has read the manual), as they contain all different wizards for their installation, which is also true for the configuration of SDE and the map server. If some problems occur during such an installation after all, the best solution is to contact the producer or distributor who are obliged to help. The exact opposite happens with the OpenSource products when the downloaded application is partially only a semi-product that requires further programming adjustments, resetting and, in fact, an overall amendments and utilization (see MMSRV). All these procedures demand quite a bit of time as well as human resources (which means an urgent necessity of true top specialists in the given sphere). After summarizing the installation process, I am not quite convinced that the OpenSource still pays off so well. As I have already mentioned, to be able to use the OpenSource, it is unavoidable to hire a top specialist (or even more than one) who will require to be paid well (I would like to point out here that we find ourselves within the premises of a public administration where it is very difficult to offer to a specialist an adequate financial award).

Picture: Results of GIS



GIS ARCHITECTURE

Once again we will begin with an assessment of the ESRI products. These products are developed by a team of specialists from a certain organization that responds to the requirements of their customers. Such a fact guarantees a continuous development and provision of additional services. Also manipulation is rather user-friendly and intuitive therefore it does not place high requirements on the

users. The biggest advantage, however, is that commercial products of all companies offer complex solutions and it is up to us what we will decide to choose from such a broad collection. The best example of the geodata distribution is shown on the particular situation from our organization.

We will now discuss the OpenSource which are usually developed by teams of independent specialists who work individually or participate on solutions of certain issues. But it is not always the case. I am not sure and cannot assess to what degree the customers needs on such products are satisfied but supposedly the results are not insufficient thanks to the web conferences. The complexity of the solutions is, unfortunately, a great trouble here. The OpenSource do not deal with a complete system but always only separate problems as the map server has usually been purchased from one resource, the geodatabase from another, and so on. Therefore, it is once again up to you to integrate the individual parts of the system, and hand in hand with it comes the great necessity of human resources and time. And what is my evaluation of this part? I suppose that commercial products offer complex solutions of problems through a very simple procedure for the geodata distribution, which is the opposite regarding the OpenSource as the OpenSource is highly time and human resource demanding.

CONTACT

E-mail: vrba.roman@kr-jihomoravsky.cz

Spatial quantification of agriculture environmental impact on EU countries

Ing. Hana Zach - Faculty of Economics and Management SUA in Nitra

ABSTRACT

Since the 1992 Rio Earth Summit environment has become the issue of major policy debates. There are a lot of measures that try to reach the Summit aims, among others Environmental Sustainability Index (ESI) or Human Development Index (HDI) comprising various environmental, economic, technical or human variables. The aim of the article is to present the spatial quantification of agriculture environmental impact on EU countries measured through the agriculture added value on GDP, ESI, HDI and their components. There is a lot of authors analysing ESI or HDI as separate topics, or even connection between two of them such as agriculture and ESI (Hushak, 1986), agriculture and HDI (Irz et al., 2001; Shelton, 2002) or ESI and HDI (Yujing et al., 2004; Eyetsemitan et al., 2003) nevertheless, searching EBSCO Publishing, ProQuest, SpringerLink and Web of Science databases did not find any author dealing exactly with relationship we are evaluating in presented article.

KEY WORDS: Agriculture, ESI, HDI, EU, quantitative methods

MATERIAL AND METHODS

We are analysing the spatial relationship among 11 selected variables in EU countries except Cyprus and Malta because of missing values and spatial incompatibility to other evaluated countries. We process the cross - sectional data of 2002 year.

We have selected, as a relevant agricultural indicator identifying the intensity of agriculture in each monitored country, agriculture added value on GDP (%) (AGRI). The data were obtained from the World Bank Internet site (<http://www.worldbank.org>).

Environmental sustainability index (ESI) measures overall progress towards environmental sustainability. Environmental sustainability is measured through 20 indicators, each of which combines two to eight variables, for a total of 68 underlying data sets. 20 indicators are aggregated into 5 core components we involved into the evaluation and track success in areas of the Environmental Systems, such as air, soil, ecosystems, and water (SYSTEM); the Stresses on those systems, in the form of pollution and exploitation levels (STRESS); the Human Vulnerability to environmental change in the form of loss of food resources or exposure to environmental diseases (VULNER); the Social and Institutional Capacity to cope with environmental challenges (CAP); and the ability to respond to the demands of Global Stewardship by cooperating in collective efforts to conserve international environmental resources (GLOBAL). The core components as well as the ESI are calculated as a standard normal percentile for each country and higher ESI means better environment conditions. The ESI 2002 data were obtained from the 2002 Environmental Sustainability Index Report (<http://www.ciesin.columbia.edu/>).

Human Development Index (HDI) is a summary composite index scaled between 0 and 1 that measures a country's average achievements in three basic aspects of human development: longevity, knowledge, and a decent standard of living. In our analysis the longevity is measured by life expectancy at birth in years (LIFE); knowledge is measured by a combination of the adult literacy rate and the combined primary, secondary, and tertiary gross enrolment ratio as index (EDUI); and standard of living by GDP per capita in purchasing power parity US dollars (GDP). Higher EDUI, HDI or LIFE means better performance. HDI 2002 data were obtained from the Human Development Report 2004 (<http://www.undp.org>).

We used the next methods or statistics for evaluation:

- Non-parametric correlation (Kendall Tau b, Spearman)

- Lorenzo curve
- Weighted means analysis
- Gini coefficients
- Localisation coefficients
- Spatial autocorrelation (Moran, Geary)
- Regression analysis
- Cluster analysis (median method)

Spatial statistics methods, described in Stehlíková (2002), as a suitable method for analysing the spatial data in environmental, agriculture or health area were used in Letkovičová, H. and Letkovičová, M (2002, 2003, 2004), Letkovičová, H. and Gabovičová, A.(2002) or Letkovičová, H. (2002) articles. Software package SAS and ArcView were used for the computations and picture depicting.

RESULTS AND DISCUSSION

The analysis started by identifying the fact AGRI, ESI and HDI show positive spatial autocorrelation across the EU countries suggesting distribution of monitored variables in space is not accidental (Table 1).

Table 1 Spatial autocorrelation results for AGRI, ESI and HDI

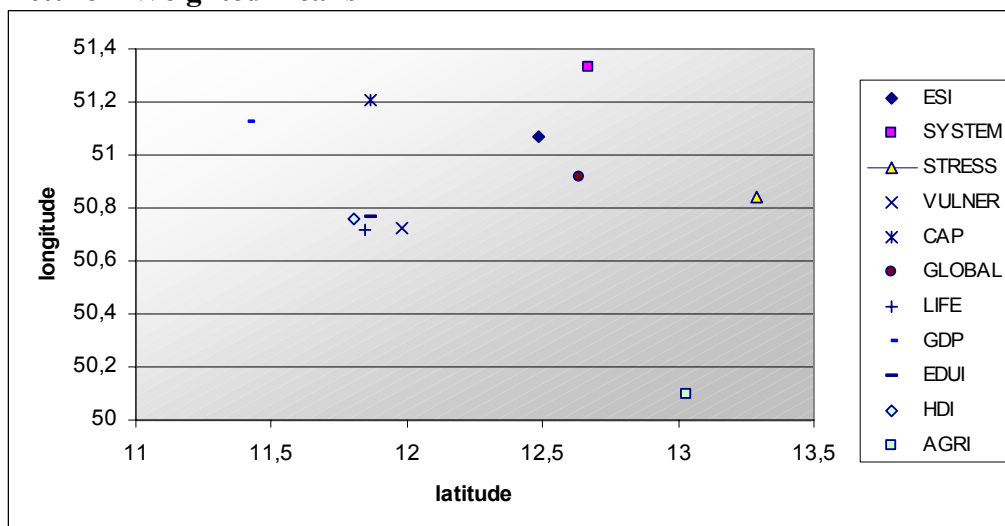
Indicator	I Moran coefficient	C Geary coefficient	Test based on randomisation $P > Z $ I	Test based on randomisation $P > Z $ C
AGRI	0,355	0,398	0,005	0,009
ESI 2002	0,251	0,592	0,035	0,047
HDI 2002	0,580	0,403	0,0001	0,010

We furthered by analysing the spatial distribution of all 11 monitored indicators. Picture 1 shows AGRI, STRESS and GDP are the most concentrated variables to concrete parts of Europe suggesting people are better of in western EU countries in terms of living standard, southeast EU countries have higher agriculture added value on GDP or are more focused on agriculture than other EU countries and eastern EU countries perform better in terms of reducing environmental stresses. Picture 1 also uncovered components analysis and not only analysis of aggregated ESI or HDI indices is inevitable because western EU countries perform better in terms of economic, education or technical variable oppose to eastern EU countries that perform better in terms of environment.

Concentration of monitored variables is distinct also from the Gini coefficients depicting AGRI, GDP and STRESS have the most unequal distribution across the EU countries (ESI 5.5, SYSTEM 9.79, STRESS 17.89, VULNER 1.9, CAP 7.25, GLOBAL 8.18, LIFE 1.5, GDP 16.39, EDUI 0.95, HDI 1.95 and AGRI 19.2). Value 0 means totally equal distribution, 100 totally unequal.

We are presenting Lorenzo curves only for three most unequally distributed variables (AGRI, GDP, STRESS) as well as for the ESI and HDI to show ESI and HDI in terms of space perform well opposite to their components. Picture 2 also uncovers the necessity to evaluate not only aggregate indices. Line $x = y$ indicates totally equal distribution.

Picture 1 Weighted means



Picture 2 Lorenz curves for STRESS, GDP, AGRI, ESI and HDI

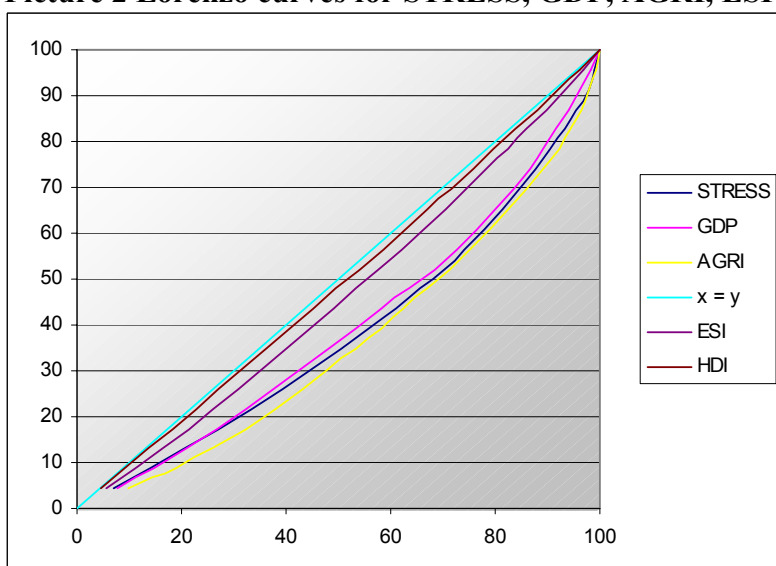


Table 2 according to localisation coefficients values presents three the best and the worst performing countries in each evaluated variable.

Table 2 Three best and worst performing EU countries

	ESI	SYSTEM	STRESS	VULNER	CAP	GLOBAL	LIFE	GDP	EDUI	HDI	AGRI
Best performance	FIN	FIN	LVA	AUT	SWE	SWE	SWE	LUX	NDL	SWE	GRC
	SWE	SWE	EST	NDL	FIN	AUT	ESP	IRL	BEL	NDL	LTU
	AUT	AUT	LTU	SWE	NDL	SVK	FRA	DNK	FIN	BEL	EST
Worst performance	BEL	BEL	BEL	LTU	GRC	POL	LVA	LVA	SVK	LVA	LUX
	GBR	ITA	GBR	LVA	LTU	EST	EST	LTU	LUX	SVK	GBR
	POL	GBR	NDL	EST	POL	ESP	HUN	POL	CZE	LTU	DEU

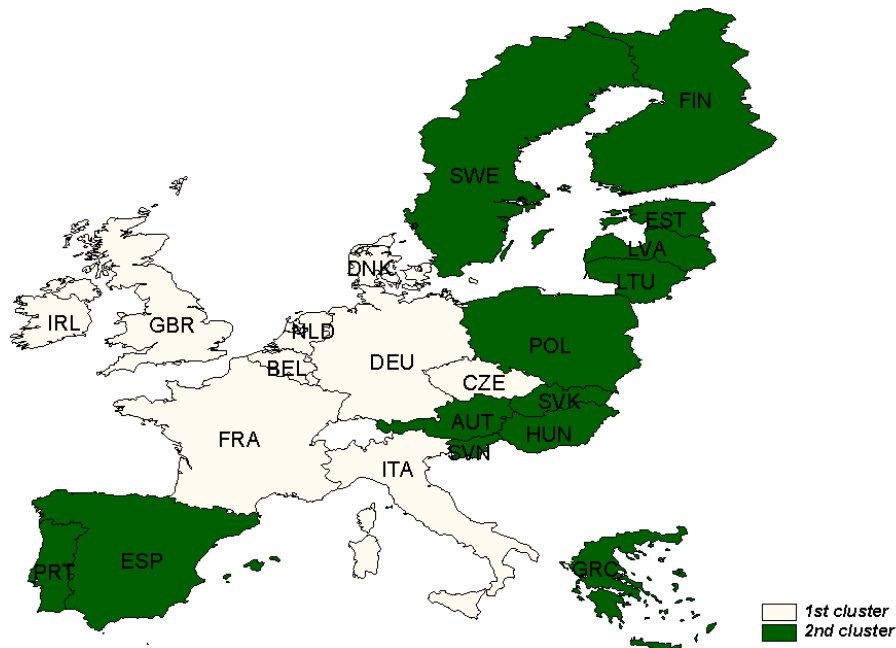
Before regression analysis we wanted to find out, by evaluating the relationship between AGRI and other indicators, the basic correlations between AGRI and monitored indicators. We calculated the non-parametric correlation coefficients (we are presenting Spearman coefficients as the Spearman and Kendall Tab b results are nearly the same) uncovering significant positive correlations between AGRI

and STRESS, and significant negative correlation between AGRI and VULNER, CAP, LIFE, GDP, HDI (Table 3).

Table 3 Spearman correlation coefficients

	ESI	SYSTEM	STRESS	VULNER	CAP	GLOBAL	LIFE	GDP	EDUI	HDI
AGRI	0,344	0,402	0,767	-0,418	-0,738	-0,226	-0,664	-0,725	-0,276	-0,729
p value	0,108	0,057	0,0001	0,047	0,0001	0,299	0,0005	0,0001	0,202	0,0001

Picture 3 EU countries related to identified clusters



Regression analysis setting AGRI as dependent variable and the rest 10 variables as independent selected only ESI, STRESS and HDI as significant. We calculated the new model comprising ESI, STRESS and HDI as independent variables to conclude the model suitability. All regression coefficients were significant at $\alpha = 0.05$, coefficient of determination was equal to 91.45%. We proved the hypothesis about normal residuum distribution ($p = 0.2743$) and autocorrelation non-existence among data shifted from 1 to 12 months. Ramsey test proved the residuum zero mean value and White test constant variance of the random unit ($p = 0.3310$). The regression equation is:

$$\text{AGRI} = 0.0912 \cdot \text{ESI} + 0.1037 \cdot \text{STRESS} - 4.4789 \cdot \text{HDI}$$

The regression analysis pointed out ESI, STRESS and HDI are factors influencing AGRI. We put these three variables into the cluster analysis to reveal two groups of EU countries similar in ESI, STRESS and HDI (based on grouping index). Belgium, Great Britain, Czech Republic, Italy, Denmark, Ireland, France, Germany, Luxemburg and Netherlands are countries creating the first cluster. For the first cluster countries is typical lower performance in ESI and STRESS, but slightly higher in HDI. Austria, Slovenia, Greece, Spain, Poland, Estonia, Latvia, Lithuania, Portugal, Hungary, Slovakia, Finland and Sweden create the second cluster performing better in ESI and STRESS, but a little bit worse in HDI. The map visually helps to identify whose EU countries, influencing AGRI, are mutually similar (Picture 3).

CONCLUSION

Connection among agriculture, environment and human aspects is the matter of today's world discussions. Presented article evaluated two measures - Environmental Sustainability Index (ESI), Human Development Index (HDI) and their components in relation to agriculture value added on GDP (AGRI). The character of analysed data facilitated to use not only common statistical methods such as regression analysis, but also the spatial statistics methods such as cluster analysis, spatial autocorrelation, Lorenzo curve, etc. According to results AGRI, ESI and HDI show positive spatial autocorrelation suggesting there are continuous areas of countries where distribution of monitored variables is not accidental. Nevertheless the regression analysis was significant only for STRESS, ESI and HDI, we proved analysis of individual components and not only aggregate indices are inevitable to uncover the true about the connection between agriculture, environment and human well-being. The analysis disclosed countries performing better in ESI perform worse in HDI (2nd cluster countries) and vice versa in connection to AGRI. There is a stronger relationship between AGRI and HDI than AGRI and ESI suggesting education and economic situation defines agrarian EU countries more than environmental status and protection. The correlation coefficients proved positive correlation between AGRI and STRESS, and negative correlation between AGRI and VULNER, CAP, LIFE, GDP, HDI what prove just noticed statement about the gap among agriculture, environment and human aspects of life.

LITERATURE

1. EYEZSEMITAN, F. – GIRE, J. T. – KHALEEF, O. – SADIARDAMA, M. P.: Influence of the cross-cultural environment on the perception of aging and adult development in the developing world: A study of Bahrain, Brazil and Indonesia. *Asian Journal of Social Psychology*, Apr2003, Vol. 6 Issue 1, p51, 10p.
2. Human Development Report 2004. <http://www.undp.org>
3. HUSHAK, L. J.: Economic and Social Indicators for the Farm Sector: Discussion. *American Journal of Agricultural Economics*, Dec86, Vol. 68 Issue 5, p1132, 3p.
4. IRY, X. – LIN, L. – THIRTLE, C. – WIGGINS, S.: Agricultural Productivity Growth and Poverty Alleviation. *Development Policy Review*, Dec2001, Vol. 19 Issue 4, p449, 18p.
5. LETKOVIČOVÁ, H.: Hodnotenie vývoja vybraného demografického ukazovateľa metódami priestorovej štatistiky. 23rd Intl. ŠVOČ competition in Economics, October 2002, Nové Zámky
6. LETKOVIČOVÁ, H. – LETKOVIČOVÁ, M.: Rakovina pľúc v súvislosti s intenzifikáciou poľnohospodárstva. 3rd Červenka Days of Preventive Medicine, Bystrá, June 2004
7. LETKOVIČOVÁ, M. - LETKOVIČOVÁ, H.: The Health Status of the Population Neighbouring the Nuclear Power Plants in Slovakia. The IRPA Regional Congress on Radiation in Neighbouring Countries of Central Europe 2003. Book of Abstracts. Bratislava, September 2003. ISBN 80-88806-42-9
8. LETKOVIČOVÁ, H. – GABOVIČOVÁ, A.: Podobnosť členských krajín EÚ
9. 11th Intl. Seminar Výpočtová štatistika, proceedings, Bratislava, December 2002, s. 168, ISBN 80-88946-20-4
10. LETKOVIČOVÁ, M. – LETKOVIČOVÁ, H.: Priestorová štatistika ako metóda prognózovania v neinfekčnej a environmentálnej epidemiológii (C34). 18. Stredoslovenské lekárske dni, proceedings, May 2002, s. 19 – 20. Martin
11. SHELTON, D.: Human Rights and the Environment: Jurisprudence of Human Rights Bodies. *Environmental Policy & Law*, 2002, Vol. 32 Issue 3/4, p158, 10p.
12. STEHLIKOVA, B.: Priestorová štatistika. Nitra: ES SPU, 2002, s. 128 ISBN 80-8069-046-4
13. YUJING, C. – HENS, L. – YONGGUAN, Z. – JINGZHU, Z.: Environmental sustainability index of Shandong Province, China. *International Journal for Sustainable Development & World Ecology*, Sep2004, Vol. 11 Issue 3, p227, 7p.
14. World Bank. <http://www.worldbank.org>

15. 2002 Environmental Sustainability Index Report. <http://www.ciesin.columbia.edu/>

CONTACT

Department of Statistics and Operation Research, Faculty of Economics and Management, Slovak
University of Agriculture in Nitra

Tr. A. Hlinku 2, 949 67 Nitra

E-mail: Hana.Zach@fem.uniag.sk