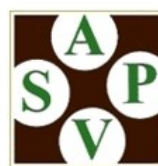


EFFECTS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN RURAL AREAS

PROCEEDINGS OF SCIENTIFIC PAPERS



2018

EFFECTS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN RURAL AREAS

PROCEEDINGS OF SCIENTIFIC PAPERS

Slovak Academy of Agricultural Sciences
School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava
Mukachevo State University, Ukraine
Educational-scientific institute of information technologies
University of State Fiscal Service of Ukraine

EDITORS: Ing. Michal Levický, PhD.
Ing. Janka Beresecká, PhD.

REVIEWERS: Dr. h. c. prof. mpx. h. c. prof. Ing. Vladimír Gozora, PhD. MBA
prof. Ing. Jozef Hudák, PhD.
prof. h. c. doc. Ing. Monika Hudáková, PhD. MBA
doc. Ing. František Vojtech, PhD.

ISSUED BY: Białostockie Wydawnictwo Naukowe, 2018

ISBN: 978-83-950152-8-1

TABLE OF CONTENT

Mladá veda na prelome 20. storočia	1
Meranie výkonnosti v malom a strednom podniku na Slovensku s cieľom identifikácie finančných rizík v oblasti agroturizmu	5
Ethical Issues in Marketing and Social Criticisms of Marketing	13
Riešenie poisťnej zásoby v podniku	19
Podnikanie klastrov a kooperácia MSP v rámci regiónov	26
Spoločenská zodpovednosť podnikov a jej vnímanie vo vybranom malom podniku na Slovensku	33
Formy zamestnania v sektore malých a stredných podnikov na Slovensku	40
Parametry určující měření připravenost firmy k realizaci inovačních projektů	47
Current trends in management in selected enterprise in rural area	54
Možnosti prognózy finančnej situácie podnikov	61
Odhad hodnoty opeľovacej činnosti včelstiev v podmienkach Slovenskej republiky	67
Konkurencia krajín Európskej únie	74
Mestá a ich význam pre rozvoj územia	80
Vplyv korporátnych daní na podniky	89
Disclosure and presentation of the financial instruments in the consolidated financial statement in the public sector	96
Customer satisfaction and its significance in the quality management	106
Determinants of small and medium business development	115

Mladá veda na prelome 20. storočia

Vladimír GOZORA

Young science at the turn of the 20th century

Abstract

The paper analyzes the work and results of the work of young scientists at the turn of the 20th century. The details of the developmental stages document the changes in the development of the Young Science as representatives of numerous young scientists in scientific preparation and in solving economic problems of economic practice. Considerable attention is paid to scientific research and publishing, international scientific cooperation and the competition of young scientists.

Keywords: *young science, young scientists, science education, scientific research collaboration, student scientific expertise*

JEL Classification: N01

Úvod

Organizovaná veda a výskum sú určujúcimi činiteľmi vedecko-technického pokroku a rozsiahlych štruktúrnych a procesných zmien v spoločnosti. Sú východiskovou základňou technicko-technologických a organizačných inovácií, rastu produktivity práce a hospodárskeho rastu krajiny. V neposlednom rade sú určujúcimi determinantami kultúrno-spoločenského a sociálneho rozvoja spoločnosti.

Neoddeliteľnou súčasťou vedecko-výskumnej činnosti je aj cieľavedomý agrárny ekonomický výskum, na ktorom sa dlhodobo podieľajú aj mladí vedecko-výskumní pracovníci a študenti. Mladá veda – ako sme neformálne pomenovali mladých začínajúcich vedcov v ich náročnej príprave a vedeckej práci je organizačnou súčasťou vedecko-výskumných a inovačných aktivít, nositeľom početných výskumných projektov a aktivizujúcim činiteľom pokrokových zmien v ekonomickom a sociálnom prostredí našej krajiny.

Mladá veda je nositeľkou nových smerov priemyselnej organizácie práce a riadenia výrobných procesov na všetkých stupňoch riadiacej vertikály národného hospodárstva. Je spoločenským fenoménom pri uplatňovaní vedy, kultúry aj politiky. Preto je správne, aby sme sa týmto fenoménom pravidelne zaoberali a predovšetkým hľadali cesty ako najlepšie pripraviť túto skupinu mladej generácie na efektívny výskum a riešenie problémov trhovej ekonomiky. To je nakoniec aj zámer dnešnej celoštátnej konferencie mladých vedeckých pracovníkov.

1 Cieľ a metodika práce

Cieľom príspevku je priblížiť historický odkaz Mladej vedy pre súčasnú generáciu mladých a začínajúcich vedcov v ekonomickom výskume. V období rokov 1978 – 2018 sme sa pokúsili priblížiť činnosť mladých vedeckých pracovníkov vo vedeckom výskume, publikačnej a projektovej činnosti, v racionalizačnom hnutí a inovačných procesoch.

K získaniu a spracovaniu údajov sme využili literárnu metódu a prieskum respondentov, ktorí boli aktívnymi členmi vedecko-výskumných, projektových a riešiteľských kolektívov. Podkladové údaje sme analyzovali, verifikovali a syntetizovali do výsledkov prieskumu a prijatých záverov.

Obsahom analýzy boli:

- Formy a metódy práce s mladými vedeckými pracovníkmi,
- Vznik a inštitucionalizácia mladej vedy,
- Analýza činnosti mladých vedeckých pracovníkov,
- Súťaženie mladých vedcov,
- Zmeny v príprave mladých vedcov po roku 1989,

- Závery a odporúčanie Mladej vede.
- Pri formulovaní záverov sme využili metódu expertného odhadu a abstrakcie.

2 Vznik a formovanie mladej vedy v rezorte pôdohospodárstva

Vedecká výchova je neoddeliteľnou súčasťou prípravy ľudských zdrojov vo vedecko-výskumnej základni. Stala sa cieľavedomou a systematickou činnosťou Slovenskej akadémie vied, vysokých škôl a rezortných výskumných a vývojových pracovísk. Dôkazom toho je vyše 50ročná študentská vedecká a odborná činnosť na vysokých a stredných odborných školách, práca študentských vedeckých síl a účelovo cieleňá príprava diplomových a dizertačných prác. V neposlednom rade to bolo aj postupné zapájanie mladých adeptov do riešenia výskumných problémov a tematických úloh a do publikačnej činnosti. V prostredí vysokých škôl sa začali vytvárať pod vedením skúsených pedagógov prvé „vedecké školy“, založené na vedeckej výchove budúcich vedcov a vysokoškolských pedagógov. Vedecká škola sa stala spoločenskou požiadavkou každého uchádzača o habilitačné a inauguračné konanie.

Práca s mladými adeptami vedy a výskumu sa stala súčasťou aj náučných spoločností, ktoré popri cielenej výchove značnú pozornosť venovali aj prezentácii výsledkov vedy a výskumu v praxi a podpore mladých vedeckých pracovníkov v ich cielenej vedeckej príprave na riešenie zložitých problémov v poľnohospodársko-potravinárskom komplexe. Uvedenú skutočnosť dokumentuje historicky prvá celoslovenská súťaž mladých vedcov o najúspešnejšiu vedeckú prácu, ktorú pod vedením svojho predsedu inžiniera Kráľoviča, DrSc. zorganizovala v roku 1976 v Nitre Spoločnosť pre poľnohospodárske, lesnícke a potravinárske vedy SAV. Celoslovenskej súťaže sa zúčastnilo 12 mladých vedcov pričom z Vysoké školy poľnohospodárskej v Nitre sa na prvých 2 miestach umiestnili Ing. Miroslav Zima a Ing. Vladimír Gozora.

Celoslovenská súťaž mladých vedeckých pracovníkov sa stala podnetom pre cieľavedomú podporu mladých pedagogických pracovníkov a interných vedeckých aspirantov k organizovaniu vedeckých konferencií, medzinárodných vedeckých kolokvií, ako ja súťaží o najúspešnejšiu vedeckú prácu roka. V rokoch 1981 – 1982 sa uvedených konferencií zúčastnilo 126 mladých vedeckých pracovníkov, ktorí svojou činnosťou uzatvorili prvú etapu cieľavedomej práce s mladými vedcami.

Pozitívne príklady vysokých škôl a objektívna spoločenská potreba systémového vedenia mladých vedeckých pracovníkov si vyžiadala organizačnú výstavbu inštitúcie, ktorá by zastrešovala aktivity mladých vedcov v celoštátnom meradle. A tak v roku 1981 na podnet Československej akadémie zemédelskej v Prahe a Ústredného výboru socialistického zväzu mládeže vznikla Sekcia mladých vedeckých pracovníkov pre ČSAZ pod metodickým vedením podpredsedu ČSAZ prof. Ing. Václava Davidka, DrSc. Sekcia zložená zo 14 odborných skupín zahrňovala 920 mladých vedeckých pracovníkov z takmer všetkých vysokých škôl a výskumných pracovísk federatívnej republiky. Na čele odbornej skupiny ekonomiky, organizácie a riadenia stál Doc. Ing. Vladimír Gozora, CSc. a v jej zostave pracovalo 172 mladých vedeckých pracovníkov a doktorandov do 35 rokov.

Poslaním odborných skupín bolo podporovať účasť mladých vedcov v ich profesijnej príprave, v projektových tímoch, v racionalizačnom hnutí, v publikačnej, v expertíznej a poradenskej činnosti a pomoci ekonomicky zaostávajúcim podnikateľským subjektom. Mimoriadnou záslužnou činnosťou bola zlepšovateľská a vynálezcovská činnosť, zavádzanie novátorských myšlienok, vedenie nadaných študentov a účasť Mladej vedy na celoštátnych výstavách Agrokomplex v Nitre a Země živitelka v Českých Budějoviciach. Výsledky tvorivej práce a spoločenský prínos bol každoročne oceňovaný rezortnými, akademickými a zväzovými oceneniami. Víťazi celoštátnych súťaží mladých vedcov boli podľa odborov oceňovaní na celoštátnych konferenciách čestnými plaketami a medailami Zenit v Krušných horách, Prahe a v Pezinku. Táto etapa práce s mladými vedcami bola charakteristická rozsiahlou cezhraničnou spolupracou mladých vedeckých pracovníkov, úzkou spolupracou vysokých škôl a výskumných pracovísk a tesným spojením vysokých škôl s podnikovou praxou. Nie je preto náhodné, že na čele akademických a vedecko-výskumných pracovísk stáli a dodnes stoja početní predstavitelia tejto vedeckej školy.

Treťou vývojovou etapou Mladej vedy sa stalo obdobie rokov 1990 – 2010. Bolo to zlomové obdobie, náročné na profesijnú prípravu budúcich manažérov i vedcov. Ved' na vysokých školách sa od základu menili študijné predmety a kreovali nové študijné odbory a špecializácie, ktoré vyžadovali efektívnu vedeckú

a odbornú prípravu mladých pedagógov. Uvedené aktivity zosilneli najmä po rozdelení federatívnej republiky a vzniku samostatnej Slovenskej republiky v roku 1993. V súlade s celospoločenskými požiadavkami sa reštrukturalizovali študijné a vedné odbory a kreovali nové študijné programy. Vznikli odborové komisie a spoločné odborové komisie, ktoré cieľavedome usmerňovali vedeckú prípravu na vysokých školách a výskumných pracoviskách.

Na začiatku tohto obdobia vznikla aj nová učená spoločnosť Slovenská akadémia pôdohospodárskych vied, ktorá je zastrešujúcou organizáciou agrárneho výskumu na Slovensku, kde významné miesto zaujíma aj agrárny ekonomický výskum. Slovenská akadémia pôdohospodárskych vied naviazala na Československú akadémiu zemeďelskú vo všetkých odboroch činností. Osvojila si historický odkaz mladej vedy a od roku 1998 je nositeľkou celoštátnych súťaží o najúspešnejšiu vedeckú prácu. Ťažisko činnosti s mladými vedeckými pracovníkmi a doktorandami však zostalo na univerzitách a rezortných výskumných pracoviskách. Pod garanciou spoločných odborových komisií doktorandského štúdia vo vednom odbore „prierezové a odvetvové ekonomiky“ a utvoreného združenia Mladá veda sa tak pravidelne organizovali medzinárodné vedecké konferencie v Račkovej doline, vo Veľkej Lomnici, v Liptovskom Jáne, na Poľane a v Nitre pod vedením Ing. Moniky Hudákovej, PhD., predsedníčky združenia Mladá veda pri FEM SPU v Nitre.

Prechod na trhovú ekonomiku a zmena hospodárskeho mechanizmu, utlmovanie výrobných odvetví a zmeny podnikovo-hospodárskej základne sa prejavili v ekonomickej stagnácii a nedostatku financií pre vedecko-výskumnú činnosť. Vznikli nové výzvy a zmenili záujmy podnikateľských subjektov. Generačne sa zmenili manažmenty podniku. To sa následne prejavilo v odbúraní početných foriem a metód práce mladých vedeckých pracovníkov. Výrazne sa obmedzila spolupráca s praxou, expertízna a poradenská činnosť. Do značnej miery sa redukovalo vynálezcovské a zlepšovateľské hnutie. Na druhej strane sa výrazne podporila práca s literatúrou a publikačná činnosť. Projektová činnosť bola účelovo cielená na vedecké grantové agentúry a na získanie podporných finančných prostriedkov na výskum a publikačnú činnosť. Mladá veda prestáva žiť s praxou, stráca predstavy o výrobných procesoch a manažérske zručnosti. Absentujú skúsenosti z práce s ľuďmi.

Súčasná vývojová etapa je poznamenaná zmenami vo vedeckej príprave mladých adeptov vedy. Čoraz viac sa prehľbuje priepasť medzi teóriou a praxou. Klesajú požiadavky podnikov na nositeľov vedy a výskumu. Prax si viaceré problémy rieši sama. Vysokoškolské pracoviská sa vyslovene zameriavajú na získavanie kreditov a publikovanie v prestížnych vydavateľstvách a indexovaných vedeckých časopisoch. Spoločenskou nutnosťou sa stala projektová činnosť a získavanie prostriedkov na prevádzku výskumných pracovísk. Vedecké konferencie už stratili pôvodné poslanie a prínos podnikovo-hospodárskej praxe. Predznačené zmeny sa vážnym spôsobom podpísali pod prípravu mladých vedeckých pracovníkov na všetkých školiacich pracoviskách.

Odhliadnuc od uvedených problémov však vidíme možnosti v efektívnejšej práci s mladými vedcami a v ich kvalitnejšej príprave do výskumu a manažérskych pozícií. Uvedené možnosti sa otvárajú v činnosti mladých vedcov v projektových tímoch, v strategickom partnerstve s podnikateľskými subjektami a v odbornom poradenstve. Popri vedeckej výchove sa žiada zvyšovať pedagogické majstrovstvo mladých vedcov a prehĺbiť ich spoluprácu s vedecko-výskumnou základňou. Treba rozvinúť terénny výskum a výskum na objednávku v podnikoch. Bude potrebné inštitucionalizovať činnosť mladých vedeckých pracovníkov na ústrednej, regionálnej a miestnej úrovni.

Záver

Záverom treba povedať, že cieľavedomá práca s mladými vedeckými pracovníkmi sa vždy oplatila. Bola to dobrá investícia do ďalšieho kariérneho rastu mladých ľudí, ktorí vyrástli na popredných vedcov, vysokoškolských učiteľov, manažérov, či akademických funkcionárov. Príkladom sú: prof. Kadlečíková, prof. Nagyová, prof. Svatoš, prof. Magda, prof. Gozora, prof. Galuško, prof. Žmija, prof. Hajoš, prof. Sosnowski, prof. Bielik, prof. Szabo, doc. Fáziková, prof. Hudáková a ďalší. Príkladom úspešných agrárnych ekonómov a manažérov sú Dr. Baco, Dr. Becík, Dr. Šimúnek, Dr. Storoška, Ing. Koncoš, doc. Serenčeš, Ing. Tíčík, Ing.

Černák, doc. Blaas, doc. Ižáková a ďalší. Poďakovanie však patrí všetkým vedecko-pedagogickým a výskumným pracovníkom, ktorí sa aktívne a dlhodobo podieľali na výchove mladých vedecko-výskumných pracovníkov a študentov ako školitelia a členovia odborových komisií.

Ďalšie smerovanie vedeckej výchovy a činnosti Mladej vedy musí vychádzať z historických skúsenosti a efektívnych foriem a metód práce. Pred Mladou vedou stoja nové výzvy v ekonomickej, v ekologickej a inovačnej oblasti. Stupňujú sa nároky na priamu účasť mladých vedcov na dosahovaní strategických cieľov v rozvoji spoločnosti. K tomu však bude potrebné prijať viaceré systémové opatrenia na prehĺbenie spolupráce univerzitných a vedecko-výskumných pracovísk s podnikovou praxou. Musí sa prejavíť dobrá vôľa predstaviteľov univerzitných a vedecko-výskumných pracovísk, ochota a záujem podnikateľov a manažérov.

Mladá veda sa musí tesnejšie primknúť k praxi, ku každodenným problémom výroby a podnikania. Výskum a inovačná činnosť sa musia stať studnicou poznania a zdrojom nekonečných príkladov pre študentov a manažérov. Pokúsme sa preto spojiť svoje sily možnosti k uplatneniu spoločného koordinovaného postupu v príprave mladých ekonómov a manažérov na vedeckú dráhu. Spoločne to môžeme dosiahnuť. Táto spoločná vedecká konferencia je toho dôkazom.

Literatúra

[1] GOZORA, V.: *Z činnosti odboru ekonomiky a manažmentu SAPV. In. Kolektív autorov: 90 rokov pôdohospodárskych vied na Slovensku*. SAPV Nitra, str. 111 – 115, ISBN 978-80-89162-61-1.

Dr. h. c. prof. mpx. h. c. prof. Ing. Vladimír Gozora, PhD. MBA, Ústav ekonómie a manažmentu, Katedra manažmentu, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: vladimir.gozora@vsemvs.sk

Meranie výkonnosti v malom a strednom podniku na Slovensku s cieľom identifikácie finančných rizík v oblasti agroturizmu

Daniel BREZINA - Matej MASÁR

Performance measurement in small and medium-sized enterprise in Slovakia with the aim of identifying financial risks in agro-tourism

Abstract

Small and medium-sized enterprises are considered as the main power in the national economy. They support competitiveness not only in the region but also in the sector. Enterprises support job creation in individual regions, too. The business environment is determined by many factors which affect business activity in small and medium-sized enterprises. It is necessary to improve business environment regularly and identify some risks, which may affect the business environment. The main aim of this article is to apply risk management elements to financial management, evaluate the financial situation and identify possible financial risks.

Keywords: risk, financial, risk management, enterprise

JEL Classification: G32, M21, M41

Úvod

Význam malých a stredných podnikov v národnom hospodárstve Slovenska zastáva významné miesto. Malé a stredné podniky tvorili v roku 2016 až 99,9% z celkového počtu podnikateľských subjektov na území Slovenskej republiky [1]. Pre hospodárstvo Slovenskej republiky sú veľmi významným prvkom poskytujúcim pracovné príležitosti pre viac ako tri štvrtiny aktívnej pracovnej sily.

Konkurencieschopnosť malých a stredných podnikov je determinovaná najmä prostredím, v ktorom realizujú svoje podnikateľské aktivity. Nevyhnutné je preto identifikovať jednotlivé zmeny pravidelne a včas, nakoľko ich dopad sa v prostredí prejaví až s odstupom času. Pre malé a stredné podniky rastie potreba analyzovať tieto zmeny, vhodne na ne reagovať a pripraviť opatrenia, ktoré im umožnia prekonať bariéry a využiť príležitosti pre zlepšenie podnikateľského prostredia. Na vidieku sa však podnikateľské subjekty mnohokrát stretávajú s viacerými ťažkosťami, ako napríklad, nižšia priemerná úroveň vzdelanosti obyvateľstva, vyšší priemerný vek a regresívny demografický vývoj, nedostatočne rozvinutá ekonomická základňa, odkázanosť na dochádzku za prácou, nízka miera informácií, konzervatívne myslenie obyvateľstva a nedostatočne rozvinuté služby a infraštruktúra [2].

Podpora malých a stredných podnikov a zabezpečenie ich rozvoja rezonuje dlhodobo aj v Európskych inštitúciách. V súčasnosti sledujeme rôzne diskusie a pokusy o podporu malého a stredného podnikania. Vláda slovenskej republiky, ako i ministerstvo hospodárstva, pravidelne vypisuje viaceré výzvy na poskytnutie nenávratného finančného príspevku v podobe dotácií. Na to, aby bolo možné dotáciu získať, je však nevyhnutné posúdiť prostredie a nájsť vhodné medzery, v ktorých je možné rozvinúť podnikateľské aktivity týchto podnikov na Slovensku.

Súčasné podnikateľské prostredie sa vyznačuje početnými zmenami, dynamikou a neustále sa meniacimi jednotlivými determinantmi podnikateľského prostredia. Uvedené zmeny čoraz viac zasahujú do podnikateľských činností, a preto je nevyhnutné vhodne merať a hodnotiť výkonnosť podniku, vrátane jeho finančnej kondície [3]. Práve meranie a hodnotenie výkonnosti podniku je v súčasnosti považované za jeden z najväčších problémov v oblasti finančného manažmentu podniku. Pri meraní a hodnotení finančnej výkonnosti sa objavuje mnoho problémov. Jedným z nich je správna aplikácia postupu hodnotenia výkonnosti podnikov a analýza finančnej kondície podniku.

Meranie výkonnosti podniku nie je samoúčelné. Cieľom nie je merať, ale umožniť zlepšovanie výkonnosti. Meranie pomocou určitých ukazovateľov musí byť súčasťou neustále prebiehajúceho programu analyzovania, hodnotenia a zlepšovania prevádzkovej výkonnosti [4].

Článok zdôrazňuje na význam merania a hodnotenia výkonnosti podniku a využitia finančnej diagnostiky na identifikáciu jednotlivých rizík v podniku. Cieľom článku je vhodne prepojiť a aplikovať prvky manažmentu rizík do oblasti finančného manažmentu tak, aby bolo možné na základe dostupných údajov z finančných výkazov vhodne vyhodnotiť finančnú situáciu podniku a identifikovať možné riziká.

1 Teoretické východiská problematiky

Výkonnosť podniku je mnohokrát skloňovaný termín v rozličných ekonomických a spoločenských oblastiach definovaný ako spôsob, respektíve priebeh, akým skúmaný subjekt vykonáva určitú činnosť na základe podobnosti s referenčným spôsobom vykonávania tejto činnosti [5]. Interpretácia charakteristiky výkonnosti podniku predpokladá schopnosť porovnania skúmaného a referenčného javu z hľadiska stanovenej škály. Ak by sme aplikovali uvedenú definíciu do polohy podniku a podnikateľskej činnosti, výkonnosť podniku možno definovať ako spôsob vykonávania podnikateľskej činnosti na základe podobnosti s referenčným rámcom iných podnikateľských subjektov, ktoré vykonávajú podnikateľskú činnosť. Ide tak o porovnávanie skúmaného (porovnávaného) podniku s porovnávanými podnikmi na základe jednotlivých vybraných skúmaných referenčných prvkov.

Výkonnosť je možné hodnotiť zo strany zákazníka, manažéra a dodávateľa. Zo strany zákazníka je hodnotenie výkonnosti podniku orientované skôr na to, či dokáže uspokojiť jeho jednotlivé potreby a či podnik dokáže pružne reagovať na jednotlivé potreby zákazníka. Zo strany manažéra je to však dosť odlišné. Ten skúma výkonnosť podniku z hľadiska jeho prosperity. Meradlo prosperity podniku predstavuje schopnosť adaptácie na zmeny v prostredí a dosahovanie tržieb (zisku). Zo strany dodávateľa ide o meranie výkonnosti podniku partnera z pohľadu zabezpečenia budúcich vzťahov. Vo väčšine prípadov sú orientované do minulosti a ťažisko ich hodnotenia je vidieť najmä vo finančných kritériách. Za primárny cieľ tradičných prístupov považujeme určenie výkonnostných indikátorov, ktoré umožňujú porovnanie a poznanie trendov, poprípade slúžia k odhaľovaniu rezerv [6].

Hodnotenie výkonnosti podniku je realizované najčastejšie prostredníctvom analýzy ex-post, pričom významným aspektom hodnotenia je i analýza ex-ante, na základe ktorej je možné predpovedať budúci vývoj podniku a identifikovať jednotlivé riziká pre dosiahnutie jednotlivých podnikateľských cieľov. Hodnotenie výkonnosti podniku sa tak stáva prvkom riadenia rizík, na základe ktorých je možné vhodne identifikovať jednotlivé riziká, či správne určiť jednotlivé aktivačné riziká a symptómy, ktoré podmieňujú vznik krízy v podniku. Na základe vhodne určených horných a dolných hraníc vybraných indikátorov, je tak možné už vopred jednotlivé symptómy identifikovať a zabezpečiť tak systém včasného varovania v podniku.

Pre meranie výkonnosti podniku sa najčastejšie využíva finančná analýza. Finančná analýza podniku je mnohokrát považovaná za primárny nástroj finančného riadenia podniku. Zabezpečuje určité prepojenie medzi predpokladanými dosiahnutými cieľmi a skutočným stavom. Finančná analýza je úzko prepojená s účtovníctvom podniku, nakoľko jednotlivé finančné výkazy predstavujú dôležitý informačný zdroj pre finančné rozhodovanie podniku. Finančná analýza „zahŕňa ohodnotenie minulosti, súčasnosti a budúcnosti. Zrovnáva výsledky niekoľkých období, a na základe toho ohodnocuje vývojový trend hospodárenia podniku. Jej cieľom je zistiť finančnú kondíciu podniku, identifikovať slabiny a vyzdvihnúť silné stránky. Finančná analýza slúži na porovnávanie v čase s inými podnikmi, alebo s odvetvím. Informácie, ktoré poskytuje slúžia pre veriteľov, akcionárov, manažment, investorov, obchodných partnerov, štátne inštitúcie, zamestnancov, audítorov a verejnosť. Sú to hlavne finančné informácie medzi ktoré patria účtovné výkazy, predpovede finančných analytikov a vrcholového vedenia, burzové spravodajstvo hospodárske správy informačných médií a ostatné informácie ako napríklad oficiálne ekonomické štatistiky, komentáre odbornej tlače, nezávislé hodnotenia a prognózy.“[7]

Kislingerová [8] rozlišuje hodnotenie výkonnosti podniku tromi spôsobmi:

- hodnotením na základe vybraných súborov ukazovateľov z piatich oblastí hodnotenia, a to likvidity, aktivity, kapitálovej štruktúry, rentability a trhovej hodnoty (výhodou aplikácie ukazovateľov z týchto oblastí je najmä ich nezávislosť a paralelnosť sústavy ukazovateľov),
- hodnotenie súborov ukazovateľov, ktoré sú usporiadané do jednotlivých schém na základe kľúčových pyramídových rozkladov (napr. DuPontov rozklad ROE),
- hodnotenie výkonnosti na základe použitia agregátneho ukazovateľa, ktorý je syntézou čiastkových ukazovateľov (predikčný model).

2 Metodika

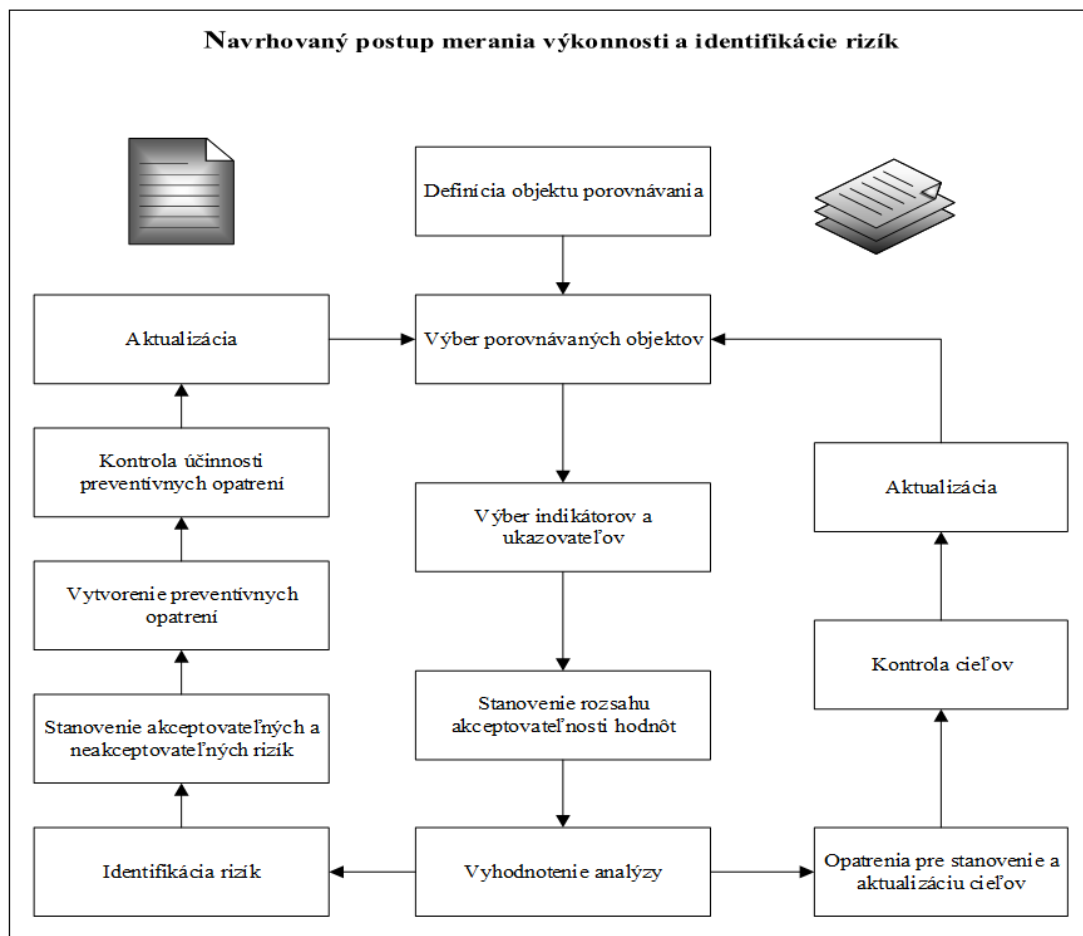
Postup, ktorý je možné aplikovať pri analyzovaní výkonnosti podniku a identifikácii jednotlivých rizík, identifikovaných z hľadiska jednotlivých finančných výkazov podniku, definuje mnoho autorov odlišne. Hudymačová [6] pokladá za významné kroky najmä:

- konkretizáciu jednotlivých podnikateľských cieľov,
- výber jednotlivých finančných a nefinančných ukazovateľov,
- stanovenie cieľových hodnôt,
- vyhodnotenie analýzy.

Na základe viacerých autorov [1, 5, 6, 7, 9, 11, 13, 14, 15] je možné určiť postup analýzy merania výkonnosti podnikov s cieľom identifikácie finančných rizík (Obr.1) nasledovne:

- výber a stručná definícia objektu porovnávania,
- výber objektov, s ktorými je možné subjekt porovnávať,
- výber jednotlivých indikátorov a ukazovateľov,
- stanovenie rozsahu akceptovateľnosti hodnôt indikátorov a ukazovateľov,
- vyhodnotenie analýzy a identifikovanie jednotlivých rizík.

Obr.1 Navrhovaný postup merania výkonnosti a identifikácie rizík podniku



3 Výsledky a diskusia

Podnikateľský subjekt, pre ktorý bude navrhnutý postup merania výkonnosti a identifikáciu finančných rizík, sa zaoberá poskytovaním ubytovacích, reštauračných a doplnkových agroturistických služieb v obci Brezany. Žilinský región z hľadiska cestovného ruchu možno považovať za podnikateľsky atraktívne a postupne sa rozvíjajúce prostredie v oblasti agroturizmu. Podnikateľský subjekt v regióne pôsobí dlhodobo a aktívne sa venuje poskytovaniu nielen hlavných, ale i doplnkových služieb. Poslaním a cieľom podniku sú neustále zlepšovať ponuku služieb a zvyšovať obsadenosť ich ubytovacieho zariadenia.

Z pohľadu konkurencie na základe benchmarkingu možno vybrať piatich priamych konkurentov, ktorí sa zameriavajú na podobný, prípadne ten istý segment zákazníkov a poskytujú takmer identické služby. Pri výbere podnikov autori brali do úvahy počet zamestnancov pracujúcich v konkurenčných podnikoch. Dôraz bol kladený na tie, ktoré majú približne rovnaký počet zamestnancov:

- Belkam Ranč,
- Ranč Amadeus,
- Arabské kone Slovenska,
- Ranč Aljaška,
- Ranč Brodno.

Indikátory, ktoré boli pre meranie výkonností a následnej identifikácii jednotlivých rizík stanovené, sú:

- ukazovatele likvidity – okamžitá likvidita, obežná likvidita a celková likvidita,
- ukazovatele riadenia aktív – obrat stálych aktív, doba obratu zásob, doba obratu pohľadávok,

- ukazovatele riadenia pasív – zadlženosť, doba obratu záväzkov, krytie stálych aktív,
- ukazovatele rentability podniku - ROI, ROS, ROE, ROA, ROCE,
- ukazovatele zadlženosti podniku – stupeň zadlženosti, finančná páka, platobná neschopnosť.

Celkový súhrn jednotlivých indikátorov a finančných ukazovateľov by mal vhodne identifikovať jednotlivé riziká z oblastí likvidity, rentability, insolventnosti podniku, omeškania platieb, organizačno-manažérskeho a obchodného styku. Vytvára možnosť identifikovať jednotlivé riziká včas a poskytuje dostatok priestoru na prijímanie jednotlivých preventívnych opatrení, ktoré môžu podnikateľskému subjektu vopred pomôcť.

Na základe jednotlivých finančných výkazov porovnávaných podnikateľských subjektov a následnom vypočítaní jednotlivých finančných ukazovateľov je možné určiť jednotlivé hranice akceptovateľnosti finančných ukazovateľov, v ktorých by sa mali hodnoty podnikateľského subjektu pohybovať (Tab.1).

Tab.1 Hodnoty ukazovateľov v odvetví

Hodnoty ukazovateľov v odvetví										
Položka		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Okamžitá likvidita	hodnota od	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
	hodnota do	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Bežná likvidita	hodnota od	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	hodnota do	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Celková likvidita	hodnota od	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
	hodnota do	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Obrat stálych aktív	hodnota od	6	5	6	6	6	6	6	6	6
	hodnota do	10	8	8	10	7	7	8	9	8
Finančná páka	hodnota od	1,2	1,3	1,8	1,9	1,7	1,9	2,3	2,4	2,5
	hodnota do	2,6	2,1	2,9	2,3	2,1	2,6	2,6	2,6	2,7
Platobná neschopnosť	hodnota od	2,4	2	1,4	1,9	2,1	1,33	2,3	2,5	2,6
	hodnota do	2,8	2,3	1,66	2,2	2,4	1,59	2,6	2,8	2,9
Stupeň zadlženosti	hodnota od	50%	51%	46%	49%	44%	49%	45%	52%	56%
	hodnota do	60%	62%	59%	55%	53%	59%	63%	71%	68%
ROCE	hodnota od	10%	13%	15%	10%	11%	13%	11%	15%	15%
	hodnota do	15%	15%	18%	16%	17%	16%	15%	17%	18%

Hodnoty ukazovateľov v odvetví										
Položka		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Doba obratu zásob	hodnota od	3	3	4	5	5	4	3	6	5
	hodnota do	7	7	8	8	8	8	6	9	9
Doba obratu pohľadávok	hodnota od	6	10	10	9	8	10	3	5	5
	hodnota do	8	13	12	12	10	12	5	10	8
Zadlženosť	hodnota od	50%	50%	30%	50%	45%	50%	50%	53%	59%
	hodnota do	65%	66%	56%	59%	65%	59%	62%	65%	71%
Doba obratu záväzkov	hodnota od	19	20	15	15	16	14	15	19	20
	hodnota do	22	31	22	23	22	16	20	25	25
Krytie stálych aktív	hodnota od	2	1,5	3	10	6	4	6	9	8
	hodnota do	4	2,1	4,9	15	9	8	8	12	10
ROI	hodnota od	10%	11%	8%	7%	8%	7%	6%	7%	8%
	hodnota do	20%	18%	12%	11%	10%	9%	8%	10%	11%
ROS	hodnota od	3%	5%	4%	5%	3%	3%	5%	5%	6%
	hodnota do	4%	8%	6%	9%	6%	7%	8%	9%	10%
ROA	hodnota od	5%	5%	5%	3%	4%	4%	4%	5%	5%
	hodnota do	9%	11%	9%	8%	8%	7%	8%	7%	11%
ROE	hodnota od	8%	5%	7%	3%	8%	9%	4%	5%	5%
	hodnota do	10%	12%	14%	9%	14%	13%	9%	8%	11%

V tab.1 sa udávajú jednotlivé hodnoty vybraných indikátorov, ktoré dosiahli porovnávané podnikateľské subjekty. Na základe jednotlivých finančných ukazovateľov je možné hodnotiť výkonnosť podniku a identifikovať jednotlivé riziká, ktoré ovplyvňujú podnikateľskú činnosť. Tieto údaje sú v tab. 2 porovnané na základe hodnôt vybraných subjektov. Červené polia v tab. 2 znázorňujú nízke, prípadne vysoké hodnoty ukazovateľov a zelené, hodnoty, ktoré sú na akceptovanej úrovni. Na základe tab. 2 možno vidieť riziká najmä v oblasti:

- **likvidity** – riziko možno vidieť v neefektívnej alokácii jednotlivých finančných zdrojov, v pohľadávkach, ktoré sú po lehote splatnosti a nie v produktívnych aktívach podniku, ktoré podniku môžu priniesť zisk,
- **rentability** – na základe jednotlivých údajov vidíme neúmerný a vysoký nárast finančných nákladov, ktoré môžu vyvolať zníženie ziskovej marže v dôsledku financovania pohľadávok,
- **úverové** - na základe jednotlivých dosiahnutých hodnôt možno vidieť úverové riziko najmä v oblasti nesplatenia pohľadávky včas, čo sa môže prejaviť i na vzniku riziku insolventnosti a iných sekundárnych rizík,
- **insolventnosti** – toto riziko má mnoho prejavov v podniku, vidieť ich je možné najmä v oblasti ekonomických ťažkostí (odrážajú sa v tom, že podnik nemá dostatok zdrojov na pokrytie nákladov), obchodných ťažkostí (podnikateľský subjekt v poslednom čase začal vytvárať mnoho aktivít, ktoré sú podmieňujúce a nadväzné, pri ich poruche dochádza v podniku často ku kolíziám), technickej insolventnosti (prejavujú sa najmä v jednotlivých záväzkoch podniku, ktoré podnik nie je schopný uhrádzať v lehote splatnosti), bankrotovej insolventnosti (pasíva postupne prekračujú rovnovážny stav, ktorý priamo ovplyvňuje mnohé ďalšie ukazovatele), prvotnej platobnej neschopnosti (riziko sa postupne začína prejavovať prostredníctvom rastúcich záväzkov, ktoré sú väčšie než pohľadávky podniku), druhotnej platobnej neschopnosti (odzrkadľuje sa najmä v tom, že v podniku sa vyskytuje viac pohľadávok ako záväzkov, pričom tento stav sa postupne na základe jednotlivých finančných výkazov darí manažmentu postupne eliminovať),
- **organizačno – manažérskej** – neefektívna alokácia zdrojov a chybné prijaté rozhodnutia, ktoré sa odrážajú v jednotlivých vysokých a nízkych hodnotách finančných ukazovateľov.

Tab.2 Hodnoty ukazovateľov podnikateľského subjektu

Hodnoty ukazovateľov podnikateľského subjektu									
Položka	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Okamžitá likvidita	1,4	4,6	25,6	2,8	3,8	3,5	3,0	9,0	17,6
Bežná likvidita	2,5	6,1	33,2	3,9	5,2	5,0	4,1	12,0	24,6
Celková likvidita	2,5	7,9	42,7	4,9	6,4	6,2	5,3	15,1	29,9
Obrat stálych aktív	6,67	6,08	6,20	6,08	6,92	6,55	6,27	6,17	6,51
Doba obratu zásob	7,39	10,59	10,68	9,87	9,15	9,92	10,18	8,95	9,18
Doba obratu pohľadávok	7,98	8,65	10,27	11,58	9,56	11,95	10,70	12,33	11,61
Zadlženosť	27,40%	12,64%	7,61%	30,36%	25,65%	29,47%	25,40%	11,58%	9,69%
Doba obratu záväzkov	13,55	5,84	1,22	10,55	7,08	8,23	9,33	3,47	1,70
Krytie stálych aktív	1,90	3,91	7,80	18,44	6,57	9,61	4,75	7,77	9,42
ROI	100,56%	30,74%	8,84%	3,42%	9,71%	5,44%	5,41%	25,85%	58,52%
ROS	11,97%	4,08%	1,05%	0,40%	1,13%	0,59%	0,32%	2,71%	7,26%
ROA	79,44%	24,29%	6,98%	2,70%	7,67%	4,30%	4,28%	20,42%	46,23%
ROE	114,61%	27,71%	9,02%	3,48%	10,52%	5,61%	2,68%	18,89%	52,30%
ROCE	144,31%	34,07%	11,91%	4,78%	12,55%	7,50%	7,10%	29,24%	64,80%
Stupeň zadlženosti	27,40%	12,64%	7,61%	30,36%	25,65%	29,47%	25,40%	11,58%	9,69%
Finančná páka	1,43	1,12	1,38	1,45	1,34	1,45	1,34	1,13	1,11
Platobná neschopnosť	1,70	0,73	0,21	1,03	0,91	0,87	1,12	0,28	0,15

Záver

V súčasnosti možno považovať hodnotenie výkonnosti podniku a identifikovanie rizík, ktoré vyplývajú z finančnej podstaty podniku ako rozhodujúci prvok manažérského rozhodovania. Ak dokážeme poznať jednotlivé riziká a problémy vyskytujúce sa v podniku, dokážeme lepšie a efektívnejšie využívať jednotlivé disponibilné zdroje podniku. Práve v tomto možno vidieť riešenú tému ako veľmi aktuálnu. V budúcnosti je nevyhnutné venovať sa identifikácii rizík a meraniu jednotlivých finančných ukazovateľov v jednotlivých vybraných klastroch Slovenska. Za týmto účelom bude možné pomôcť podnikateľským subjektom porozumieť ich aktuálnej finančnej situácii a vhodne čeliť jednotlivým rizikám, s ktorými sa podnikateľské subjekty môžu stretnúť. V oblasti agroturizmu, ktorý je mnohokrát vyhľadávaný ako domácimi, tak i zahraničnými hosťami, je nevyhnutné neustále prispôbovať svoje portfólio služieb aktuálnym trendom a čoraz viac rastúcim požiadavkám zákazníkov.

Literatúra

- [1] SBAGENCY, 2018. *Pilotné projekty pre SMEs* [online]. [cit 2018-02-19]. Dostupné z: <http://www.sbagency.sk/pilotne-projekty-na-otvaranie-tem-small-business-act>
- [2] Rusnák, P. 1996. *Rozvoj vidieckych regiónov*. In: Vidiek – šanca pre ekonomický rozvoj: Zborník referátov z vedeckej konferencie. Nitra : VŠP, 1996, 43 s. ISBN 80-7137-365-6.
- [3] WAGNER, J. 2009. *Měření výkonnosti: jak měřit, vyhodnocovat a využívat informace o podnikové výkonnosti*. Praha: Grada. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-2924-4.
- [4] HAMMER, M. 2009. *Jak zlepšit provozní výkonnost*. In: Moderní řízení. 2007, roč.58, č.9, s. 32 - 36. ISSN 0026-8720.

- [5] VEBER, J. et al. 2007. *Management: Základy moderní manažerské přístupy výkonnost a prosperita*, Praha: Management Press, 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.
- [6] RAJNOHA, R. et al. 2013. *Meranie a riadenie výkonnosti podnikov*, 1. vyd. Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene, 313 s. ISBN 978-80-228-2554-2.
- [7] KISLINGEROVÁ, E. a kol. 2010. *Manažérske finance*. 3. přepracované a rozšířené vydání. Praha, Nakladatelství C. H. Beck. 864 stran. ISBN:978-80-7400-194-9
- [8] HUDYMAČOVÁ M. 2009. *Výkonnost' podniku* [Online].In: Qmagazin Internetový časopis o jakosti. [cit 2018-01-16]. Dostupné na: <http://katedry.fmmi.vsb.cz/639/qmag/mj99-cz.pdf>
- [9] LESÁKOVÁ, Ľ. 2004. *Metódy hodnotenia malých a stredných podnikov*. Banská Bystrica: UMB, EF v Banskej Bystrici. ISBN 80-8055-914-7.
- [10] NEUMANOVÁ A. a kol. 2012. *Podniková diagnostika*. EuBA. 202 str., ISBN: 978-80-8078-464-5.
- [11] PAVELKOVÁ, I. a kol., 2014. *Finanční analýza*. 2 vydanie. Grada, 240 str., ISBN: 978-80247-4456-8.
- [12] POLLAK, H., 2004. *Jak obnovit životaschopnost upadajících podniků*. Praha: C.H.Beck. ISBN 80-7179-803-7.
- [13] SEDLÁČEK, J. 2009. *Finanční analýza podniku*. Brno. Computer Press. 154 s. ISBN 97-80-251-1830-6.
- [14] SYNEK, M. a kol., 2007. *Manažérska ekonomika*. 4. aktualizované vydanie. Praha: Grada Publishing, a.s. 464 s. ISBN: 978-80-247-1992-4.
- [15] VLACHYNSKÝ, K. a kol., 1996. *Finanční manažment*. Bratislava : ELITA, 327 s. ISBN 80-8044-014-X.

Ing. Daniel Brezina, Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta bezpečnostného inžinierstva, Katedra krízového manažmentu, Univerzitná 8215/1, 010 01 Žilina, daniel.brezina@fbi.uniza.sk

Ing. Matej Masár, Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta bezpečnostného inžinierstva, Katedra krízového manažmentu, Univerzitná 8215/1, 010 01 Žilina, matej.masar@fbi.uniza.sk

Ethical Issues in Marketing and Social Criticisms of Marketing

Jarmila BRTKOVÁ

Abstract

The paper deals with the role of ethics in marketing and explains how companies themselves can benefit from implementing some ethical principles that bring value not just to individual customers, but to society as a whole. Marketing as a powerful instrument is used differently in practice, the way of using depends on the purposes. But the experience shows that the ways of achieving the purposes or even the purposes themselves are not always ethical and do not satisfy the true values of society, therefore the issue of marketing ethics poses a special challenge for many marketers nowadays.

Keywords: ethics, marketing ethics, ethics, marketing practice, ethical principles, criticisms

JEL Classification: M31

Introduction

In today's business world, in addition to general decisions managers must also make judgments concerning what is right or ethical to do. This is not an easy task, Johnson (1981) shows that difficulty affirming that in ethical decision making, sometimes good and evil seem to be joint products and a desirable result is generally accompanied by a negative one. The functional area most closely related to ethical abuse in firms is marketing. This is because marketing is the function of business charged with communicating and openly satisfying customers. Thus, marketing is closest to the public view and, consequently, is subject to considerable societal analysis and scrutiny (Murphy and Laczniak, 2005). Marketing is a key functional area in the business organization that provides a visible interface with not only customers, but with all other stakeholders. So it is important for marketers to take into consideration marketing ethics that is the area of applied ethics which deals with the moral principles behind the operation and regulation of marketing.

1 Ethics and Marketing Ethics

The fact that marketing ethics, like legal and medical ethics, is an applied field is an important aspect of its definition. (Murphy – Laczniak, 2005) To answer the question what marketing ethics is, we need to work through from a general definition of ethics, through to business ethics, and then finally to marketing ethics specifically. Unfortunately, there is no single definition of ethics – different disciplines have provided a range of definitions. (Eagle – Dahl, 2015) Ethics, a subdiscipline of philosophy, is over 2000 years old. It is defined as moral principles that govern a person's behaviour or the conducting of an activity and the branch of knowledge that deals with moral principles. (Baines – Fill – Rosengren, 2017) Ethics deals with morality. Morality is concerned with the norms, values, and beliefs embedded in social processes which define right and wrong for an individual or a community. (Crane – Matten, 2010) Ethical theorists such as Runes (1964), Taylor (1975), Barry (1979), DeGeorge (1982) and Beauchamp and Bowie (1983) defined the term ethics and it is obvious that in their definitions the term ethics is used interchangeably with morals. Vitell (1986) applied Taylor's definition to define marketing ethics as "an inquiry into the nature and grounds of moral judgments, standards, and rules of conduct relating to marketing decisions and marketing situations."

In more recent works ethics has also been considered as the study and philosophy of a human conduct with an emphasis on the determination of right and wrong. For marketers ethics refers to rules (standards, principles) governing the conduct of organizational members and the consequences of marketing decisions. Therefore marketing ethics can be defined as the systematic study of how moral standards are applied to marketing decisions, behaviours and institutions. Because marketing is a process inherent to most organizations, marketing ethics should be viewed as a subset of business ethics; thus, much of what is written about business ethics applies to marketing ethics as well.

At the outset, it is also useful to distinguish between positive and normative marketing ethics. Positive marketing ethics looks at marketing practices from the standpoint of “what is”. Normative marketing practices might be defined as those that emphasize transparent, trustworthy, and responsible personal and/or organizational marketing policies and actions, and exhibit integrity as well as fairness to consumers and other stakeholders. (Huhmann et al, 2012) Marketing ethics focuses on principles and standards that define acceptable marketing conduct but we must emphasize that today marketing ethics goes beyond legal, regulatory and marketing issues which help build long-term marketing relationships.

The marketing ethics should be considered from an individual and organizational perspective. From the individual perspective personal values and moral philosophies are the key to ethical decisions in marketing. Honesty, fairness, responsibility, and citizenship are assumed to be values that can guide complex marketing decisions in the context of an organization. From an organizational perspective, organizational value, codes, and training is necessary to provide consistent and shared approaches to making ethical decisions. Accordingly, in marketing exchanges the relationship between a customer and an organization exists because of mutual expectations built on trust, good faith, and fair dealing in their interaction. However, marketing ethics also requires avoiding the unintended consequences of marketing activities by taking to consideration the stakeholders and their relevant interests and the society.

Marketing ethics entails the societal and professional standards of right and fair practices that are expected of marketing managers in their oversight of strategy formulation, implementation and control. When examining right and fair practices there are moral principles that apply to and influence marketing decision-making. When these principles are not applied, ethical lapses tend to occur. (McDonald, 2015)

Some cultures are less likely than others to perceive ethical dilemmas. Ethicists say different groups of people see ethical situations from two perspectives. Under one perspective, universal ethical codes of practice should exist because there are things that are simply wrong, no matter what the colour or creed of the people concerned (e.g. murder, bribery) This is termed universalism. The opposite argument, termed cultural relativism, suggests that different groups consider ethical situations from varied viewpoints and that there is nothing wrong with this (e.g. gifts, corporate entertainment). The debate in international marketing ethics concerns itself with this dichotomy between cultural relativism and ethical universalism. (Baines – Fill – Rosengren, 2017)

2 Social Criticisms of Marketing

Today marketing has to face a lot of criticism. Some of this is justified and some is not. Social critics claim that certain marketing practices harm individual consumers, society as a whole, and other companies. (Kotler - Wong - Saunders – Armstrong, 2007)

2.1 Marketing’s Impact on Individual Consumers

Consumers have many concerns about how well the marketing system serves their interests. There are six primary criticisms leveled at the marketing function by consumers, consumer advocates, and government agencies. These include harming consumers through high prices, deceptive practices, high-pressure selling, shoddy or unsafe products, planned obsolescence, poor service to disadvantaged consumers. (Kotler - Wong - Saunders – Armstrong, 2007)

a) Harming consumers through high prices: Many critics charge the marketing system causes prices to be higher than need be. Some factors to which these critics point are as follows:

- **High costs of distribution**

Greedy intermediaries mark up prices beyond the value of their services. There are too many intermediaries and they duplicate services. Resellers have responded by saying that: the work performed by the intermediaries is necessary and takes away the responsibility from the consumer or the manufacturer, the rising markup is really the result of improved services, operating costs are driving up prices, in reality, profit margins are low because of intense competition. Strong retailers pressure their channel members to keep prices low.

- **High advertising and promotion costs**

Marketing is accused of driving up promotion and advertising costs. Marketers respond by saying that: consumers want more than the merely functional qualities of products, they want psychological benefits, branding, even though it may cost more, gives buyers confidence, heavy advertising is needed to inform millions of potential buyers of the merits of a brand. Heavy advertising and promotion may be necessary for a firm to match competitors' efforts. Companies are cost-conscious and try to spend their promotional money wisely.

- **Excessive markups**

Critics charge that some companies mark up goods excessively. Marketers respond by saying that: most businesses try to deal fairly with consumers because they want the repeat business, most consumer abuses are unintentional, when shady marketers do take advantage of consumers, they should be reported to the authorities. Consumers often do not understand the reason for the high markup.

b) Deceptive practices: Marketers are sometimes accused of deceptive practices that lead consumers to believe that they will get more value than they actually do. Three groups exist with respect to these alleged practices:

Deceptive pricing includes such practices as falsely advertising "factory" or "wholesale" prices, or a large reduction from a phony high list price.

Deceptive promotion includes such practices as overstating the product's features or performance, luring the customer to the store for a bargain that is out of stock, or running rigged contests.

Deceptive packaging includes exaggerating package contents through subtle design, not filling the package to the top, using misleading labeling, or describing size in misleading terms.

Deceptive practices have led to legislation and other consumer protection actions. Marketers argue that most companies avoid deceptive practices because such practices harm their business in the long run.

Currently this topic is one of the most discussed not only in the Slovak Republic, but also within the EU because of the dual-quality food problem. For more than a decade there has been speculation about the dual-quality food phenomenon, where multinational companies sell products under the same trademark and the same packaging but which actually contain different ingredients. In addition, sometimes the quality is also different, raising concerns about consumer health.

After revealing the results of analyses showing that labelled food products vary significantly from one market to the next and that lower quality products are placed on the Eastern EU markets, political leaders in Slovakia, the Czech Republic, Poland and Hungary have criticized several global food companies, saying it is unethical for products sold under the same brand to be inferior in quality and that consumers in eastern countries are tired of being "Europe's garbage can". (Jancarikova, 2017)

c) High-pressure selling: High-pressure selling is another criticism of marketing. Laws require door-to-door salespeople to announce that they are selling a product. Also buyers have a "three-day cooling-off period" in which they can cancel a contract after rethinking it.

d) Shoddy and unsafe products: Shoddy or unsafe products are another criticism levelled against marketers. Complaints include:

- Complaints about products not being made well or services not performed well.
- Products deliver little benefit.
- Product safety has been a problem for these reasons - manufacturer indifference, increased production complexity, poorly trained labor, poor quality control.

Responses to these complaints from marketers are positive. Marketers in general want to make beneficial and safe products.

e) Planned obsolescence: Planned obsolescence is a strategy of causing products to become obsolete before they actually need replacement and is a criticism levelled by consumers.

Fashion is often cited as an example. Marketers respond that consumers like lifestyle changes; they get tired of old goods and want a new look. Much of so-called planned obsolescence is actually the normal interaction of competitive and technological forces in a free society.

f) Poor service: In the contemporary society poor service to disadvantaged consumers is another criticism against marketing. Clearly, better marketing systems must be built in low-income areas. Critics believe the poor have been exploited by marketers.

2.2 Marketing's Impact on Society as a Whole

Some criticisms have also been levelled at marketing because of its perceived negative impact on society as a whole. Criticisms include marketing creating

False wants and too much materialism. People are judged by what they own rather than who they are. This criticism perhaps overstates the power of business to create needs. Our needs are influenced by other forces than just marketing needs. Some even see materialism as a positive force. (Kotler - Wong - Saunders – Armstrong, 2007)

Producing too few social goods. There needs to be more of a balance between social (public) and private goods. Options are the government could require more safety be built into products (cars for example) or make consumers pay social costs.

Cultural pollution. Constant assaults on privacy by advertising and noise clutter. Marketing answers by saying: Marketers hope that their ads reach primarily the target audience; ads make much of television and radio free to users and keep down the costs of magazines and newspapers.

Too much political power. Companies do promote and protect their own interests. They have a right to. Counter forces are in place to offset business promotional and political power.

2.3 Marketing's Impact on Other Businesses

Critics charge that a company's marketing practices can harm other companies and reduce competition. Three problems are involved:

Acquisitions of competitors. There may be too many of these according to some acquisition is a complex subject, however, and sometimes acquisition may be good for society.

Marketing practices that create barriers to entry. Patents and heavy promotional spending are often cited.

Unfair competitive marketing practices. Predatory competition is dangerous to the overall well-being of the economy. To distinguish between what is predatory and what is healthy competition is often difficult. (Kotler - Wong - Saunders – Armstrong, 2007)

Competition tends to produce efficiency in the market and benefits the general consumer by resulting in a variety of goods at the best prices. But the competitive market works to the advantage of the buyer only when the competitive process is fair. Although the government plays a role in trying to keep competition fair, government regulation is not enough. Unless those engaged in the competitive process operate fairly and honestly, the system itself is undermined. Ethical standards have a role to play and do play it daily, but the temptations to violate ethics and fair competition for one's personal benefit or that of one's company are also constantly present. (DeGeorge, 2010)

Conclusion

Using words and phrases that make businesses sound attractive and enticing, even when the message uses phrases that exaggerate and inflate, is common in the marketing world. But when companies cross the line by misstating facts or making misleading claims, they can lose the respect of consumers and face legal problems. Understanding the basics of marketing ethics will help marketers keep their advertising, public relations and promotional activities legal and ethical.

Today, several forces are driving companies to practice a higher level of ethics: rising customer expectations, changing employee expectations, government legislation and pressure, the inclusion of social criteria by investors, and changing business procurement practices. Companies need to evaluate whether they are truly practicing ethical and socially responsible marketing. But, unfortunately most organizations define minimum acceptable ethical behavior and implement this level.

While acceptable ethical behavior is derived from the professional, cultural, industry, and organizational environments, individual behavior may differ based on ethical judgments (Hunt and Vitell, 2005). Marketing ethics can be understood as the application of moral standards to companies, in their marketing decisions and market behaviour. Adherence to ethical principles in marketing creates competitive advantage for the company, in turn helping to fulfill the objectives set by the organization.

References

- [1] BAINES, P. – FILL, CH. – ROSENGREN, S. 2017. *Marketing*. Oxford: Oxford University Press, 2017. p. 683-694. ISBN 978-0-19-874853-3.
- [2] CRANE, A. – MATTEN, D. 2010. *Business Ethics*. Oxford: Oxford University Press, 2010. p. 344-355. ISBN 978-0-19-956433-0.
- [3] DEGEORGE, R. 2010. *Business Ethics*. New Jersey: Pearson Education Inc., 2010. p. 322-330. ISBN 13: 978-0-205-73193-0.
- [4] EAGLE, L. – DAHL, S. 2015. *Marketing Ethics&Society*. London: SAGE Publications Ltd., 2015. p. 2-32. ISBN 978-1-44629-662-2.
- [5] HUHMAN, B. et al. 2012. *SAGE Brief Guide to Marketing Ethics*. London: SAGE Publications Ltd., 2012. p. 1-76. ISBN 978-1-4129-9514-6.
- [6] HUNT, S. D. – VITELL, S. 2005. Personal Moral Codes and the Hunt-Vitell Theory of Ethics. In: PETERSON, R.A. – FERRELL, O.C. *Business Ethics: New Challenges for Business Schools and Corporate Leaders*, New York: M.E. Sharpe, p. 18-37. ISBN-10: 0765614588.
- [7] JANČARIKOVÁ, T. 2017. *East Europeans decry "double standards" for food, seek change to EU law*. [online]. [cit. 2017-10-10]. Available at: <https://www.reuters.com/article/centraleurope-food/east-europeans-decry-double-standards-for-food-seek-change-to-eu-law-idUSL5N1GD4N4>.
- [8] JOHNSON, H. L. 1981. Ethics and the Executive. In: *Business Horizons*, 24, p. 53-59. ISSN: 0007-6813.
- [9] KOTLER, PH. - WONG, V. - SAUNDERS, J. - ARMSTRONG, G. 2007. *Moderní marketing. 4.evropské vydání*. Praha: Grada Publishing, 2007. p. 221-230. ISBN 978-80-247-1545-2.

- [10] MCDONALD, G. 2015. *Business Ethics: A Contemporary Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. p. 146-149. ISBN 978-1-107-67405-9.
- [11] MURPHY, P. – LACZNIAK, G. et al. 2005. *Ethical Marketing*. New Jersey: Pearson Education Inc., 2005. p. 1-18. ISBN 0-13-184814-3.

PaedDr. Jarmila Brtková, Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave, Ústav ekonómie a manažmentu, Inštitút cudzích jazykov, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: jarmila.brtkova@vsemvs.sk

Riešenie poistnej zásoby v podniku

Alexandra FILOVÁ - Zuzana LUŠŇÁKOVÁ - Zuzana JURÍČKOVÁ

Solution of insurance stock in company

Abstract

In the presented article, the authors focused on the supplying economy of a particular company operating in the bulk tea market. The individual items of supplies were analyzed using the ABC method, which allowed the monitoring of the eight most important types of inventory. The basis for determining the optimal level of turnover stock, insurance stock and expected total cost of supply were the annual inventory data. The authors also quantified the impact of the analysis results on the company's economic indicators, such as the expected total annual costs, revenues and gross margin of Category A supplies.

Keywords: insurance stock, ABC analysis, optimum level of inventory, costs, revenues

JEL classification: C02, G31

Úvod

Štatistický úrad Slovenskej republiky uvádza, že na Slovensku bolo k druhému štvrťroku 2017 evidovaných 584 806 ekonomických subjektov z toho 301 346 bolo malých (t.j. s počtom zamestnancov do 49) a 4 249 stredne veľkých (t.j. s počtom zamestnancov 50 až 249). Podľa údajov Slovak Business Agency v našej krajine tvoria malé a stredné podniky až 99,9 % z celkového počtu podnikateľských subjektov, poskytujú pracovné príležitosti pre takmer 75 % aktívnej pracovnej sily a podieľajú sa na hrubej produkcii a tvorbe pridanej hodnoty viac ako 50 %.

V predkladanom článku sa venujeme zásobovacej stratégii mikro podniku, ktorý zamestnáva troch zamestnancov a na trhu pôsobí od roku 2004. Ide o podnik podnikajúci v oblasti predaja čajov a príslušenstva (napr. predaj čajových servisov, rôznych čajových nádob, literatúry a podobne), ako aj v oblasti poskytovania pohostinských služieb. Sypané čaje rôzneho druhu, kvality, zloženia, krajiny pôvodu a pod. predávajú prostredníctvom kamennej predajne v centre Michaloviec a prostredníctvom internetového obchodu. Už dlhodobo zaznamenávajú najväčší predaj v kamennej predajni. Záujmom spoločnosti bolo znížiť náklady spojené so zásobovaním a skladovaním týchto sypaných čajov.

1 Teoretické východiská

Logistické systémy sú charakterizované tromi najdôležitejšími činnosťami: spracovanie objednávok, riadenie zásob a doprava. Oddelenie logistiky v podniku má prvoradú prioritu optimalizáciu nákladových zložiek za účelom maximalizácie zisku podniku, zaistenie konkurencieschopnosti a konsolidácie na trhu a podriadenosť týmto prioritám. Ďalšími prioritami v podniku v súlade s logistickými cieľmi sú optimalizácia všetkých skladových zásob (zásobovacie, výrobné, dodávateľské apod.), optimalizácia priebežných dôb za účelom maximálneho zisku s najnižšími nákladmi vrátane optimalizácie všetkých výrobných kapacít.

Zásoby, ktoré vzniknú vo výrobnom procese na seba viažu nemalé finančné prostriedky a preto by mali byť čo najviac minimalizované. (Slíva, 2011)

Problematika zásob patrí v súčasnosti k jedným z najriskynejších oblastí logistiky. Stanovenie optimálnej úrovne zásob zaraďujeme ku kritickým článkom celej logistickej stratégie, keďže výška finančných prostriedkov viazaných v zásobách nie je nepatrná. Zvyčajne sa pohybuje v rozmedzí 10-25% aktív podniku a pre podnik predstavuje významný ekonomický efekt. (Petriková, 2010)

Jedným z potenciálov pre zlepšovanie efektívnosti produkčného systému je redukcia zásob. Principiálnou črtou efektívneho produkčného systému je jeho dôraz na produkciu bez zásob. Aby sme ale mohli dosiahnuť takúto produkciu, musíme ako prvý krok pochopiť príčiny vzniku zásob. Nadmerná výška zásob je nežiaduca najmä z dôvodu: **(Štefko – Rákoš, 2008)**

- viazania finančných prostriedkov v zásobách,
- zvýšených nákladov na skladovanie,
- zakrývajú problémy vo výrobe (nízka produktivita a pod),
- znižujú návratnosť investícií,
- zhoršujú likviditu podniku a pod.

Poistné zásoby súvisia s modelmi riadenia zásob v podmienkach neistoty. Udržiavajú sa nad rámec bežných cyklických (obratových) zásob z dôvodu neistoty kolísania dopytu resp. doby dodania zásob. V tomto prípade priemerná zásoba sa vypočíta ako súčet priemernej bežnej zásoby a poistnej zásoby. Vo väčšine praktických prípadoch môže súčasne dochádzať k variabilite dopytu a celkovej doby dodania zásob. Dôvodom je prirodzená kolísavosť dopytu a rôzne dôvody meškania dodávok. Veľká miera neistoty spojená s dopytom a dobou doplnenia zásob spôsobuje v praxi viac orientáciu na to, kedy je potrebné objednávať, než koľko je potrebné objednávať. Politika objednávaní môže byť založená buď na pevných dodacích množstvách, alebo na pevných intervaloch objednávky. V prípade súčasnej variability dopytu a cyklov doplňovania zásob je potrebné použiť pre stanovenie výšky poistnej zásoby štatistické metódy. K tomu potrebujeme mať dostatočný počet údajov o predchádzajúcich objemoch predaja a o cykloch doplňovania zásob. **(Štefko – Rákoš, 2008)**

Úlohou poistných zásob je tlmieť náhodné výkyvy na strane vstupu do podniku - vo veľkosti a intervale dodávok a na strane výstupu z podniku - vo veľkosti a intervale čerpania zásob. **(Čujan - Málek, 2008)**

Keďže zásoby sú veľkou a nákladnou investíciou, tak len ich kvalitným riadením sa dá dosiahnuť zlepšenie ekonomických ukazovateľov v podniku. Manažment podniku by mal mať dôkladné znalosti a informácie o nákladoch na udržiavanie zásob, aby mohli prijímať kvalifikované rozhodnutia o návrhu logistického zásobovacieho systému, výške zásob, o tom, kde a v akej výške udržiavať zásoby a o spôsoboch prepravy a skladovania. **(Hitka a kol., 2010)**

2 ABC analýza a klasifikácia

Pred samotným výpočtom optimálnej objednávky zásob, či už obratových, alebo poistnej zásoby, bolo nutné jednotlivé zásobovacie položky analyzovať a zatriediť do prehľadných kategórií. Na tento účel sme použili ABC analýzu, ktorej základným princípom je skutočnosť, ktorá vyplýva z tzv. Paretovho pravidla. Toto pravidlo hovorí, že 80 % všetkých dôsledkov je spôsobené len približne 20 % príčin. Ukázalo sa, že aj v zásobovacej stratégii podnikov je Paretovo pravidlo použiteľné a do značnej miery odzrkadľuje spôsob, intenzitu, veľkosť spotreby zásobovacích položiek.

- **Kategória A** – zaraďujeme sem zásobovacie položky s najväčším podielom na obrate (10 % výrobkov, 80 % obrat). Z hľadiska redukcie zásob predstavujú najväčší potenciál možného znižovania úrovne zásob.
- **Kategória B** – zaraďujeme sem zásobovacie položky so stredným podielom na obrate (15 % výrobkov, 15 % obrat). Pri týchto komponentoch je možné vytvárať určité zásoby v nadväznosti na výrobný plán podniku. Ide o položky s priemernou výškou zásob a priemerným potenciálom na redukcii úrovne zásob.
- **Kategória C** – zaraďujeme sem položky zásob s najnižším podielom (pri určitých položkách dokonca s nulovým podielom) na obrate (75 % výrobkov, 5 % obrat). Do tejto skupiny patria položky s nízkou zásobou na sklade. Pri týchto položkách je obvykle potenciál ich možnej redukcie buď nulový, alebo zanedbateľne malý, preto z hľadiska redukcie zásob sú prakticky bezvýznamné.

ABC analýza sledovaného podniku za rok 2017 je uvedená v tabuľke 1, z ktorej vidieť, že 8 zásobovacích položiek tvorí najpodstatnejšiu časť spotreby zásob, 16 položiek zaraďujeme do kategórie B,

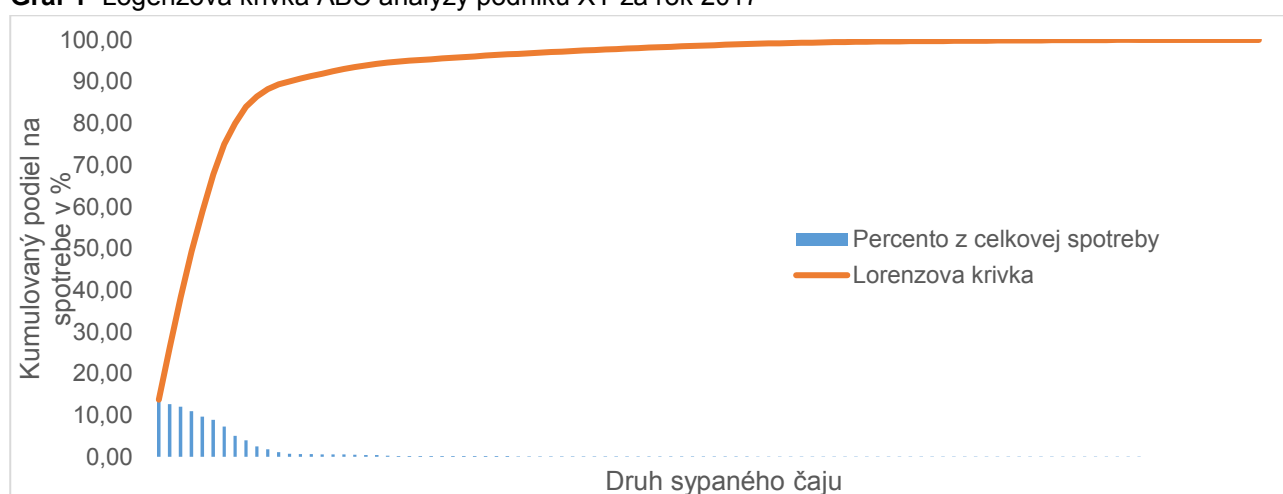
t.j. stredne dôležité položky a najmenej dôležitých zásobovacích položiek je 78. V kategórií C sa nachádzajú aj položky, ktoré mali v roku 2017 nulovú spotrebu.

Tab. 1 ABC analýza za rok 2017 analyzovanej spoločnosti

Zásobovacia kategória	Kumulovaný podiel na ročnej spotrebe (v %)	Počet položiek (v kusoch)	Kumulovaný podiel sortimentu (v %)	Finančná hodnota spotreby (v eurách)
A	80	8	7,84	10937,83
B	15	16	15,69	2476,01
C	5	78	76,47	1243,17
Spolu	100	102	100	14657,01

Zdroj vlastné spracovanie na základe interných podkladov spoločnosti XY

Graf 1 Logenzova krivka ABC analýzy podniku XY za rok 2017



Zdroj vlastné spracovanie na základe interných podkladov spoločnosti XY

V grafe 1 je znázornená Lorenzova krivka ABC analýzy a jednotlivé kategórie zásobovacích položiek spoločnosti za rok 2017. Je možné vidieť, že 12 zásobovacích položiek malo v roku 2017 nulovú spotrebu, 76 položiek zásob malo spotrebu pod 1 kg, 14 položiek malo v roku 2017 spotrebu menej ako 5 kg a len 5 položiek zásob malo spotrebu vyššiu ako 50 kg.

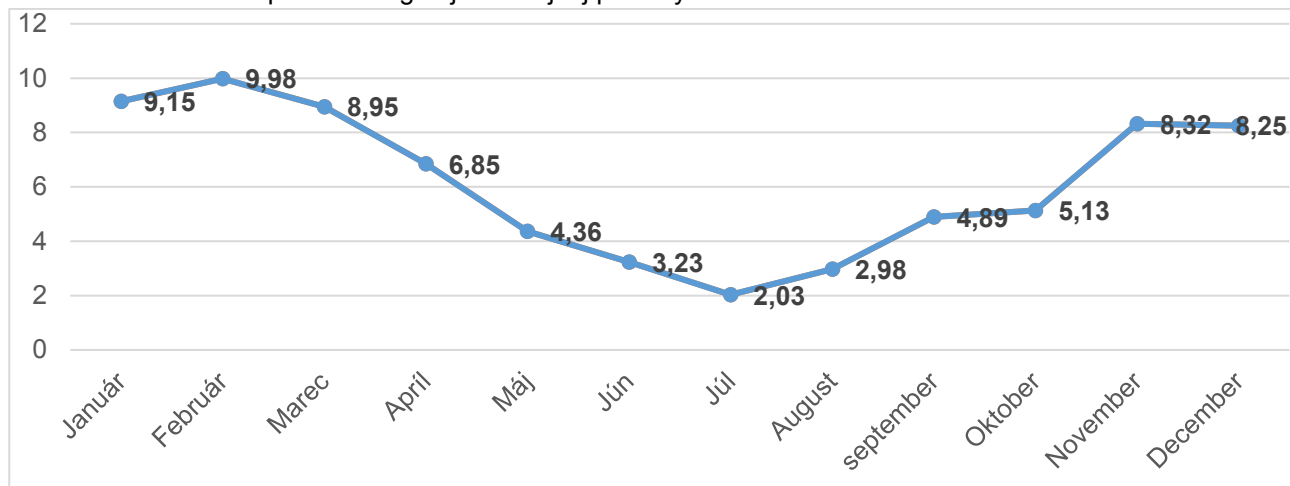
V nasledujúcej tabuľke 2 sú zobrazené produkty, ktoré zaraďujeme v ABC analýze do kategórie A. Vidieť, že celkovo bolo v roku 2017 spotrebovaných 432,80 kg zásob najdôležitejšej zásobovacej kategórií, z toho 74,12 kg tvorila spotreba produktu zelený čaj – China Young Hyson. Išlo o najspotrebavanejšiu položku spoločnosti v roku 2017.

Tab. 2 Spotreba najdôležitejších položiek zásob zaradených do skupiny A za rok 2017

P.č.	Názov produktu	Veľkosť čerpania zásob (v kg)	Celkové náklady na zásoby (v eurách)
1	Zelený Čaj Čína – China Young Hyson	74,12	1079,19
2	Biely Čaj – China Shou Mee	68,23	2287,75
3	Bylinný Čaj – Breza - List	64,89	1068,74
4	Jazminový Čaj – China White King Jasmin	59,23	2364,46
5	Ovocný Čaj – Lilly Vanilli	52,10	820,05
6	Ovocný Čaj – Tatranské Plody	48,03	1337,16
7	Amazonský Čaj – Flor Blanca	39,22	1563,51
8	Rooibos – Blue Star	26,98	416,98
	Spolu	432,80	10937,83

Zdroj vlastné spracovanie na základe interných podkladov spoločnosti

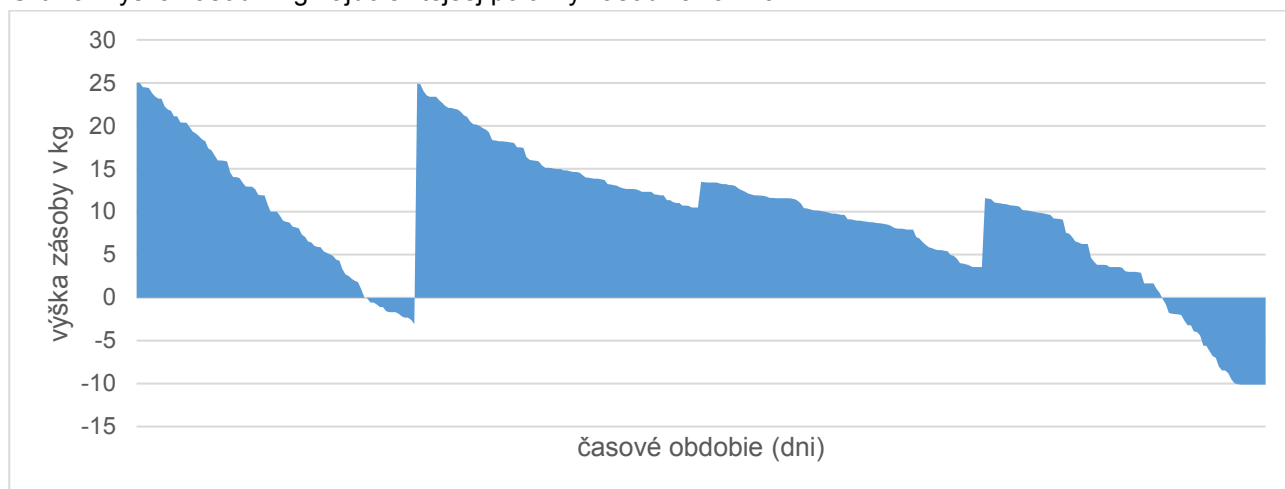
3 Riešenie poistnej zásoby najdôležitejšej zásobovacej položky

Graf 2 Mesačná spotreba v kg najdôležitejšej položky zásob za rok 2017

Zdroj vlastné spracovanie na základe údajov spoločnosti

Ako už bolo v článku spomenuté spoločnosť mala záujem analyzovať svoje zásobovacie hospodárstvo a optimalizovať výšku poistných zásob najdôležitejších zásobovacích položiek. V predchádzajúcej kapitole (tabuľka 2) sme uviedli, o ktoré položky zásob ide. V grafoch 2 a 3 je znázornená mesačná a denná spotreba najdôležitejšej zásobovacej položky podľa ABC analýzy. Vidíme, že spotreba má sezónne kolísanie a v letných mesiacoch je predaj sypaných čajov, ktoré ponúka spoločnosť nižší ako je tomu v mesiacoch zimných poprípade jesenných a jarných. Ďalej je vidieť, že mesiacom, v ktorom sa predalo najviac sypaných čajov je mesiac február a najmenej čajov sa predalo v mesiaci júl. Toto sezónne kolísanie predaja je pochopiteľné a aj pomerne dobre predvídateľné. Napriek tomu môžeme vidieť z grafu 3, že spoločnosť dopĺňala zásoby najpredávanejšej zásobovacej položky štyri krát ročne (konkrétne v množstvách 25 kg, 28 kg, 3 kg a 8 kg) a táto zásobovacia stratégia nie veľmi dobre odrážala potreby podniku. Z grafu 3 vidieť, že v roku 2017 došlo dva krát k deficitu analyzovanej zásobovacej položky. Tento deficit predstavuje ušlý zisk. Naopak vidieť tiež, že približne v polovici roku 2017 dopĺňali zásoby nie príliš efektívne. Priemerná denná¹ spotreba tejto zásoby bola na úrovni približne 0,25 kg.

¹ Priemernú výšku čerpania zásoby sme vypočítali pomocou aritmetického priemeru.

Graf 3 Výška zásob v kg najdôležitejšej položky zásob za rok 2017

Zdroj vlastné spracovanie na základe údajov spoločnosti

Na výpočet optimálnej veľkosti celkovej zásoby, poistnej zásoby a obratovej zásoby, ako aj celkových očakávaných nákladov spojených so zásobovaním a skladovaním je potrebné určiť niekoľko typov nákladov.

Tab. 3 Nákladové položky jednotlivých zásob kategórie A a ich predajná cena v roku 2017

Poradové číslo zásobovacej položky	1	2	3	4	5	6	7	8
Predajná cena 1 kg (v eurách)	29,12	67,06	32,94	79,84	31,48	37,12	79,73	30,91
Náklady deficitu 1 kg (v eurách)	12,07	31,04	13,98	37,43	13,25	6,79	37,38	12,97

Zdroj vlastné spracovanie na základe interných podkladov spoločnosti

Spoločnosť vyčíslila potrebné druhy nákladov nasledovne (ďalšie uvádzame v tabuľke 3):

- Náklady na skladovanie² 1 kg čaju za rok boli vyčíslené na 2,11 eur.
- Obstarávacie náklady³ v podobe fixných nákladov boli v roku 2017 vyčíslené na 1,24 eur.
- Náklady spojené s balením 1 kg čaju predstavovali 38 centov.

V nasledujúcej tabuľke 4 je možné vidieť vypočítané optimálne ukazovatele zásobovacej stratégie položiek zásob patriacich do kategórie A, ktoré by bolo zo strany analyzovanej spoločnosti vhodné dodržiavať. Na výpočet týchto ukazovateľov sme použili stochastický zásobovací model, ktorého podrobný popis, ako aj konkrétne vzorce sú uvedené v publikácii [7].

Bolo potrebné vypočítané hodnoty zaokrúhľovať, pretože spoločnosť nakupuje tieto druhy čajov v kilových baleniach.

² Do nákladov na skladovanie sa zahŕňajú iba tie náklady, ktoré sa menia v závislosti od množstva, resp. objemu skladovanej položky. Sem patria najmä: náklady na financovanie zásob, napr. ak sú zásoby financované prevádzkovým úverom, môže sa použiť príslušná úroková sadzba, poistenie, ak je výška poistného závislá od výšky zásob, akékoľvek náklady na skladovanie, ktoré priamo závisia od objemu, resp. množstva zásob, napr. časť energií potrebná na chladenie a mrazenie zásob v potravinárskom priemysle, prenájom externých skladových priestorov, ak nájomné závisí od objemu, resp. množstva, a pod., náklady na počítanie zásob pri fyzickej inventúre, ak sa vykonáva častejšie do roka (čím viac zásob, tým viac času sa strávi ich počítaním), straty zásob spôsobené znehodnotením alebo krádežou (napr. možno odhadnúť ako priemerné % z úrovne zásob). Do nákladov na skladovanie sa nezaraďujú náklady, ktoré nie sú závislé od objemu skladovaných zásob, ako napr.: nájomné za skladové priestory, ktoré sa platí paušálne bez ohľadu na objem zásob, odpisy skladových priestorov. (CFO, 2013)

³ Náklady na objednávku sú náklady, ktoré vznikajú pri zadávaní, prijímaní a spracovávaní objednávky. Primárne závisia od činností, ktoré je potrebné pre spracovanie každej objednávky vykonať, a nie od objednaného množstva, t.j. sú závislé od počtu realizovaných objednávok. Medzi tieto náklady sa najčastejšie zaraďujú: čas (mzdy) potrebné na zadanie a schválenie objednávky, náklady na výberové konanie / tender, ak sú súčasťou každej objednávky (napr. ak nákupné oddelenie nakupuje komodity a pri každej objednávke získava cenové ponuky od rôznych dodávateľov), náklady súvisiace s fyzickým prijatím objednávky, jej spracovaním a zaevidovaním do systému a kontrolou kvality, spracovanie a úhrada dodávateľskej faktúry. Do nákladov na objednávku sa nezaraďujú náklady, ktoré nie sú závislé od počtu objednávok alebo ktoré s objednávaním nesúvisia, ako napr.: Čas (mzdy) zamestnancov nákupného oddelenia, ktorý strávia inými aktivitami ako je objednávanie (napr. plánovaním, výberovými konaniami ak sa dodávateľia vyberajú iba raz za rok, prípravou reportov, inou administratívou a pod. Náklady na nákupný informačný systém, ak sú počas roka fixné (napr. licenčný popl.) (CFO, 2013)

Tab. 4 Výpočet optimálnej zásobovacej stratégie pre zásobovacie položky kategórie A

Poradové číslo zásobovacej položky	1	2	3	4	5	6	7	8
optimálna výška zásoby (v kg)	10,12	9,26	9,37	8,58	8,43	8,61	6,98	6,08
po zaokrúhlení	11	10	10	9	9	9	7	7
optimálna výška obratovej zásoby (v kg)	8,62	8,67	8,15	8,12	7,27	6,57	6,61	5,23
po zaokrúhlení	9	9	9	9	8	7	7	6
optimálna výška poistnej zásoby (v kg)	1,50	0,59	1,23	0,46	1,16	2,04	0,37	0,85
po zaokrúhlení	2	1	2	1	2	3	1	1
celkové očakávané náklady spojené so skladovaním (v eurách)	18,16	18,27	17,17	17,12	15,33	13,84	13,93	11,01
optimálna dĺžka dodacieho cyklu (v dňoch)	49,16	48,86	52,01	52,15	58,25	64,50	64,10	81,07

Zdroj vlastné spracovanie na základe interných podkladov spoločnosti

V tabuľke 5 sú znázornené očakávané ekonomické ukazovatele v podobe celkových výnosov, nákladov a hrubej marže za jednotlivé zásobovacie položky kategórie A. Celková očakávaná hrubá marža za všetky položky kategórie A by mala predstavovať 9 747,95 eur za rok.

Tab. 5 Celkové ročné očakávané náklady, výnosy a hrubá marža jednotlivých zásobovacích položiek kategórie A

P.č.	Celkové náklady (v eurách) za sledované obdobie	Celkové výnosy (v eurách) za sledované obdobie	Hrubá marža (v eurách) za sledované obdobie
1	1125,51	2158,37	1032,86
2	2331,84	4575,50	2243,66
3	1111,67	2137,48	1025,81
4	2404,14	4728,92	2324,79
5	856,97	1640,11	783,14
6	1370,73	1782,87	412,14
7	1592,25	3127,01	1534,76
8	441,16	833,95	392,79

Zdroj vlastné spracovanie na základe interných podkladov spoločnosti

Záver

Ako bolo v článku ukázané dôkladné sledovanie jednotlivých zásobovacích položiek je pre firmu dôležitou súčasťou. Prostredníctvom tejto precíznej práce môže podnik analyzovať svoju zásobovaciu stratégiu, čo môže viesť k výraznému zníženiu nákladov spojených so zásobovaním v spoločnosti.

Literatúra

Knižné zdroje:

- [1] CFO, 2013. *Riadenie zásob: optimálna veľkosť objednávky (1)*. 2013. [online] [prístupné 1 Apríl 2018] dostupné na internete: <<http://www.cfo.sk/articles/riadenie-zasob-optimalna-velkost-objednavky-1#.WtnwUZrVC70>>
- [2] ČUJAN, Z., MÁLEK, Z. 2008. *Výrobní a obchodní logistika*. Zlín: UTB, 2008. 1.vyd. ISBN 978-80-7318-730-9
- [3] HITKA, M., KOTLÍNOVÁ, M., POTKÁNY, M., GEJDOŠ, P. 2010. Využitie zásobovacej logistiky pre optimalizáciu zásob vo firme Comelix. IN *LOGI* 2010. Tribun EU, 2010. s. 48-59. ISBN 978-80-7399-205-7

- [4] LAMBERT, D., STOCK, J. ELLRAM, L. 2000. *Logistika*. 1. Vyd. Praha: Computer Press, 2000. 589 s. ISBN 80-7226-221-1
- [5] PETRIKOVÁ, A. 2010. Riadenie zásob v podmienkach neistoty. The 13th International Scientific Conference Trends And Innovative Approaches IN *Business Processes* "2010". [online] [prístupné 1 Apríl 2018] dostupné na internete: <https://www.sjf.tuke.sk/umpadi/taipvpp/2010/index.files/clanky%20pdf/petrikova_2.pdf f>
- [6] PALÚCH S., PEŠKO Š. 2006. *Kvantitatívne metódy v logistike*. 1. Vyd. Žilina : EDIS Žilinská univerzita (2006). 185 strán. ISBN 80-8070-636-0
- [7] SLÍVA, A. 2011. *Základy logistiky*. 1.vyd. Ostrava: VŠB – TU Ostrava. 88 s. ISBN 978-80-248-2731-5
- [8] ŠTEFKO, R., RÁKOŠ, J. 2008. Logistika a jej význam pre manažment podniku. IN *Zborník vedeckých prác katedry ekonómie a ekonomiky ANNO 2008*. s. 333-371. ISBN 978-80-8068-798-4

Internetové zdroje:

- [9] Štatistický úrad Slovenskej republiky (2018). *Slovstat* [online] [prístupné 1 Apríl 2018] dostupné na internete: <<http://www.statistics.sk/pls/elisw/vbd>>
- [10] Slovak business agency (2018). *Malé a stredné podnikanie v číslach v roku 2016*, Bratislava, 2018 [online] [prístupné 1 Apríl 2018] dostupné na internete: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/image/msp_v_cislach_v_roku_2016_final_v_20_10_2017_002.pdf

Ing. Bc. Alexandra Filová, PhD., Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Katedra manažmentu, Tr. A Hlinku 2, 949 76 Nitra, alexandra.filova@uniag.sk

Ing. Zuzana Lušňáková, PhD., Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Katedra manažmentu, Tr. A Hlinku 2, 949 76 Nitra, zuzana.lusnakova@uniag.sk

Ing. Bc. Zuzana Juríčková, PhD., Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Katedra manažmentu, Tr. A Hlinku 2, 94976 Nitra, zuzana.jurickova@uniag.sk

Podnikanie klastrov a kooperácia MSP v rámci regiónov

Denisa GAJDOVÁ - Michal LEVICKÝ

Entrepreneurship of clusters and cooperation of SME within regions

Abstract

Small companies importance is mentioned in the plenty of documents and recommendations. They are unique provider of stability, important job creator and supporter of regional development. Small enterprises are the key actors in all European countries. Cooperation of SMEs within is the one of ways how to survive for many of them. Small and medium sized companies are facing more obstacles than large competitors that have the advantage of their scale and a lot of benefits coming from this size. Clustering then could be one of the solution, how to attract a customers or to obtain at least a small step forward could be the creation of some networks among the small and/or medium sized companies that could bring the new opportunity to survive and compete on the market. Cooperation within clusters has a lot of advantages, cluster helps to increase entrepreneurial specification, supports the investment of local governments for the regional development.

Keywords: Clusters, Small and Medium Sized Enterprises, Regional Development.

JEL Classification: A10, B21, M20

Úvod

Predpokladom úspešného podnikania je nielen kvalitný podnikateľský plán vychádzajúci z myšlienky, ktorá dokáže osloviť zákazníkov. Dostatok finančných prostriedkov tiež nie je zárukou úspechu a dlhodobej stability podniku. Malé a stredné podniky, ktoré sú charakteristické predovšetkým lokálnym pôsobením, čo znamená že ich externé prostredie tvoria predovšetkým miestne podnikateľské subjekty, domácnosti a spotrebiteľia, sú v prvom rade nútení vnímať prostredie, v ktorom pôsobia a chtiac-nechtiac tvoriť vzťahy, ktoré tým úspešnejším dokážu pomôcť prežiť a konkurovať v rýchle sa meniacom prostredí. Cieľom príspevku je poukázať na význam malých a stredných podnikov, ich zraniteľnosť a možnosť konkurencieschopnosti v prostredí veľkých spoločností prostredníctvom združovania, t.j. tvorby klastrových spoločenstiev.

Kooperácia, je vo svojej podstate termín, ktorý vymedzuje dobrovoľnú spoluprácu medzi dvoma alebo viacerými hospodársky samostatnými podnikmi prostredníctvom zmlúv a dohôd. Podniky zostávajú právne a hospodársky samostatné. Kooperácia je teda dobrovoľná, na rozdiel od pojmov i obsahovo príbuzného termínu koncentrácia, ktorá však znamená podriadenie združených podnikov jednotnému vedeniu a o to by pri kooperácii nemalo, v žiadnom prípade ísť.

V zásade môžeme vymedziť šesť základných foriem kooperácie (Wrona, Schell; 2005):

1. Práca vo mzde, pri ktorej objednávateľ dá k dispozícii základný materiál a niekedy tiež technické pomôcky. Dodávateľ zabezpečí zhotovenie požadovanej produkcie, ktorú objednávateľ stopercentne odoberie.
2. Práca na objednávku zahŕňa krátkodobé zmluvy na dodávky dohodnutého množstva hotového tovaru alebo polotovaru, ktoré sa vyrobia podľa dokumentácie alebo know-how, ktoré poskytol objednávateľ.
3. Výrobná kooperácia zahŕňa kooperácie, pri ktorých každý partner vyrába diely alebo komponenty finálneho výrobku. Technológia pochádza od jedného alebo oboch partnerov. Výrobná kooperácia môže tiež znamenať, že každý z partnerov sa špecializuje na nejakú časť výrobného programu, aby tak výmenou s ostatnými partnermi doplnil výrobný sortiment.
4. Kooperácia v administratívnej oblasti môže byť realizovaná napríklad: v správe (spoločné účtovníctvo, výpočtové stredisko, personalistika); v nákupe (kumulácia nákupu s cieľom zníženia ceny); v odbyte (akvizícia zákazníkov, doprava, skladovanie). Spoločným cieľom je všeobecné zníženie nákladov, v zvláštnych prípadoch zníženie fixných nákladov.

5. Pri projekčnej kooperácii pracujú spoločne dva alebo viac partnerov formou jednoduchého konzorcia na projekte časovo obmedzenom až do jeho ukončenia. Môže dochádzať aj ku spoločnému projektovaniu alebo vypracovaniu ponuky (ponukové spoločenstvo)
6. Pri franšíze jeden podnik poskytuje druhému právo realizovať tovar alebo služby s využitím jeho obchodného mena (napr. McDonald).

V nadväznosti na vyššie uvedené môže mať kooperácia formu spolupráce - kooperácie horizontálnej, t.j. vytváranie spolupráce medzi súťažiacimi subjektmi, alebo vertikálnej, kde ide o vzájomné prepojenie dodávateľov alebo odberateľov.

V súčasnej dobe sa tiež uvádza typ kooperácie nazvanej "strategická rodina", ktorý zahŕňa prepojenie podnikov na základe dôveryhodných dlhodobých kontaktov. Novším pojmom je virtuálny podnik (virtual corporation), chápaný ako forma sieťového podniku vytvorená z nezávislých firiem, napr. dodávateľov, zákazníkov či konkurentov.

Možnosť vzniku kooperačnej väzby či vytvorenia spolupráce však závisí od mnohých faktorov, predovšetkým otvorenosti samotných podnikateľov voči takémuto „zväzku“, ich samotnej dôvery či pochopenia. V procese tvorby podnikateľských sietí je teda dôležité brať do úvahy tieto predovšetkým princípy (Theohoudhouldes, 2009):

- princíp partnerstva – je potrebné aby bol pochopený medzi všetkými subjektmi vo vymedzenom priestore.
- princíp dôvery – ide dlhodobé budovanie kooperačného vzťahu založeného na spoločných cieľoch, hodnotách a efektívnej komunikácii.
- princíp novej spoločnej hodnoty – konkrétnou formou sú inovácie výrobkov a služieb, vytvorenie spoločného know-how, nadobudnutie nových skúseností a zručností, získanie nových zákazníkov, zlepšenia pozície na trhu a v odvetví ako aj zabezpečenie dlhodobého rozvoja a prosperity
- princíp strategického vedenia – dlhodobý a systematický proces formovania podnikateľskej siete si vyžaduje prítomnosť a cieľavedomé pôsobenie iniciátora a propagátora takéhoto procesu.

Tri z uvedených princípov si vyžadujú predovšetkým pochopenie, uznanie a uvedomenie si potreby vzájomného významu jednotlivých partnerov, aktérov kooperácie. Posledný z uvedených princípov je však zameraný skôr na nájdenie externého koordinátora, iniciátora a propagátora samotnej kooperačnej väzby. Individualizmus podnikateľov je totiž prvotnou brzdou vzniku akejkoľvek kooperačnej iniciatívy. „Kooperácia sa tak teda mení na základ práce a je životaschopná vtedy ak sa stretne s dôverou a uznaním rôznych organizácií, ktoré pracujú s cieľom vytvoriť siete, ktoré by dosiahli spoločné ciele a méty a ktoré by im umožnili byť konkurencieschopné(Oňoro, 2007).

Medzinárodná organizácia práce vo svojej päťbodovej odpovedi MSMEs (Mikro, malé a stredné podniky) na krízu podporuje tvorcov politik a podnikateľov prostredníctvom (ILO, 2009).

1. rýchleho prispôsobenia sa na odrazenie dopadov, ktoré cítia MSMEs
2. rád na základe príkladov riadenia financií
3. rád tvorcom politik týkajúcim sa verejného obstarávania
4. rád a vzdelávania týkajúceho sa služieb rozvoja podnikania, predovšetkým schopnosti podnikat' a vzdelávanie manažérske
5. rád a školení o podpore malých podnikateľských združení, ktoré by mali zohrávať dôležitú podpornú a pomocnú úlohu počas krízy.

Práve piaty bod je v správe ILO venovaný združeniam a asociáciám, pričom sa uvádza, že podnikateľské združenia sú hodnotným podporným mechanizmom pre podnikateľov počas krízy. Umožňujú svojim členom podeliť sa o nápady a poznatky, poskytujú informácie o nových politikách a programoch a svedčia v prospech svojich členov pred predstaviteľmi zákonodarstva.

1 Zákon o malých podnikoch a podpora kooperačného podnikania

Dôležité postavenie malých a stredných podnikov sa v rámci dokumentov Európskej únie spomína už v Lisabonskej agende pre rast a zamestnanosť, ktorá bola prijatá v roku 2000. V marci toho istého roku bola

ako významný ďalší krok na ceste podpory MSP schválená Charta malých podnikov, ktorá predstavovala akýsi prvý návod ako vytvoriť z Európy najlepšie prostredie pre mikropodniky. V novembri 2005 Komisia predstavila novú politiku pre malé a stredné podniky „Najprv myslí v malom“, ktorej cieľom bolo propagovať zručnosti prostredníctvom vzdelávania a tréningu, uľahčiť malým firmám vstup na trh, odstrániť legislatívne bariéry a podporovať ich participáciu na Siedmom rámcovom programe pre výskum. Opatrenia zamerané na malé podniky sa tým ale neskončili. V júli 2008 Komisia zverejnila návrh Zákona o malých podnikoch (Small Business Act, 2008), ktorého cieľom bolo zjednotiť všetky doterajšie iniciatívy do jedného legislatívneho dokumentu. SBA vymedzuje desať princípov, ktorými by sa mali vlády jednotlivých krajín riadiť:

1. Vytvoriť prostredie, v ktorom je podnikanie docenené – táto myšlienka vychádza z názoru, že celková klíma v spoločnosti by mala viesť jednotlivcov k tomu, aby možnosť založiť si vlastnú firmu považovali za atraktívnu a uvedomili si, že prispievajú k rastu zamestnanosti a ekonomickej prosperite. Z prieskumov Flash Eurobarometer 2007 týkajúcich sa podnikateľského zmýšľania vyplýva, že samostatnej zárobkovej činnosti by dalo prednosť 61% Američanov oproti 45% Európanov. Z toho vyplýva potreba zvýšiť záujem žien a mladých ľudí o podnikanie je potrebné zachovať rodinné firmy.

2. Uistenie sa, že čestní podnikatelia, ktorí zbankrotovali, dostanú druhú šancu. Je potrebné uviesť si, že bankrot tvoria 15% všetkých príčin zániku spoločností. Keďže v Európe (na rozdiel od USA) sa bankrot považuje takmer za trestný čin a predstavuje niečo ako osobnú tragédiu, dnes by 47% Európanov váhalo so zadaním objednávky spoločnosti, ktorá predtým zbankrotovala.

3. Prenesenie princípov „Najprv myslí v malom“ do všetkých oblastí legislatívy – Malé a stredné podniky znášajú neúmernú regulačnú a administratívnu záťaž. Odhaduje sa, že tam kde veľký podnik zaplatí jedno euro za zamestnanca malý až desať. Komisia má za cieľ znížiť administratívnu záťaž podniku do roku 2012 až o 25%.

4. Prispôsobenie verejnej správy pre potreby malých podnikov. Veľmi dôležité je z tohto pohľadu budovanie jednotných kontaktných miest pre registráciu a riešenie problémov, tzv. „One Stop Shops“, ktoré by prispeli k znižovaniu nákladov.

5. Prispôsobenie nástrojov verejnej správy pre potreby malých podnikov, najmä pri podieľaní sa na verejnom obstarávaní a zlepšení využitia štátnej pomoci. Malé a stredné podniky často nevedia o príležitostiach verejného obstarávania alebo ich odradia úradné postupy, ktoré sú s tým spojené. Komisia preto vlády členských krajín vyzýva na lepšiu informovanosť.

6. Zjednodušiť malým a stredným podnikom prístup k financovaniu a rozvinúť právne a podnikateľské prostredie podporujúce včasné úhrady, ktoré sú súčasťou obchodných transakcií. Závisí to od krajiny, ale malé a stredné podniky majú často problém s úhradou svojich faktúr – v priemere musia čakať 20 až 100 dní, pričom v jednom zo štyroch prípadov insolventnosti týchto podnikov je zavinená oneskorenou platbou.

7. Pomôcť malým a stredným podnikom viac získať z príležitostí, ktoré ponúka jednotný trh. Sú to predovšetkým možnosti prístupu k patentom a ochranným značkám, ktorý majú malé a stredné podniky sťažený.

8. Propagovať pokrok a inovácie vo všetkých formách. Viac ako 60% podnikateľov si myslí, že školy neposkytujú v dostatočnej miere informácie, ktoré podnikatelia a ich zamestnanci potrebujú. Je preto vhodné malé a stredné podniky viac zapojiť do výskumu a podporovať ich vzťahy s univerzitami.

9. Podporiť mikropodniky aby environmentálne výzvy chápali ako príležitosti – dopyt po ekologických produktoch a službách otvára priestor pre nové obchodné príležitosti. Iba 29% malých a stredných podnikov prijalo opatrenia na úsporu energetických surovín (46% veľkých firiem).

10. Umožniť malým podnikom aby profitovali z rastu trhov. V rámci európskeho priestoru iba 8% malých a stredných podnikov priznáva obrat z vývozu, napriek tomu, že rastúce trhy predstavujú obrovský potenciál.

2 Kooperačné podnikanie prostredníctvom klastrov

Klastre sú považované za významný mikroekonomický faktor, ktorý zvyšuje prosperitu regiónov, zvyšuje prílev priamych zahraničných investícií, vytvára prostredie vhodné pre inovácie a tvorbu znalostí (z toho dôvodu sú regióny so silnými klastrami považované za inovačných lídrov). Malé a stredné podniky nie sú na rozdiel od tých veľkých schopné využívať napríklad úspory z rozsahu, nemajú dostatočné kapacity a prostriedky pre výskum vzdelávanie svojich zamestnancov, získavanie informácií apod. V tejto súvislosti je

kooperácia ako spojenie malých a stredných podnikov, prostredníctvom klastra, možnosťou na zvýšenie ich konkurencieschopnosti.

Podľa Portera (Porter, 1990) možno klaster chápať ako geografické sústredenie vzájomne prepojených firiem, špecializovaných dodávateľov, poskytovateľov služieb, firiem v príbuzných odvetviach a pridružených inštitúcií ako sú univerzity, agentúry a obchodné združenia, ktoré súťažia ale zároveň konkurujú. Zároveň vyslovuje predpoklad, že vzájomne prepojené odvetvia sústredené geograficky na vymedzenom území sú hnacou silou národného, regionálneho a miestneho rozvoja.

Sieťovanie alebo kooperácia môže mať podobu formálnej alebo neformálnej výmeny informácií a poznatkov prostredníctvom osobných stretnutí členov klastra, spoločného portálu, novín, informačného centra a pod. Manažment klastra môže sprostredkovať výmenu informácií medzi členmi klastra ale aj s ďalšími prvkami mikroprostredia (dodávatelia, odberatelia, vzdelávacie a výskumné inštitúcie a pod.).

V oblasti ľudských zdrojov môže mať spolupráca podobu zvyšovania kvalifikácie zamestnancov prostredníctvom usporadúvania spoločných seminárov, konferencií, vzdelávacích kurzov ale tiež spoločných vzdelávacích centier. Financovanie takýchto aktivít môže byť z vlastných zdrojov alebo na financovanie môžu byť využité prostriedky z projektov a pod.

Inovácie udržiavajú životaschopnosť a prosperitu spoločností na trhu a výskum a vývoj je predpokladom budúceho rozvoja, preto je nemenej významnou oblasťou spolupráce aj spoločný výskum a inovácie. Podpora inovačných procesov sa zameriava na nové produkty a služby alebo zdokonaľovanie už existujúcich produktov a služieb. Spolupráca podnikov v klastri môže mať podobu spoločných informácií a nápadov, spoločných výskumných projektov a pod. Podniky môžu spoločne budovať výskumnú infraštruktúru alebo spolupracovať s výskumnými inštitúciami (výskumné ústavy, vysoké školy a pod.), ktoré disponujú potrebným materiálovým a technickým vybavením, ako aj potrebným ľudským kapitálom. Často sú z toho dôvodu aj prevádzkovateľmi inkubátorov a vedeckotechnických parkov. Spolupráca s klastrami je z toho dôvodu aj významným prínosom pre vysoké školy a výskumné inštitúcie, pretože prostredníctvom klastrov sa výsledky výskumu dokážu realizovať v praxi.

Oblasť marketingu a obchodu ponúka množstvo príležitostí pre realizovanie spoločných aktivít, napríklad: spoločný nákup (možnosť výraznejšieho tlaku na kvalitu dodávok a ich cenu), spoločná výroba (perspektíva uspokojenia vyššieho počtu zákazníkov alebo možnosť vyššej špecializácie prostredníctvom spojenia podnikov z rôznych článkov hodnotového reťazca čo v konečnom dôsledku umožňuje aj menším podnikom aby sa špecializovali a konkurovali tak väčším, vertikálne prepojeným podnikom), účinnejšia logistika (spoločné náklady na marketingové prieskumy trendov na trhoch, spoločná účasť na výstavách a veľtrhoch, napr. spoločný katalóg výrobkov a služieb, možnosť využitia spoločného loga, obchodnej značky, reklamy a pod.

Financovanie investičných zámerov má pre rozvoj regiónov, a samotných klastrov, výrazný vplyv. Spojené financovanie a môže byť významným zdrojom zníženia celkových nákladov. Prístup k financiám môže byť pre klaster jednoduchšie ako pre samotné podniky. Malé a stredné podniky môžu mať prínos s prítomnosťou veľkých spoločností v klastri, napríklad pri ručení za úvery pri financovaní spoločných investícií, zdroje môžu byť lacnejšie.

Ďalšou významnou oblasťou, ktorá môže byť užitočná pre rozvoj klastrov a jeho členov je lobovanie, ktorého cieľom môže byť zlepšenie legislatívy, dotačnej politiky a pod. Môžu byť tiež podnetom pre vládu alebo regionálne samosprávy v oblasti investícií do osobitnej infraštruktúry, pričom vďaka nákladovej efektívnosti, ktorú môže klaster dosiahnuť, sú ďalšie investície oveľa jednoduchšie zdôvodniteľné.

Pre celkový rozvoj klastra môžu byť významné ďalšie podporné aktivity, ktoré môže vedenie klastra svojim členom ponúkať, napríklad zabezpečovať efektívnu spoluprácu napríklad pri príprave a riadení projektov, zabezpečenie daňového, účtovného či legislatívneho poradenstva, bankových služieb a pod.

Medzi hlavné prínosy klastrov považujú autori publikácie „Klastrovanie, predpoklad úspechu (MH SR, 2012):

- dosahovanie úspor a zníženie nákladov (možnosť dosiahnuť kritické množstvo, vzrast výroby a odbytu)

- zníženie obmedzení a zvýšenie špecializácie (špecializácia menších firiem a prístup k medzinárodným sieťam)
- zvýšenie konkurencieschopnosti
- zvýšenie rýchlosti prenosu informácií a zavádzania progresívnych technológií (vplyvom blízkosti firiem, silných väzieb)
- zvýšenie moci a vplyvu menších firiem
- umožnenie efektívneho prepojenia a partnerstva (spolupráca, veda a výskum, siete, dôvera)
- tvorba prostredia vhodného pre inovácie a tvorbu znalostí.

Tab. 1 Klasifikácia klastrov

koncept	Definícia a odlišnosti
Regionálny klaster	Koncentrácia vzájomne spolupracujúcich firiem v rámci rovnakých alebo príbuzných odvetví v malej geografickej oblasti.
Regionálna inovačná sieť	Viac organizovaná spolupráca (dohoda) medzi firmami, povzbudzovaná dôverou, štandardami a konvenciami, ktorá aktívne povzbudzuje inovačné aktivity firiem.
Regionálny inovačný systém	Spolupráca taktiež medzi firmami a rôznymi organizáciami za účelom rozvoja znalostí, inovácií a ich rozlišovania.

Zdroj Európska komisia, 2002

Na zriadení klastra sa teda môžu podieľať rôzne záujmové skupiny, napr.: zástupcovia samotných participujúcich firiem, zástupcovia vzdelávacích a výskumných inštitúcií, zástupcovia vládnych alebo regionálnych inštitúcií, zástupcovia finančného sektora (investori, finančné inštitúcie ...) a ďalší.

Firmy môžu nachádzať „spoločnú reč“ v rôznych oblastiach. Medzi najčastejšie určite patrí marketing a spoločná obchodná politika, výskum a inovácie, ľudské zdroje, prípadne lobovanie.

Klastrovanie má pre podniky v nich združené niekoľko výhod, ku ktorým patrí predovšetkým znižovanie ich podnikového obmedzenia, ktoré vyplýva z ich veľkostí. Klaster zároveň pomáha pri zvyšovaní špecializácie, podnecuje vlády k investíciám do odvetvia a regiónu súčasne. Z toho prirodzene vyplýva taký pozitívny efekt ako je rozvoj regiónov. „Klaster podporuje ekonomickú a sociálnu stabilitu regiónu. V regióne klaster, na základe spoločných cieľov členov klastra, zabezpečí nielen trvalo udržateľný a strategický rozvoj odvetvia ale zachovávajú sa aj spoločenské hodnoty a zvýši sa životná úroveň obyvateľstva (Belešová, 2009).

Medzi základné charakteristiky klastrov patria (Andersson, 2004):

1. Geografické koncentrácie (podniky majú spoločný región, ktorý ich spája)
2. Špecializácia alebo spoločný menovateľ (klastre sa sústreďujú na istú špecializovanú aktivitu alebo proces, ktorý je ich spoločným menovateľom)
3. Účastníci klastra (okrem podnikov sem patria aj výskumné ústavy a univerzity, inštitúcie verejnej správy, podniky z finančného sektora a pod.)
4. Dynamika a väzby klastra (hospodárska súťaž podporuje konkurenciu a zároveň je dôležitá spolupráca v rámci prepojených podnikov)
5. Kritické množstvo (potreba kritického množstva spolupracujúcich subjektov na dosiahnutie vnútornej dynamiky klastra)
6. Životný cyklus klastra (klaster je dlhodobo sa vyvíjajúci regionálny subjekt)
7. Inovácie (podniky v klasteri sa musia prispôbovať rýchle sa meniacim technologickým, obchodným a organizačným zmenám).

3 Klastre a klastrové iniciatívy na Slovensku

Pre zvýšenie konkurencieschopnosti regiónov mnoho krajín podporuje existenciu klastrov a klastrových iniciatív. Klastre, ako súčasť ekonomiky regiónu alebo krajiny, zvyšujú zamestnanosť, dynamizujú inovácie, technologický rozvoj, tok informácií, priťahujú investorov, vedú k efektívnejšiemu využívaniu vnútorných zdrojov regiónu, zlepšujú schopnosť vytvárať strategické partnerstvá. „Klastre sú siete vzájomne nezávislých

firiem, inštitúcií produkujúcich znalosti, premost'ujúcich inštitúcií a zákazníkov prepojených do výrobného reťazca, ktorý vytvára pridanú hodnotu. Koncepcia klastrov zahŕňa aj iné ako podnikateľské subjekty ako napríklad univerzity, normotvorné agentúry, výskumné tímy, či obchodné asociácie, ktoré poskytujú špecializované školenia, vzdelávanie, informácie, výskum a technickú podporu.

V rámci cieľa dosiahnutia svetovej úrovne klastrov v rámci Európskej únie Európska únia vo svojej inovačnej stratégii odporúča aby klastre boli otvorené, flexibilné a atraktívne pre najnadanejších ľudí a odborníkov z celého sveta. Úsilie na úrovni regiónov, členských štátov a EÚ by malo prispievať k vytváraniu užších a účinnejších prepojení medzi klastrami ako aj medzi poprednými výskumnými ústavmi v Európe a za jej hranicami. Zároveň sa klastrové organizácie vyzývajú, aby zdokonaľovali svoje podporné služby a lepšie začleňovali inovačné MSP do klastrov.

Tab. 2 Regionálne členenie Slovenska

Kraj	Počet okresov	Počet obcí
Bratislavský	8	89
Trnavský	7	251
Trenčiansky	9	276
Nitriansky	7	354
Žilinský	11	315
Banskobystrický	13	516
Prešovský	13	665
Košický	11	461
spolu	79	2927

Zdroj SR sumárne údaje, www.sodbtn.sk/obce/index_kraje.php, 11.4.2016

Napriek tomu, že z regionálneho pohľadu možno Slovensko vnímať ako krajinu s 8 regiónmi v rámci ktorých je perspektíva tvorby 79 klastrov (zjednodušene v rámci členenia na okresy a obce) Slovensku je v súčasnosti aktívnych len niekoľko klastrov, ktoré možno zaradiť do dvoch oblastí podľa predmetu ich pôsobenia, ide predovšetkým o oblasť vedy a techniky a oblasť cestovného ruchu.

Automobilový klaster západné Slovensko bol založený TTSK, mestom Trnava a Materiálovotechnologickou fakultou STU v Trnave v decembri 2007.

Elektrotechnický klaster západné Slovensko vytvoril TTSK v marci 2008 spolu s mestom Galanta. Jeho hlavným podporovateľom je firma SAMSUNG Electronics Slovakia.

Klaster cestovného ruchu západné Slovensko založil TTSK v decembri 2008 spolu s mestom Galanta.

Združenie cestovného ruchu Klaster Liptov z apríla 2008 je iniciatívou siedmich subjektov: miest Liptovský Mikuláš, Liptovský Hrádok, Ružomberok, Jasná Nízke Tatry, Aquaparku Tatralandia, Thermalparku Bešeňová a Skiparku Ružomberok.

Klaster Orava, taktiež zameraný na rozvoj cestovného ruchu, vznikol v marci 2009 v okresoch Dolný Kubín, Tvrdošín a Námestovo, pričom ho založilo deväť subjektov, medzi ktorými sú aquapark, lyžiarske strediská, hotely a penzióny a obec Zuberec.

Klaster Turiec vznikol v júli 2009 pričom zakladateľmi sa stali mestá Martin a Vrútky, cestovná agentúra Fatra Ski a lyžiarske strediská Snowland vo Valčianskej doline, Jasenská dolina a Winterpark Martinky.

Klaster Smolenice je iniciatívou z novembra 2009. Jeho členom by mali byť podnikatelia z obce pracujúci v oblasti cestovného ruchu, reklamné a informačné agentúry, obec Smolenice a VÚC Trnava.

Za Klastrom Tatry z decembra 2009 stoja najväčší poskytovatelia služieb v oblasti cestovného ruchu vo Vysokých Tatrách (1. Tatranská, Tatranské lanové dráhy ale tiež Aquacity Poprad a mestá Vysoké Tatry, Poprad, Svit a obec Štrba).

Záver

Význam a opodstatnenosť podpory a malých a stredných podnikov sa zdôrazňuje čoraz častejšie v nariadeniach, ustanoveniach a vyhláseniach zástupcov EÚ i jednotlivých členských štátov. Čoraz viac si totiž uvedomujú, že veľké, predovšetkým nadnárodné spoločnosti nie sú tým hlavným akceleračným faktorom ekonomiky. Ich veľkosť, hierarchia a nastavenie ich predurčuje pôsobiť v najefektívnejších podmienkach keďže pre ne nie je problém presunúť svoje závody a prevádzky tam kde je to momentálne najvýhodnejšie. Kooperácia sa ako osobitný pojem začala používať približne v 80. rokoch dvadsiateho storočia. Do tejto doby bol termín kooperácia spájaný predovšetkým s rôznymi spôsobmi neformálnej spolupráce jednotlivých podnikateľských subjektov. Pojem sa používal bez jasnejšieho obsahového vymedzenia. Kooperácia sa aj v súčasnosti v mnohých prípadoch považuje za synonymum slova spolupráca prípadne partnerstva. Jedným z najtypickejších predstaviteľov kooperačného podnikania v rámci regiónu sú klastre. Ich jedinečnosť vychádza zo spojenia podnikov a verejného sektora zastúpeného miestnou či regionálnou samosprávou, pričom klaster získava na svojej hodnote v prípade, že v ňom zapojená aj výskumná inštitúcia, napríklad univerzita. V rámci takéhoto spojenia vzniká dokonalý súlad vzdelávania a praxe, výskumu a aplikácie čo má v konečnom dôsledku pozitívny dopad na rozvoj samotného regiónu.

Literatúra

- [1] AGENTÚRA CZECHINVEST, 2007: Průvodce klastrem. <http://www.czechinvest.org/data/files/pruvodce-klastrem-63.pdf>
- [2] ANDERSSON, T. et coll. 2004. The Cluster Policies Whitebook. Malmö: IKED, 2004, ISBN 91-85281-03-4.
- [3] BELEŠOVÁ, S. 2009: Klastre cestovného ruchu ako faktor regionálneho rozvoja. In: Geografické informácie 13. Bratislava: ŠEVT, a.s. Bratislava, 2009. ISSN 1337-9453. ISBN 978-80-8094-637-1
- [4] DAHL, S. Michael – PEDERSEN, Ø. R. Christian – DALUM Bent: Entry by Spinoff in a High-tech Cluster Danisch Research Unit for Industrial Dynamics, Working Paper <http://www3.druid.dk/wp/20030011.pdf>
- [5] International Labour Organization – Sustainable Enterprise Programme (Micro, Small and Medium Sized Enterprises and the Global Economic Crisis – Impact and Policy Responses), Paul Vandenberg 2009, ISBN 978-92-2-122-408-2, Switzerland.
- [6] PORTER, M. E.: Competitive Advantage of Nations, New York: The Free Press 1990.
- [7] Klastrovanie, predpoklad úspechu, Ministerstvo hospodárstva a výstavby SR, 2012.
- [8] SMOLKOVÁ, E.-BOROVSKÝ, J. 2005: Strategické partnerstvá pre malé a stredné podniky, Bratislava, Eurounion, 2005, s. 343, ISBN 80-88984-84-X
- [9] STRÁŽOVSKÁ, Ľ. 2004. *Malé a stredné podnikanie a rodinné podnikanie: osobitosti marketingu*. Bratislava: CRANIUM, s.r.o., 2004 s. 310. ISBN 80-9684443-7-7.
- [10] THEODOULIDES, L.: Prístupy k tvorbe podnikateľských sietí v municipalite do 10 000 obyvateľov (Autoreferát dizertačnej práce), Ekonomická fakulta UMB. Banská Bystrica 2009
- [11] WRONA, T., SCHELL, H.: Globalisierungsbetroffenheit von Unternehmen und die Potenziale der Kooperation, In: Zentes, J. Swoboda, B., Morschett, D.: Kooperationen, Allianzen und Netzwerke, 2. Auflage, Verlag Gabler, Wiesbaden 2005, s. 51, ISBN 3-409-21985-4
- [12] www.oecd.org, 5.3.2017
- [13] www.sodbtn.sk/obce/index_kraje.php, 11.3.2017

Ing. Denisa Gajdová, PhD., Ústav ekonómie a manažmentu, Katedra malého a stredného podnikania, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: denisa.gajdova@vsemvs.sk

Ing. Michal Levický, PhD., Ústav ekonomiky a manažmentu, Fakulta prírodných vied, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Tr. A. Hlinku 1, 949 74 Nitra, e-mail: mlevicky@ukf.sk

Spoločenská zodpovednosť podnikov a jej vnímanie vo vybranom malom podniku na Slovensku

Pavol GRMAN - Petronela TARINOVÁ - Silvia LENČEŠOVÁ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS IMPRESSION IN SELECTED SMALL BUSINESS IN SLOVAKIA

Abstract

The article deals with the theoretical and practical concept of "Corporate Social Responsibility and its Perception in a Selected Small Business in Slovakia". The subject focuses on corporate social responsibility (CSR) and the application of characteristics in small organizations. Attention was paid to the characteristics of CSR development in Slovakia and characteristics of the CSR in small organizations. The aim of the first part of the article was to describe the theoretical aspects of the CSR and corporate social responsibility elements. The aim of the practical part is to analyse the attitude of people to environmental protection, as well as to analyse the current state of human activity in environmental protection and to describe the activities of the small company Lyra chocolate. Based on our comprehensive research, we have identified the company's attitudes towards protecting the environment and assessing environmental policy and activities in Lyra chocolate.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Small Organizations, Small Business Development

JEL Klasifikácia: M13,M140

Úvod

Článok na tému: " Spoločenská zodpovednosť podnikov a jej vnímanie vo vybranom malom podniku na Slovensku.", sa zaoberá tak ako teoretickým tak aj praktickým hľadiskom danej problematiky a predmet sa zameriava na spoločensky zodpovedné podnikanie (SZP) a uplatňovanie charakteristík v malých organizáciách. Počas štúdia danej témy sme sa venovali prácam slovenských a zahraničných vedcov na výskumné témy o SZP a jej funkciám v malých organizáciách. Hlavným cieľom bolo pochopenie teoretických aspektov SZP, vzťahu medzi jednotlivými prvkami spoločenskej zodpovednosti a taktiež analýza vzťahu spoločnosti k životnému prostrediu a jeho ochrane. V spoločenskej zodpovednosti podnikov je ochrana životného prostredia jednou z kľúčových faktorov koncepcie triple bottom line a v spoločnosti je vnímaná ako veľmi dôležitá. Cieľom praktickej časti práce je preskúmať postoj ľudí k ochrane životného prostredia, ako aj analýza aktivity spoločnosti k pozitívnemu prispievaniu k ochrane životného prostredia. Na základe vykonaného komplexného výskumu, boli zistené určité výsledky, ktoré nám pomôžu určiť, respektíve upraviť činnosť a tým zlepšiť činnosť organizácie na trhu.

1 Spoločenská zodpovednosť podnikov

Definícia koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov, obsah, aspekt a chápanie sociálnej zodpovednosti podnikov sa vyvinula v polovici 20. storočia. Prvá definícia spoločenskej zodpovednosti podnikov je založená na riadiacej šablóne. Howard R. Bowen je považovaný za prvého teoretika spoločensky zodpovedného podnikania, ktorý v roku 1953 napísal knihu "Sociálna zodpovednosť podnikateľa". V tejto knihe sa uvádza, že spoločenská zodpovednosť podnikov predstavuje záväzok podnikateľov usilovať sa o konkrétnu stratégiu na prijatie vhodných rozhodnutí alebo realizáciu konkrétnych činností, ktoré sú žiaduce z hľadiska cieľov a štandardov spoločnosti (W Bussard a kol., 2005). Napriek množstvu prezentovaných definícií väčšina z nich zodpovedá skutočnosti, že vnímajú organizáciu ako neoddeliteľnú súčasť spoločnosti. Toto zaradenie zdôrazňuje, že organizácia nefunguje izolovane od vonkajšieho sveta (Kunz, 2012). Prax ukazuje, že najefektívnejšou formou ochrany dobrej prestíže a riadenia rizika spojeného s jej poškodením je aktívne zohľadniť záujmy strán, ktoré ovplyvňujú podnikanie

subjektov - to znamená, že ide o spoločensky zodpovednú organizáciu. Implementácia konceptu SZP je náročnou súčasťou firemnej stratégie stredného a malého podnikania. (Ubrežiová - Horská, 2011). Medzi najuznávanejšie definície spoločenskej zodpovednosti podnikov môžeme zaradiť nasledujúce tri, ktoré sa uvádzajú vo väčšine literatúry.

- V "zelenej knihe" Európskej únie je spoločenská zodpovednosť podnikov definovaná ako dobrovoľná integrácia sociálnych a environmentálnych aspektov do každodenných aktivít a interakcie s podnikovými "zainteresovanými stranami"

- Spoločenská zodpovednosť podnikov je neustály záväzok podnikania eticky sa správať, podporovať hospodársky rast a zároveň sa usilovať o zlepšenie kvality života pracovníkov a ich rodín, ako aj miestneho spoločenstva a spoločnosti. Táto charakteristika je uvedená na stránke Svetovej obchodnej rady pre trvalo udržateľný rozvoj.

- Podnikanie pre sociálnu zodpovednosť definuje SZP ako spôsob podnikania, ktorý presahuje etické, právne, obchodné a sociálne očakávania. (Pavlík a spoluautor., 2010)

Organizácia musí byť spoločensky zodpovedná za zamestnancov, zákazníkov, dodávateľov a životné prostredie. Je potrebné zmeniť orientáciu z krátkodobých cieľov na dlhodobé ciele od maximálneho zisku až po optimálny zisk. Spoločensky zodpovedné podniky sa snažia správať spôsobom, ktorý podporuje trvalo udržateľný rozvoj a celkové zlepšenie stavu spoločnosti. Spoločenská zodpovednosť podnikania sa prakticky prejavuje integráciou pozitívnych postojov, postupov alebo programov s obchodnou stratégiou subjektu na úrovni jeho vrcholového vedenia. (Čierna, 2008).

V ekonomickej oblasti monitoruje podnikanie a proces zlepšovania zodpovednej časti, čo môže podporiť rozvoj ekonomického prostredia a minimalizovať možné negatívne účinky činností spoločností vo svojej oblasti. Môžeme napríklad zahrnúť kódex obchodnej etiky, vzťahy s akcionármi, spotrebiteľov, dodávateľov, reklamu a ochranu duševného vlastníctva. V sociálnej sfére sa zodpovednosť podnikania prejavuje monitorovaním a minimalizáciou negatívneho vplyvu podnikov na sociálny systém, v ktorom pracujú. Ako príklad môžeme spomenúť zdravie a bezpečnosť zamestnancov, rovnováhu medzi pracovným a osobným životom zamestnancov, pravidiel lobovania, boj proti korupcii alebo zlepšenie kvality života. V oblasti ochrany životného prostredia sa zodpovednosť podnikania prejavuje monitorovaním a znižovaním negatívneho vplyvu organizácie na životné prostredie. (Bousard a kol., 2005).

Výhody implementácie koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov v organizáciách možno rozdeliť na morálne a majetkové. Morálne výhody nie sú založené na finančnom zisku, ale v dlhodobom horizonte. Môžu mať pozitívny vplyv na riadenie a finančné zdroje organizácie. Mravné výhody obohacujú organizáciu len v zriedkavých prípadoch, ale to neznamená, že nie sú dôležité. Medzi takéto výhody možno zaradiť zvýšenie hodnoty značky, zlepšenie povesti, zachovanie prírodných zdrojov, rozvoj ľudského kapitálu, budovanie vzťahov s dodávateľmi a zákazníkmi. Medzi ekonomické prínosy patrí väčší prístup ku kapitálu prostredníctvom sociálne zodpovedných investícií, zníženie nákladov z hľadiska dobrých environmentálnych postupov, zvýšenie produktivity zamestnancov zvýšením ich spokojnosti a kvalifikácie. V tabuľke 1 sú zhrnuté misie, ciele a stratégie, ktoré môžu spoločnosti aplikovať na sociálne zodpovedné podnikanie. V súčasnosti môže byť SZP aplikovaná nielen na veľké organizácie, ale je použiteľná aj pre stredné a malé podniky s malým príspevkom, snaží sa prispieť k ochrane životného prostredia a pomáha spoločnosti s tými, ktorí to najviac potrebujú. Základom pre rozširovanie zodpovednosti organizácie je, že zákazníci sa stávajú citlivejšími na iné činnosti spoločnosti, nie na predaj. Ovplyvňovanie prísnej globálnej konkurencie, zodpovednosť spoločnosti sa stáva jednou z konkurenčných výhod pre organizáciu. Podnikanie prináša koncept, keď spoločnosť dobrovoľne preberá zodpovednosť za blaho a rozvoj modernej spoločnosti a jej zamestnancov. Zároveň však očakáva pokračujúcu konkurencieschopnosť a ziskovosť a tieto dva ciele nie sú navzájom v rozpore.

Preto v súčasnom svete je pre spoločnosť dôležité vyriešiť nielen otázku hospodárskeho rastu, ale aj to, ako podporiť tento rast a užitočne ho presunúť na celú spoločnosť. Už to nie je len pragmatický pohľad na ukazovatele ziskovosti. Spoločnosti navyše začínajú plniť základné ciele a sústrediť sa systematickejšie na vykonávanie podnikateľských aktivít, ktoré majú pozitívny vplyv na ich zamestnancov, na životné prostredie, širšie prostredie podnikania, spoločnosť, sociálne nechránené vrstvy populácie. Je tiež potrebné zohľadniť

sociálne a environmentálne dôsledky podniku. A tieto tri oblasti - hospodárske, sociálne a environmentálne - sa zaoberajú otázkami teórie spoločenskej zodpovednosti podnikov, známymi ako teória tripple bottom line.

Tab. 1 Misie, ciele a stratégia

Skupina	Misia	Ciele	Biznis stratégia
Zákazníci	Poskytovať služby zákazníkom s vysokou kvalitou	Poskytovanie kvalitných služieb a zlepšený kontakt so zákazníkmi	Poskytovať služby flexibilne a rýchlo, aby sme preverili spokojnosť zákazníkov
Zamestnanci	Zapojiť zamestnancov do osobného a profesionálneho rastu s cieľom rozvinúť ich profesionálny potenciál	Vytvorenie podmienok pre osobný a kariérny rast zamestnancov	motivovať zamestnancov prostredníctvom odmeňovania
Komunita	Služiť miestnej komunite	Zlepšenie kvality života obyvateľstva, zlepšenie kvality zdravotne postihnutých osôb	Uprednostniť recyklované materiály, ochotu prispieť na projekty
Investori	Poskytnúť očakávanú návratnosť investícií	Vytváranie a rozvoj firemnej kultúry	Podieľať sa na strategickom riadení spoločnosti

Zdroj <http://spu.fem.uniag.sk/mvd2016/proceedings/sk/articles/laurova.pdf>

Definície, ktoré charakterizujú spoločenskú zodpovednosť podnikov, sú založené na spoločných etických princípoch. Medzi hlavné zásady patrí: - zásada nestrannosti, - zásada interakcie, - zásada aktívnej spolupráce so zainteresovanými stranami, - zásada transparentnosti, - ostatné zásady. (Čierna H., 2008)

V súčasnosti je na trhu mnoho malých podnikov, ktoré si uvedomujú, že konkurencia na trhu je veľká a má konkurenčnú výhodu oproti ostatným organizáciám v jednom z kľúčových faktorov úspechu. Na zlepšenie aktivít organizácie by sa mali snažiť nájsť rôzne spôsoby a metódy alebo implementovať niektoré prístupy, ktoré predvídajú vývoj spoločnosti s cieľom zlepšiť imidž trhu. Jedným z týchto pojmov je spoločenská zodpovednosť podnikov, ktorá sa používa väčšinou len vo veľkých spoločnostiach.

2 Metodika

Na základe hlavného cieľa článku sme zvolili vybranú metodiku práce, ktorá je v súlade so všetkými štandardmi platnými pre spracovanie. Rozhodli sme sa využiť naše skúsenosti zo študijných rokov v zahraničí. Článok bol spracovaný v dvoch hlavných častiach:

- Teoretická časť je tvorená domácou, zahraničnou literatúrou a internetovými zdrojmi, kde popisujeme koncepcie spoločenskej zodpovednosti podnikov a ich jednotlivých zložiek
- Praktická časť pozostáva z analýzy malej spoločnosti Lyra, kde sme ju opísali a poukázali na ich spoločenskú zodpovednosť. Potom sme vyhodnotili dotazník a interpretovali výsledky pomocou grafického zobrazenia a predpokladu.

Pri príprave článku sme použili nasledujúce metódy:

- spôsob výberu pri výbere literatúry a internetových zdrojov pri spracovaní teoretickej časti,
- metóda analýzy pri hodnotení názorov autora na túto tému,
- matematicko-štatistická metóda vyjadruje percento celkových individuálnych odpovedí na dotazník,
- spôsob grafického zobrazenia obsahuje obrázky, ktoré boli použité v teoretickej časti, ale aj v praktickej časti, ktorá slúžila na vyhodnotenie a porovnanie údajov z dotazníka,
- metóda odpočtu vo formulácii návrhov a odporúčaní na využívanie spoločenskej zodpovednosti podnikov ako dobrého nástroja v spoločnosti

2.1 Dotazníkový prieskum

Spravili sme dotazníkový prieskum, na ktorom sa zúčastnilo viac ako 317 respondentov na Slovensku. Obsahom dotazníka je 16 otázok so 6 klasifikáciami a on-line. Otázky sú zamerané na oblasť ekológie a ochrany životného prostredia v kontexte ekologického marketingu a jeho vplyvu na správanie spotrebiteľov. Otázky boli vyhodnotené pomocou grafického zobrazenia pomocou programu Microsoft Excel. Na stanovenie a testovanie predpokladov sme použili výsledky z dotazníka, pre ktoré sme pomocou štatistického a analytického softvéru použili nasledujúce testy.

Chi-štvorcový test - obsahuje neparametrický test, pomocou analýzy marketingu vyhladá závislosť dvoch nezávislých vzorových súborov rozdelených do inej kategórie.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k \frac{(E_{ij} - T_{ij})^2}{T_{ij}}$$

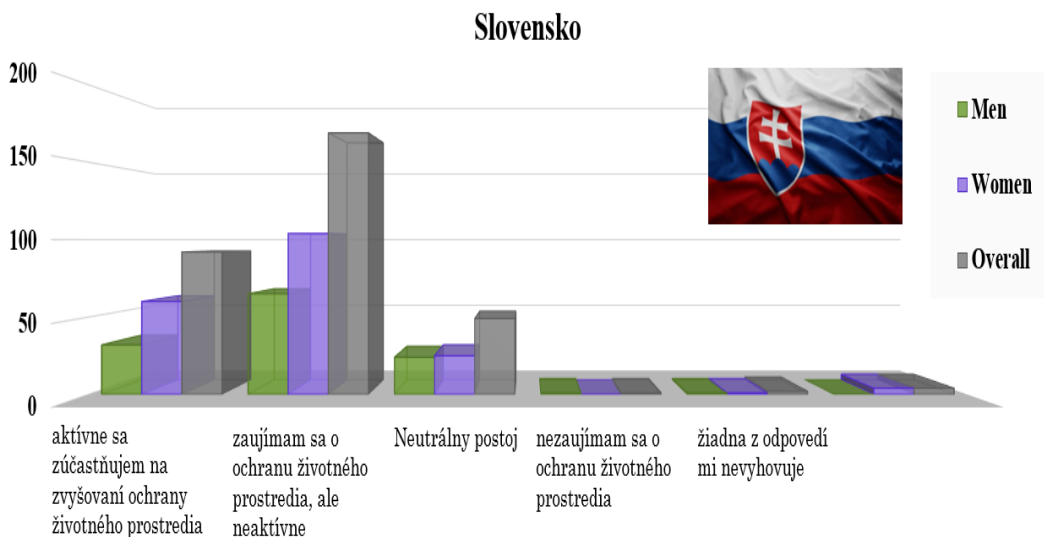
Kde:

- k - číslo kategórie prvých znakov,
- m - číslo kategórie druhého znaku,
- E_{ij} - empirické číslo v riadku i-line a j-stĺpci
- T_{ij} - teoretické číslo v i-tej línii a j-stĺpci.

3 Výsledky dotazníka

V prvej otázke dotazníkového prieskumu bolo naším cieľom určiť, aký prístup majú vybraní respondenti k ochrane životného prostredia. Spotrebiteľia si môžu vybrať z piatich možností: aktívne sa podieľajú na ochrane životného prostredia, starajú sa o ochranu životného prostredia, neutrálny postoj, nesúhlasia s pohybom na ochranu životného prostredia, nemajú záujem o ochranu životného prostredia a posledná možná odpoveď nebola žiadna z týchto otázok.

Obr.1 Aký je váš postoj k ochrane životného prostredia?

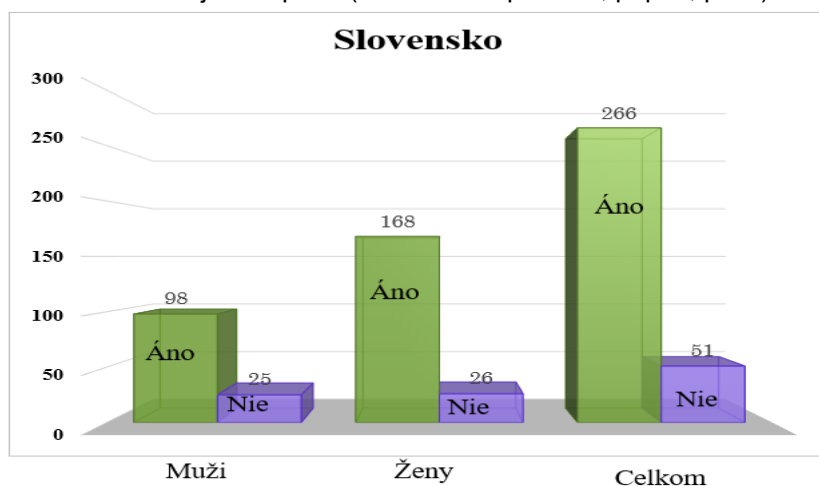


Zdroj vlastné spracovanie

Obrázok 1 ukazuje, že Slováci majú pozitívny vzťah k ochrane životného prostredia. Od všetkých opýtaných ľudí sa 32 z nich aktívne podieľa na ochrane životného prostredia. 65 mužov odpovedalo, že sa starajú o životné prostredie ale nie aktívne. Neutrálny postoj bol odpoveďou pre 24 mužov. Len jeden respondent odpovedal, že nesúhlasí s týmto smerovaním za ochranu životného prostredia a jeden odpovedal, že o to nemá záujem. Dostali sme odpoveď od takmer 60 žien, ktoré sa aktívne podieľajú na ochrane životného prostredia. 104 žien odpovedalo, že sa starajú o životné prostredie, ale nie aktívne.

Takmer rovnaký počet ako odpovedí v kategórii mužov sme dostali od 25 žien pri odpovedi o neutrálnom postoji. Iba jedna žena uviedla, že nemá záujem a štyri ženy si nevybrali žiadnu z týchto odpovedí. Vidíme, že takmer všetci na Slovensku, ktorých sme sa opýtali sa zaujímajú o ochranu životného prostredia. Celkový počet aktívne zúčastnených osôb na ochrane životného prostredia bol 92 a 169 ľudí sa zaujíma o ochranu životného prostredia. Len 49 osôb má neutrálny postoj a len 1 s tým nesúhlasí. Dve osoby sa nezaujímajú v tejto ochrane a 4 neodpovedali.

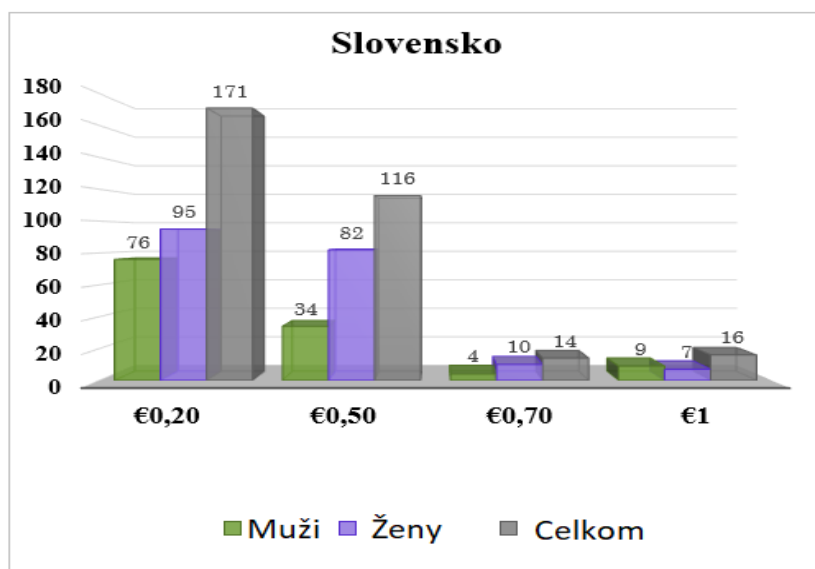
Obr. 2 Oddelujete odpad? (Samostatne pre sklo, papier, plast)?



Zdroj: vlastné spracovanie

Na obrázku č. 2 vidíme, že na Slovensku 79% mužov, 86% žien separuje odpad. Veľa slovenských mužov a žien separuje odpad a len malý počet z nich neseparuje odpad, 20% mužov a 13% žien netriedi vôbec odpad. Viac ako 83% Slovákov triedi odpad.

Obr. 3 Koľko ste ochotní zaplatiť za ekologické balenie?



Zdroj: vlastné spracovanie

Na obrázku 3 vidíme, koľko sú ľudia ochotní zaplatiť za ekologické balenie. Väčšina mužov je ochotná zaplatiť 0,20 €, takmer 62%, je počet ochotných mužov priplatiť 0,50 €. Len 3% by zaplatili 0,70 € a 7% mužov povedalo, že sú ochotní zaplatiť 1 €. Reakcie žien boli zaujímavé, pretože 49%, takmer polovica z nich by zaplatila 0,20 € a 42% je ochotných zaplatiť dodatočne 0,50 €. Len 5% by zaplatilo 0,70 € a 4% opýtaných žien by zaplatilo 1 €. Celkový počet odpovedí na Slovensku je 54% ľudí ochotných zaplatiť 0,20 € a 37% zaplatí 0,50 €. 4% ľudí by zaplatilo ďalších 0,70 € a 5% z nich je ochotných zaplatiť 1 €.

Okrem všeobecného posúdenia sme chceli z tejto otázky zistiť, či existuje závislosť medzi úrovňou platov respondentov a ochotou platiť viac za ekologický balík. Použili sme kvadratický kontingenčný test chi-square, v ktorom sme formulovali nasledujúce hypotézy:

H0: Neexistuje závislosť medzi úrovňou príjmu a ochotou ľudí zaplatiť za ekologické balenie.

H1: Existuje závislosť medzi úrovňou príjmu a ochotou ľudí platiť za ekologické balenie.

Na Slovensku sme zistili, že: $\chi^2 = 11.195 < \chi_{\text{tab}} = 16.919$.

Vypočítaná hodnota je nižšia ako kritická hodnota v tabuľke, preto akceptujeme nulovú hypotézu (H0) a odmietame alternatívnu hypotézu (H1).

3.1 Spoločnosť Lyra chocolate

LYRA CHOCOLATE s. r. o. je malá a rastúca spoločnosť na Slovensku. Spoločnosť zamestnáva viac ako 20 zamestnancov. Organizácia, ktorá sa zaoberá výrobou čokolády z vysoko kvalitných surovín. Majú veľa skúseností s pestovaním kakaových plantáží v celkovom výrobnom procese a ich starostlivá voľba balenia sa odráža v zložitosti hotového výrobku. Spoločnosť neustále prichádza s novými a jedinečnými nápadmi a snaží sa dokázať niečo v tých oblastiach, ktoré sú pre ostatných nemožné, pretože "má zmysel robiť nemožné". Cieľom je, aby zákazníci dostávali výrobky čo najčerstvejšie. Najviac sa to darí prostredníctvom malých obchodov. Cieľom nie je byť obrovskou organizáciou ale vyvinúť nový produkt s najkvalitnejšími surovinami, ktorý zákazníkov nesklame.

Hlavné princípy spoločnosti Lyra chocolate:

- Kvalita a transparentnosť výroby výrobkov tak, aby zákazníci presne vedeli, od čoho sú vyrobené a skladajú sa z najmenších prísad.
- Životné prostredie - výrobky sú zabalené v prírodných obaloch, takže všetky suroviny sú tak prírodné, ako môžu byť. Niektoré výrobky majú certifikát ORGANIC a všetky zložky sú prirodzené, zdravé a používajú najmenšie zdroje, ktoré môžu spôsobiť alergie.
- Spoločenská zodpovednosť - spoločnosť sa zamýšľa nad všetkým v reťazovej výrobe svojich výrobkov. Aktívne spolupracuje s farmármi a ich rodinami.

Zodpovedný podnik:

- V spoločnosti LYRA Chocolate pracujú všetci zamestnanci so ohľadom na životné prostredie. Zákony týkajúce sa ochrany životného prostredia a dodržiavania predpisov sú nevyhnutnosťou. Na ochranu životného prostredia využívajú energeticky účinné technológie šetrné k životnému prostrediu. Ušetrí energiu a likvidácia odpadu je zabezpečená ekologickým spôsobom.
- Činnosť spoločnosti je založená aj na vzdelávacej činnosti, ktorá zahŕňa návštevy stredných škôl, základných škôl a materských škôl. Spolupráca umožňuje študentom a deťom pozrieť sa do sveta čokolády a jej produkcie. Týmto spôsobom zdieľajú svoje skúsenosti a súčasne sa učia. Organizovanie podujatí pre verejnosť umožňuje ľuďom vidieť celý proces výroby čokolády.
- Sociálna solidarita a podpora sa prejavuje najmä vo forme príspevkov organizáciám na pomoc ľuďom s mentálnym postihnutím. Spoločnosť sa snaží zabezpečiť všetko pod strechou. Avšak myšlienka podpory miestnych ľudí v Kolumbii nadšila spoločnosť tak, že nielen berú kakao, ale aj kakaovú pastu alebo maslo. Týmto spôsobom podporujú miestnych poľnohospodárov a poskytujú im nové pracovné príležitosti. ([Wwww.lyrachocolate.com](http://www.lyrachocolate.com))

4 Záver

Hlavným cieľom článku je vychádzať z naučených teoretických poznatkov, zhodnotiť implementáciu koncepcie SZP v spojení s jeho environmentálnou časťou a priniesť nový pohľad na obchodnú prax. Zvýšiť konkurencieschopnosť malých podnikov prostredníctvom výskumu trhov identifikovať a posúdiť vnímanie činností SZP spotrebiteľom a súčasne zhodnotiť postoj spotrebiteľov k nákupu ekologických výrobkov.

Na dosiahnutie hlavného cieľa bolo potrebné vytvoriť a implementovať niektoré čiastkové ciele, ktoré nám môžu pomôcť porozumieť otázkam sociálnej zodpovednosti podnikov, identifikovať znaky, pomocou ktorých je možné uplatňovať stratégie v oblasti spoločenskej zodpovednosti podnikov. Prieskum spotrebiteľov na Slovensku, aby sme videli, čo môžeme vyvodiť z možných vyhliadok a rozvoja SZP v malých podnikoch, konkrétne v malých podnikoch Lyra.

V metodológii nášho článku sme rozdelili prácu na dve hlavné časti, teoretickú a praktickú časť. Opisujeme, aké metódy sme použili v našom výskume a čo konkrétne sme s nimi chceli zistiť.

Naša praktická časť sa skladá z hodnotenia malého podniku na Slovensku, konkrétne spoločnosti Lyra chocolate, kde ho opisujeme a upozorňujeme na všetku ich podnikovú spoločenskú zodpovednosť. Potom sme vyhodnotili dotazník a interpretovali výsledky pomocou grafického zobrazenia a predpokladu.

Z našich výskumov zistili zaujímavé fakty, že mnohí ľudia na Slovensku súhlasia s ochranou životného prostredia, sú ochotní triediť a separovať odpad a dokonca si aj priplatiť, síce nie veľkú sumu peňazí, ale viacerí pokojne zaplatia navyše 0,20€. Z týchto dôvodov môžeme odporúčať malým organizáciám, aby venovali väčšiu pozornosť podnikaniu, ktoré je ekologickejšie. Mali by sa začať starať o životné prostredie, pretože spoločnosť vyžaduje takéto správanie. Naše výsledky môžu pomôcť zabezpečiť pokračovanie v stratégii vývoja nášho výrobku, rozvoju ekologického balenia čokolády firmy Lyra chocolate. Majú dobrú úroveň environmentálnej politiky v organizácii. Organizácia by mala dodržiavať svoje pravidlá tak na národnej, ako aj na medzinárodnej úrovni. Ekologické obaly sú malou, ale významnou súčasťou ochrany životného prostredia a skutočne udržiava spoločnosť v očiach spoločnosti na vysokej úrovni.

Tieto príklady by mohli slúžiť ako odporúčania pre spoločnosť Lyra chocolate, ale aj pre ostatné malé podniky na Slovensku. Spoločenskú zodpovednosť podnikov svet vníma čoraz viac a to najmä vďaka ochrane životného prostredia. Nie je to len o spoločenskej zodpovednosti podnikov, ale aj o ľuďoch, o každej osobe v spoločnosti.

Literatúra

- [1] BUSSARD, A. and the team. 2005. A socially responsible business. Bratislava: Nadácia Integra, 2005. 112 c.
- [2] ČIERNA, H. 2008. Spoločensky zodpovedné podnikanie a model výnimočnosti. Banská Bystrica: OZ Ekonomia, 2008. 104 s. ISBN 978-80-8083-585-9.
- [3] KUNZ, V. 2012. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0.
- [4] Ubrežiová, I. – Pogradová, Z. – Hambáľková, M. – Lenšesová, L. – Horská, E. – Čapla, M. – Kapsdorferová, Z. – Savov, R. – Šajbidorová, M. – Sedliaková, I. – Svitačová, E. 2011, Konkurencieschopnosť agropotravinárskych podnikov SR na európskom trhu potravín. Nitra: SPU, 2011, 130 s., ISBN 978-80-552-0637-0.
- [5] PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. a kolektív. 2010. Společenská odpovědnost organizace. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. 176 s. ISBN 978-80-247-3157-5.
- [6] Internet source: (www.lyrachocolate.com)

Ing. Pavol Grman, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: pavol.steven.grman@gmail.com

Ing. Petronela Tarinová, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: xtarinova@uniag.sk

Ing. Silvia Lenčesová, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: lencesova.silvia@gmail.com

Formy zamestnania v sektore malých a stredných podnikov na Slovensku

Enikő KORCSMÁROS

Forms of employment in Slovakian SME sector

Abstract

Market conditions of the 21st century caused the introduction of new forms of employment. The forms of employment can be characterized by distinct mark in terms of typical 8-hour employment, which is typical of the past. The basic aim of the research is to map the forms of employment realized by SMEs in Slovakia especially the so-called atypical forms of employment. The data collection of primary research was realised by completed questionnaire on sample of 320 SMEs in Slovakia in year 2017. To analyse the data we used basic and specific statistic indicators. Based on the analysis we come up with conclusions and suggestions.

Keywords: SMEs, employment forms, atypical employment

JEL Classification: J 21, M 59

Úvod

Malé a stredné podniky zohrávajú mimoriadne významnú úlohu v hospodárskom, ale aj spoločenskom živote aj kvôli tomu, že početne sa podieľajú na importe a exporte a tým zabezpečujú značnú časť HDP. Na základe údajov od Slovak Business Agency (2016/12) viac ako 70% zamestnaných ľudí je zamestnancom v sektore malých a stredných podnikov.

Podnikom je nutné prispôbovať sa k rýchlo sa meniacim trhovým podmienkam a charakteristikám aj čo sa týka prehodnotením foriem zamestnania. Znamená to zavedenie nových foriem zamestnania, napr. v dnešnej dobe sa čoraz viac uprednostňujú práce, resp. pracovné miesta formou home office, alebo aj práce na tzv. čiastkový pracovný pomer. Tieto formy zamestnania, ktoré boli ešte do nedávna menej známe oproti typickým formám zamestnanosti, sa nazývajú aj ako atypické formy zamestnania.

Cieľom príspevku je zmapovanie foriem zamestnania v sektore malých a stredných podnikov na Slovensku formou primárnych údajov, ktoré boli získané štandardným dopytovaním na výskumnej vzorke 320 malých a stredných podnikov na Slovensku.

1 Teoretické pozadie skúmanej problematiky

Mnohí domáci a zahraniční autori sa zaoberajú so skúmaním jednotlivých foriem zamestnanosti. Kazuya (2005/8) vo svojej práci vyzdvihuje fakt, že nie je jednoduché jednoznačne a zrozumiteľne definovať typické alebo atypické formy zamestnania, nakoľko zamestnanecké formy, ktoré sa v dnešnej dobe považujú za zvyčajné (typické) sa pred niekoľkými desaťročiami považovali za atypické. Technologické a infraštruktúrne zmeny posledných desaťročí v súlade s organizačnými činnosťami v oblasti ľudských zdrojov si vyžadujú také riešenia, ktoré čo najviac korešpondujú s flexibilitou. (Makó, Cs. – Simonyi, Á., 2003/10) Hanzelová a kol. (2005/5) podotýka, že v odbornej literatúre nie je možné nájsť jednoznačnú definíciu toho, čo je možné považovať za atypické formy zamestnania. Vychádzajúc zo zmien posledných rokov, ktoré sa uskutočnili na trhu práce môžeme považovať za atypické zamestnanecké formy tie, pre ktoré nie je charakteristické denne 8 hodinová práca vykonávaná na pracovisku so zamestnaneckou zmluvou na dobu neurčitú (Bylok, 2016/1).

Jednotlivé alternatíva atypických foriem zamestnanosti môžu poskytovať nové možnosti aj domácim mikro, malým, resp. stredným podnikom, napr. z pohľadu zníženia odvodových nákladov, nakoľko oproti špecificky stanovenej pracovnej zmluvy a striktné chránených sociálnych práv, popri hore uvedených

odvodov v sebe skrývajú mnoho výhod aj čo sa týka riadenia ľudských zdrojov, ale aj manažérskych techník. Táto zamestnanecká alternatíva môže znamenať pre zamestnávateľov jednu možnosť v dosiahnutí a udržaní efektívnosti a konkurencieschopnosti podniku. (Korcsmáros, E. - Majdúchová, H., 2016/8)

Medzi atypické formy zamestnania na základe zistení od Hársa (2012/7) môžeme zaradiť nasledovné:

- a) zamestnanci na čiastočný pracovný úväzok;
- b) zamestnanci na dočasný pracovný pomer (zmluva na dobu určitú, sezónni pracovníci, príležitostní pracovníci, atď.);
- c) prenájom pracovnej sily;
- d) práca z doma (home office), resp. práca na diaľku;
- e) pružná pracovná doba;
- f) samo zamestnávateľ.

Rýchlo sa meniace požiadavky spotrebiteľov a snaha o vytvorenie lacnejšej a flexibilnejšej zamestnaneckej politiky napomáhajú pri čoraz rýchlejšom rozširovaní atypických foriem zamestnanosti. Okrem toho lepšia adaptácia na rôzne životné cykly, lepšie zosúladenie pracovného a súkromného života taktiež v značnej miere podporuje šírenie takých foriem zamestnania, ktoré sa od tzv. typických foriem líšia.

Spomedzi atypických foriem zamestnania je najviac známe – v závislosti od hospodárskeho odvetvia aj najviac používané – zamestnanie na tzv. čiastočný úväzok. Pri práci na čiastočný pracovný úväzok je stanovený denný pracovný čas oproti stanovenému dennému pracovnému času kratší, spravidla trvá 4 až 6 hodín. Podľa Freya (2007/4) v dnešnej dobe uprednostňujú prácu na čiastočný pracovný úväzok najmä preto, lebo v porovnaní s ustanoveným pracovným časom, táto forma zamestnania rýchlejšie a vo väčšej miere prispeje k zvyšovaniu mieru zamestnanosti. Cieľové skupiny pre zamestnanie na čiastočný pracovný úväzok môžu byť rôzne. Táto atypická forma zamestnania prispeje tým, ktorý sú na rodičovskej, alebo materskej dovolenke, sú rodičmi malých detí, zaopatrujú člena rodiny, alebo stoja tesne pred odchodom na dôchodok. Zamestnávateľ a zamestnanec môžu uzavrieť zmluvy na skrátenie celkovej týždennej pracovnej doby alebo na predĺženie kratšieho pracovného času na celé týždenné pracovné hodiny. Zamestnancom na čiastočný pracovný úväzok prislúcha úmerne znížená zmluvná mzda.

Aby atypické formy zamestnania mohli úspešne a efektívne fungovať v podniku vyžaduje sa vzájomná dôvera medzi zamestnancom a zamestnávateľom. Túto dôveru, ale aj úroveň kultúry dôvery označuje Finna (2007/2) ja kľúčový, čiže pilier dlhodobej spolupráce. Pri absencii spolupráce ako kľúčového faktora môže nastať že spoločnosť nebude vedieť fungovať bezproblémovo z hľadiska konkurencieschopnosti, ziskovosti a efektívnosti. (Takácsné György, K. – Benedek, A., 2016/11)

Vychádzajúc z hospodárskeho nátlaku môže dôjsť k odstúpeniu od starých zvykov a k poznaniu dlhodobých ekonomických prínosov, ktoré prispievajú k vybudovaniu, resp. skvalitneniu konkurencieschopnosti podniku. (Laczkó, Zs., 2007/9) Poznatky z trhu práce naznačujú k tomu, že zamestnanci ale aj zamestnávatelia sú ochotní podstúpiť mobilite a flexibilitu. Flexibilita sa považuje za dlhodobý nástroj, prostredníctvom čoho je možné dosiahnuť sociálno-ekonomické skvalitnenie, avšak pracovná sila dnešnej doby sa vyznačuje individuálnymi zručnosťami.

Tab. 2 Výhody a nevýhody atypického zamestnania pre zamestnávateľa

Výhody atypického zamestnania	Nevýhody atypického zamestnania
Efektívne využitie pracovnej sily	Oslabenie priamej kontroly zo strany vedenia
Menej práceneschopnosti a nároku a dovolenku	Oslabenie tímového ducha
Väčšia konkurencieschopnosť	Zvyšovanie nákladov na odbornú prípravu
Maximálne využitie pracovnej sily a kvalifikácie	Možnosť zvyšovania interných komunikačných nákladov

Zdroj FREY, 2000/3

Atypické formy zamestnania v sebe skrývajú popri výhodám aj niekoľko nevýhod, z ktorých Frey (2000/3) vo svojej práci vyzdvihol tie najpodstatnejšie zhrnuté v Tab. 1. Frey (2000/3) vychádzajúc

z výsledkov svojho výskumu dospel k záveru, že zamestnanecké formy, ktoré sa považujú za regulárne čoraz viac strácajú na svojej popularite a svoje miesto si vymenia s atypickými, iregulárnymi a flexibilnými formami zamestnania. Okrem toho je dôležité si poznamenať, že táto transformácia nie je spôsobená vonkajšími obmedzeniami, ale skôr naopak, vedenie podnikov využíva atypické formy zamestnania predovšetkým z dôvodu udržania konkurencieschopnosti. Ich rozhodnutie spočíva z časti v tom, že si uvedomujú, že ide o konkurenčnú príležitosť, ktorú je potrebné nielen zohľadniť, ale aj naň stavať pri otázkach, ako sú napr. zvýšenie počtu zamestnancov, zníženie nezamestnanosti alebo manažovanie výkyvov dopytu zákazníkov.

2 Cieľ, metódy a metodika výskumu

Základným cieľom výskumu bolo zmapovanie foriem zamestnanosti v sektore malých a stredných podnikov na Slovensku s osobitným zreteľom na vyzdvihnutie použitých foriem zamestnanosti v rapídne sa meniacom spoločensko-hospodárskom prostredí 21. storočia. Tiež sa analyzujú použité formy zamestnania v kontexte ich odlišnosti od tzv. typických foriem zamestnanosti.

Pre dosiahnutie stanoveného cieľa sme zvolili metódu primárneho výskumu formou dotazníkového prieskumu. Po zostavení databázy malých a stredných podnikov sme zber dát realizovali formou online rozposlania dotazníkov. Pre skúmanie definovaného problému bolo spomedzi vyplnených dotazníkov vhodný na analýzu 121 dotazníkov, čo predstavuje názory výskumnej vzorky. Primárny výskum sa uskutočnil v prvom polroku 2017.

Zostavený dotazník obsahoval 21 otázok, ktoré je možné členiť do nasledujúcich skupín:

- a) Otázky vzťahujúce sa na základné charakteristiky výskumnej vzorky;
- b) Výskyt jednotlivých foriem zamestnanosti v skúmaných podnikoch, resp. miera znalostí v súvislosti s jednotlivými formami zamestnania;
- c) Atypické formy zamestnania a znalosti s tým súvislé;
- d) Plány do budúcnosti v súvislosti so zamestnaneckými formami.

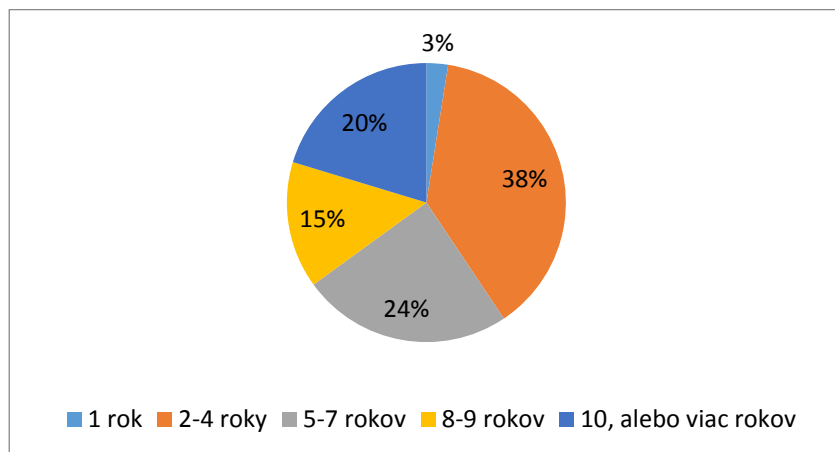
Dáta získané primárnym výskumom boli v počiatočnej fáze analýzy hodnotené pomocou deskriptívnych štatistických ukazovateľov, použité boli kontingenčné tabule.

Analýza získaných dát smerovala k verifikácii predpokladu: Atypické formy zamestnania sú čoraz obľúbenejšie u podnikoch, mladšie podniky využívajú relatívne vo väčšej miere zamestnanecké formy odlišné od tzv. typických foriem.

3 Výsledky výskumu

Pri verifikácii prvého predpokladu sa spomedzi deskriptívnych štatistických metód sme použili opis skúmanej vzorky s cieľom zistenia rozdelenia skúmaných podnikov podľa ich veku. Na základe analýzy údajov sme zistili, že 42% skúmaných podnikov z celkovej výskumnej vzorky je starších ako 5 rokov. Vzhľadom na to, že pre novovznikajúce podniky na rozbeh, vybudovanie mena, budovanie vzťahov je potrebné veľa času, podniky z našej výskumnej vzorky, ktoré fungujú 5 až 10 rokov považujeme za relatívne stabilné. Táto skupina predstavuje 24% skúmanej vzorky (viď. Graf 1).

Graf 1 Skúmané podniky podľa rokov pôsobenia



Zdroj vlastné spracovanie na základe primárneho výskumu

Pomocou kontingenčnej tabuľky sme ďalej analyzovali rozloženie skúmanej vzorky so zreteľom na ubehnuté roky od založenia spoločnosti a to, v akej miere je pre podnik charakteristický použitie atypických foriem zamestnanosti. Pre podskupinu podnikov, ktoré sme považovali za mimoriadne mlade, t.j. od založenia ubehlo iba 1 rok, sa 75% respondentov vyjadrilo, že hoci pre podnik nie je typické, ale používajú aj zamestnanecké formy, ktoré sa od tzv. typických foriem zamestnania líšia. Pritom pre 25% podnikov tejto podskupiny je jednoznačne charakteristické použitie atypických foriem zamestnanosti. Samotný tento fakt je možné považovať za chválitebný, avšak by sme nemali zabudnúť, že sa jedná o skupinu veľmi mladých podnikov, ktoré ešte majú pred sebou množstvo práce čo sa týka vybudovania stabilnej pozície a mena na trhu v konkurenčnom prostredí. Pri začínajúcich podnikoch by sa nemalo zabúdať na fakt, že prípadné použitie zamestnaneckých foriem, ktoré sa od typických foriem zamestnania líšia (napr. čiastočný pracovný úväzok, atď.) je odôvodnené skôr z ekonomického pohľadu pre efektívne využitie finančných prostriedkov, nakoľko atypické formy zamestnania predstavujú pre podnik nižšie náklady.

Spomedzi podnikov, ktoré boli založené pred 2 až 4 rokmi 61,48% používa zamestnanecké formy odlišné od tzv. typických, avšak tento fakt nie je možné považovať za definitívne charakteristické. Za lepší výsledok sa považuje, že pre 30,28% podnikov tejto vekovej kategórie je skôr typické, a pre 2,46% skupiny podnikov je jednoznačne typické používanie atypických foriem zamestnanosti. Na základe názorov respondentov založených pred 5 až 7 rokov je možné skonštatovať, že väčšina respondentov síce používa atypické formy zamestnania, avšak pre danú podskupinu našej výskumnej vzorky to nie je typické (56,41%). Aj u podnikoch založených pred 8 až 9 rokmi je možné badať znaky atypických foriem zamestnanosti (42,55%), avšak ani pri tejto podskupine to nie je možné považovať za typické. Čo je však jednoznačne neprehliadnuteľné u tejto skupine respondentov to je fakt, že – oproti respondentov inej vekovej kategórie skúmaných podnikov – miera respondentov, ktorí sa jednoznačne vyjadrili, že pre nich nie je charakteristické použitie zamestnaneckých foriem odlišných od typických foriem zamestnanosti. Z hore uvedených vyplýva, že skúmanie výskumnej vzorky pomocou kontingenčnej tabuľky nie je postačujúce pre verifikáciu definovaného predpokladu, preto sme museli analyzovať, či je medzi premennými signifikantná súvislosť, a ak áno, tak ako a v akej miere súvisia.

Pre vyjadrenie súvislosti medzi dvomi premennými sme zvolili metódu Pearsonovho Chí-kvadrát testu závislosti. Hodnota ukazovateľa je 57,348, čo pri nami stanovenej miere signifikancie 0,05 zaostáva, t.j. môžeme našu hypotézu H_0 poprieť, čiže medzi týmito dvoma premennými neexistuje žiadna súvislosť. Ako je všeobecne známe, miera pravdepodobnosti (Likelihood Ratio) je podobný ukazovateľ s Chí-kvadrátom, ich hodnota sa rovná pri veľkých vzorkách. Nakoľko miera pravdepodobnosti udáva oproti 5%-nej miere signifikancie nižšiu hodnotu, sme sa dopracovali k záveru, že medzi skúmanými dvoma premennými existuje významný vzťah. Ukazovateľ lineárneho vzťahu (Linear-by-Linear) v tomto prípade nie je možné použiť nakoľko ten je možné použiť pri skúmaní vzťahu medzi intervalovými a pomerovými stupnicami, avšak v našom prípade ide o analýzu dvoch nominálnych stupníc (viď. Tab.2).

Tab. 3 Chí-kvadrát test závislosti

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	57,348 ^a	16	,000
Likelihood Ratio	52,823	16	,000
Linear-by-Linear Association	,353	1	,552
N of Valid Cases	320		

a. 13 cells (52,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

Zdroj vlastné spracovanie na základe primárneho výskumu

Na základe analýzy ukazovateľov lambda, Goodman-Kruskal tau a koeficientu neistoty sme dospeli k názoru, že identifikácia lambdy zlepšuje o 6,6% (0,066) odhad o použití atypických foriem zamestnanosti v skúmanom podniku so zreteľom na znalosť pôsobenia podniku na trhu. Pri použití Goodman-Kruskal tau sa odhad zlepšuje o 4,1% (0,041). Vychádzajúc z týchto zistení je možné skonštatovať, že vek podniku nemožno považovať za dobrý ukazovateľ čo sa týka predikcie šírenia atypických foriem zamestnania v rámci podniku. Toto zistenie naznačuje, že náš predpoklad o tom, že mladšie podniky budú pomerne vo väčšej miere využívať zamestnanecké formy, ktoré sa líšia od typických, bol vyvrátený. Považujeme za dôležité poznamenať, že vyvrátenie nášho predpokladu so sebou prináša rad nových otázok týkajúcich sa veku spoločnosti a atypických foriem zamestnanosti v rámci podniku, nakoľko tento problém môže byť dôležitý z pohľadu sociálnych noriem firemnej kultúry, organizačnej štruktúry, ale aj z právneho hľadiska.

Organizačná štruktúra podnikov umožňuje vytvorenie rôznych pracovných pozícií. Na základe domácej a zahraničnej odbornej literatúry je možné skonštatovať, že pracovníkov na rôznych pozíciách skúmaného podniku je možné členiť na zamestnancov vykonávajúcich operatívnu prácu, na zamestnancov v nižšieho, stredného a vrcholového manažmentu. Členenie zamestnancov napomáha aj tomu, aby bolo možné podrobnejšie sa vyjadriť k tomu, pre ktorú skupinu je používanie atypických foriem zamestnanosti charakteristické vo väčšej miere. Na základe vyjadrení respondentov je najmenej charakteristické (23%) použitie atypických foriem zamestnanosti v kruhu pracovníkov na nižších úrovniach riadenia. Na takmer tretinu zamestnancov, ktorí vykonávajú operatívnu činnosť, forma zamestnania, ktorá sa líši od typického zamestnania na 8 hodín, pričom najviac charakteristické sú atypické formy zamestnania pre stredný a vrcholový manažment. V prípade, že podnik využije niektorú z atypických foriem zamestnania pri vykonávaní operatívnych činností, tak s vykonaním danej práce poverí študentov (24%) a dôchodcov (13%).

Na základe vyjadrení respondentov je možné skonštatovať, že najväčšia výhoda v použití atypických foriem zamestnanosti z pohľadu zamestnanca spočíva v lepšom zosúladení pracovného a súkromného života. Aj táto skutočnosť potvrdzuje naše predchádzajúce vyhlásenie, že spoločnosti v 21. storočí kladú veľký dôraz na zmenené spoločenské a sociologické prostredie a v dôsledku toho aj na potreby svojich zamestnancov, pre ktorých je dôležité nie len pracovať, ale aj žiť kvalitný súkromný život. Jednotlivé výhody použitia atypických zamestnaneckých foriem pre podniky sú znázornené v Tab. 3.

Tab. 4 Výhody použitia atypických foriem zamestnanosti pre podniky

Poradie	Výhody atypických foriem zamestnanosti pre podniky
1.	Lepšie zosúladenie pracovného a súkromného života
2.	Efektívne využitie pracovnej sily
3.	Lepšie využitie pracovnej sily súlade s výrobnými požiadavkami
4.	Úspory nákladov
5.	Zvyšovanie konkurencieschopnosti

Zdroj vlastné spracovanie na základe primárneho výskumu

Z výsledkov primárneho výskumu ďalej vyplýva, že spomedzi atypických foriem zamestnanosti je najčastejšie použité zamestnanie na čiastočný pracovný úväzok, v rámci ktorej priemerný zamestnanec (78%) zvyčajne pracuje 20-30 hodín týždenne.

Pokiaľ ide o veľkosť skúmaných podnikov, atypické formy zamestnania sú charakteristické skôr na mikro podniky formou čiastočného pracovného úväzku. Spomenutý fakt nie je prekvapujúci najmä z toho hľadiska, že ide o skupinu podnikov, ktoré zamestnávajú menej zamestnancov často aj to so sezónnym charakterom alebo s cieľom vyhnúť sa prepúšťaniu zamestnanca. Napriek tomu bolo prekvapujúce, že práca na čiastočný pracovný úväzok bola viac známa než iné formy atypického zamestnania, ktoré by mohli byť využívané v praxi. Tu by sme chceli zdôrazniť ako jeden z možných problémov, že respondenti mnohokrát nepoznali charakteristiky, výhody, nevýhody, alebo právne zázemie jednotlivých možných foriem atypickej zamestnanosti.

Záver

V rýchlo sa meniacom sociálno-ekonomickom prostredí 21. storočia je v dôsledku neustále sa meniacej potreby spotrebiteľov trhu jasne odôvodnené skúmať zavádzanie a rozširovanie tzv. atypických foriem zamestnania. Podniky prítomné na konkurenčnom trhu dnešnej doby uznávajú síce túto skutočnosť, avšak relatívne v malej miere uplatňujú atypické formy zamestnania, z čoho väčšina predstavuje zamestnania na čiastočný pracovný úväzok. Tento problém je potrebné odstrániť čo najskôr. Návrhy sformulované na základe nášho primárneho výskumu môžeme zhrnúť nasledovne:

- a) Aktívna podpora zo strany ÚPSVaR – úrad už aj v súčasnosti poskytuje podporu už fungujúcim, resp. začínajúcim podnikom. Navrhujeme doplniť a aktualizovať podporné programy najmä pre začínajúce podniky s charakteristikami atypických foriem zamestnanosti, ich výhodami, lebo začínajúci podnikatelia by mali venovať osobitnú pozornosť stále sa meniacim potrebám svojich potenciálnych zákazníkov a na súčasne nákladovo efektívnu politiku zamestnanosti.
- b) Aktívna podpora zo strany miestnych, resp. regionálnych a iných organizácií – dnešná doba sa vyznačuje šírením rôznych organizácií, spoločností a zoskupení zameraných na posilnenie hospodárskeho a podnikateľského života. Tieto organizácie by mali na svojich odborných podujatiach, konferenciách a fórach diskutovať o atypických formách zamestnania a pritom zdôrazniť ich výhody.

Literatúra

- [1] BYLOK, F.: Factors Determining Development of Social Capital in Small and Medium-sized Enterprises. In: *Acta Oeconomica Universitatis Selye*, 2016, roč.5, č.2, ISSN 1338-6581, p.42-55
- [2] FINNA, H. *A funkcionális munkaerőpiaci rugalmasság alkalmazásának nemzetközi tapasztalatai*. II. Pannon Gazdaságtudományi Konferencia, 2007, Pannon Egyetem, Veszprém
- [3] FREY, M. A munkaidőrendszerek rugalmassá válása. *Közgazdasági Szemle*, XLVII. évf., 2000 pp. 1008-1026
- [4] FREY, M. *Aktív munkaerőpiaci eszközök működésének értékelése 2001-2006 között és változásai 2007-ben*. In: *Munkaerőpiaci tükrök 2007.*, MTA, Budapest.
- [5] HANZELOVÁ, E. – KOSTOLNÁ, Z. – REICHOVÁ, D. Atypické formy zamestnanosti na Slovensku: minulosť a súčasnosť. Bratislava.vyd. Stredisko pre štúdium práce a rodiny 3/2005. (cit.2017-06.19). Dostupné na internete: <http://www.ceit.sk/IVPR/images/IVPR/bulletin/Bulletin-03-2005.pdf>
- [6] HÁRS, Á. *Az atipikus foglalkoztatási formák jellemzői és trendjei a kilencvenes és a kétezres években*. TÁMOP – 2.3.2-09/1, Műhelytanulmány T/13, 2012
- [7] KAZUYA, O. *International Comparison of Atypical Employment: Differing Concepts and Realities in Industrialized Countries*. *Japan Labor Review*, 2005, roč. 2., vol. 2., p. 5-29. (cit. 2017-06-20). Dostupné na internete: <http://www.jil.go.jp/english/JLR/documents/2005/JLR06.pdf>
- [8] Korcsmáros, E. - Majdúchová, H. *Tvorba partnerských väzieb malých a stredných podnikov*

s regionálnymi inštitúciami. Brno: Tribun EU, 116 p., ISBN 978-80-263-1053-2

- [9] LACZKÓ, ZS. *Mi minden segíti, ill. gátolja az atipikus foglalkoztatások elterjesztését?* Konferenciaelőadás, A foglalkoztatásbővítés atipikus lehetőségei uniós tapasztalatainak közreadása a hazai foglalkoztatási célú civil szervezetek számára, Szociális Innováció Alapítvány, 2007, Budapest
- [10] MAKÓ, Cs.- SIMONYI, Á. Szervezeti rugalmasság – Új termelésszervezési megoldások. In: Kőváry Gy. (ed.): *A felzárkózás esélyei*. MTA: Közgazdaságtudományi Intézet, 2003, Budapest. p. 96-116
- [11] TAKÁCSNÉ GYÖRGY, K. - BENEDEK, A. Bizalmon alapuló együttműködés vizsgálata a kis- és középvállalatok körében. In: Csiszárík-Kocsir, Á. (szerk). *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században*. VI. tanulmánykötet. Óbudai Egyetem. Keleti Károly Gazdasági Kar. 2016 Budapest. ISBN 978-615-5460-78-4
- [12] Slovak Business Agency: *Malé a stredné podnikanie v číslach v roku 2015*. Bratislava, jún 2016. [online] [cit.2017.05.26.] Dostupné na internete: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/msp_v_cislach_v_roku_2015_0.pdf

PhDr. Enikő Korcsmáros, PhD., Univerzita J.Selyeho, Ekonomická fakulta, Katedra ekonomiky, Bratislavská cesta 3322., 945 01 Komárno, e-mail: korcsmarose@uj.sk

Parametry určující měření připravenost firmy k realizaci inovačních projektů

Hana KRCHOVÁ

Measurement parameters determining the readiness of the company to implement innovative projects

Abstract

The paper shows a way it is possible to evaluate the readiness of the company to implement innovative projects. The methodology includes assessment of readiness in the following problem areas: Strategy, Marketing, Technology Process, Quality, Logistics and Human Resources. The processed methodology allows the evaluation and subsequent benchmarking to show the areas that can cause the realization of innovative projects in big trouble. Using partial indicators, it is possible to identify specific problematic nodes in relation to innovative projects.

Keywords: innovation, project, benchmarking, innovation management

JEL Classification: O31, O32

Úvod

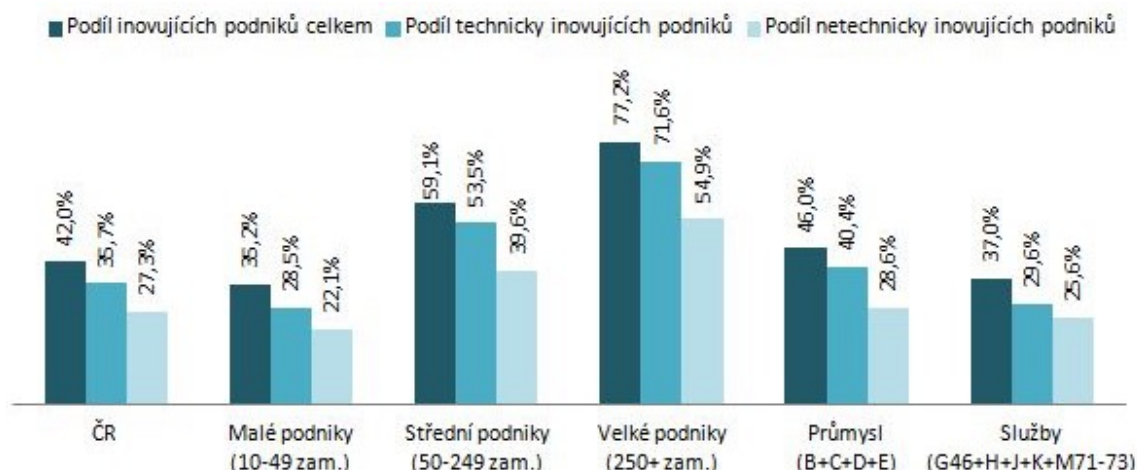
O úspěšnosti každého podniku a výsledně i celé země v globální konkurenci rozhodne ve spojení se správností, komplexností a hloubkou změn i jejich rychlost. Měnit se rychle, ale bez rozmyslu a většinou špatně, je evidentní hazardování. Chybné kroky, jejich korekce, či dokonce návraty, komplikují, prodražují a prodlužují postup vpřed. Na druhé straně přílišné opatrnictví, snaha vyprojektovat vše předem do nejmenších a nejlepších detailů, může nutné změny osudově zbrzdit či zcela znemožnit. Vždyť každý den se na různých místech světa rodí nové dílčí prvky, alespoň o něco lepší než dosavadní. Lidský pokrok je nepřetržitý.

Je neoddiskutovatelné, že současné období můžeme charakterizovat jako explozi inovací a jejich uplatňování v podnikatelské sféře. Firma, která se snaží udržet a upevnit své postavení na trhu, nevystačí s iniciativou v oblasti cenové politiky, reklamy a zdokonalování odbytových cest. Prioritní roli zde hrají inovace a to nikoli inovace náhodné, ale inovace systematické, které považují autoři příspěvku za základní a rozvojovou hybnou sílu konkurenceschopné a úspěšné firmy. Inovační projekty ve společnostech typicky zahrnují vývoj nových výrobků a nových procesů (Bresnen, Edelman, Newell, Scarbrough, & Swan, 2003), které jsou spojeny s příležitostmi pro vznik nových myšlenek a posílení inovativních schopností potenciálu firem. Takové projekty lze považovat za hnací síly inovací a změn a organizace díky nim mohou inovovat prostřednictvím projektů (Davies & Hobday, 2005, Shenhar & Dvir, 2007). Společnou proměnou všech inovačních projektů je vytvoření adekvátního prostředí, které umožňuje lidem inovace vytvářet (Winch, 2010).

Základní metodickou či analytickou příručkou k měření inovačních aktivit je v současnosti Oslo manuál (Mortensen, & Bloch, 2005). V souladu s tímto dokumentem rozlišujeme několik skupin inovací. Nejprve jsou to produktové a procesní inovace (souhrnně technické inovace), jež souvisí se zaváděním zboží nebo služeb s výrazně pozměněnými charakteristikami (produktové inovace) či volbou nových či vylepšených produkčních nebo dodavatelských postupů (procesní inovace). Dále rozlišujeme marketingové a organizační inovace (souhrnně netechnické inovace), jež na rozdíl od technických inovací plní spíše podpůrné funkce. Umožňují vytvářet nové a efektivní cesty propagace nových výrobků a služeb, případně zavádět flexibilní změny v řízení organizace a reagovat tak na nové tržní trendy a požadavky zákazníků.

Asociace inovačního podnikání a též Národní inovační strategie (Peterka, 2015) definuje inovační firmy jako: „zpravidla malé a střední firmy, jejichž hlavním předmětem podnikání je realizovat projekt nového produktu (výrobku, technologie, služby) do komerční zralosti a uvést je na trh.“ (Švajda, 2002). Zajímavé však je, že přestože se většinou uvádí, že inovační firmy jsou zpravidla malé a střední ze šetření Českého statistického úřadu vyplývá, že z hlediska velikostních tříd (podle počtu zaměstnanců) roste schopnost inovovat s velikostí subjektu – (77% u velkých ekonomických subjektů).

Obr. 1 Inovační aktivity podniků v České republice v období 2012-2014



Zdroj: ČSÚ

1 Nástin mapy připravenosti firem k zavádění inovací

Inovační proces je velmi nákladným procesem, který váže většinu firemních finančních prostředků v delším časovém horizontu. Je samozřejmé, že prioritní snahou firem je návratnost vložených prostředků v co nejkratším časovém úseku. Odborné publikace však uvádějí, že téměř 35% inovací se neseťká s úspěchem (Koren,&Palcic,2015). Příčina těchto neúspěchů spočívá převážně v počátečních chybných rozhodnutích, kterým však bylo v mnoha případech možné poměrně snadno zabránit. Za důvod neúspěchu inovačních akcí můžeme též považovat to, že firmy ne vždy splňují určující předpoklady k tomu, aby vůbec mohly inovace zavádět.

Z těchto důvodů je důležité pro každou firmu znát základní předpoklady k zavádění inovací. Jinými slovy firma by měla znát, jaký je její inovační potenciál, protože v případě, že není tento inovační potenciál dostatečný, je potřeba nejdříve se zaměřit na odstranění těchto nedostatků a až potom na samotné systematické inovace.

K vyhodnocení inovačního potenciálu zvolených firem bylo využito dotazníku a základní metodiky, které byly zpracovány na Západočeské univerzitě v Plzni katedrou inovací a projektů v rámci projektu Leonardo da Vinci Design of a model for joint university-enterprise innovation U-SME Innovation, nazvaný jako „Mapa předpokladů k zavádění inovací ve firmě“ (Vacek, 2005).

Inovační resp. rozvojový potenciál firmy, v podobě jaké byl šetřen, je pojat jako soubor faktorů hmotné i nehmotné povahy, které ovlivňují současnou i budoucí úspěšnost firmy. Inovační potenciál je koncipován jako vektor o šesti složkách (strategie, technologie, kvalita, logistika, lidské zdroje), které vymezují klíčové oblasti organizačních struktur společnosti, uvnitř každé složky je sledováno šest charakteristik, které rozvíjejí infrastrukturu složek s možností prostupu do jiných složek. Účelem takto formulovaného modelu je podchytit vymezení hlavních procesů v rámci složek.

Věcná náplň složek vychází z dosavadní praxe při provádění účelových benchmarkingů u významných českých podniků v rámci spolupráce s předními konzultačními společnostmi. Jejich struktura koresponduje i s empirickými poznatky publikovanými v zahraničních odborných monografiích.

Aplikovaná mapa předpokladů k zavádění inovací ve firmě staví na šesti ústředních komponentech, které s inovačním potenciálem úzce souvisí. Jedná se o tyto problémové okruhy:

- Strategie
- Marketing
- Technologický proces
- Kvalita

- Logistika
- Lidské zdroje

V rámci šetření byla hodnocena i míra vypovídací schopnosti této metodiky. Po zpracování výsledků je možné konstatovat, že ze 6 –ti složkového modelu nelze žádnou složku vypustit. Byla prokázána statisticky významná souvislost mezi jednotlivými proměnnými. V modelu neexistují korelační koeficienty s absolutní hodnotou 0,5 a větší a nebyla prokázána vzájemná korelace složek. Vysvětlivací hladina variability závisle proměnné je 99,5%. Výsledkem je, že daný model je možné použít na zjednodušené modely. Celkově je možné hodnotit používaný dotazník jako dotazník s vysokou vypovídací schopností.

2 Aplikace mapy připravenosti firem k prosazování inovací

V rámci výzkumu bylo provedeno šetření, do kterého zařazeny firmy z České republiky s omezením, že se musí jednat o průmyslové výrobce s preferencí Zlínského kraje. Do výběrový soubor obsahoval 190 hodnocených společností.

Tab. 5 Regionální rozmístění zkoumaného souboru

Oblast zkoumání	Počet jednotek v základním souboru	Počet dotazníků	Počet použitelných dotazníků	Rozsah výběrového šetření
Zlínský kraj	358	95	79	22,07 %
Olomoucký kraj	279	55	45	16,13 %
Jihomoravský kraj	545	45	37	6,79 %
Moravskoslezský kraj	407	35	29	7,13 %
Celkem oblasti	1589	230	190	11,96%

Zdroj vlastní zpracování

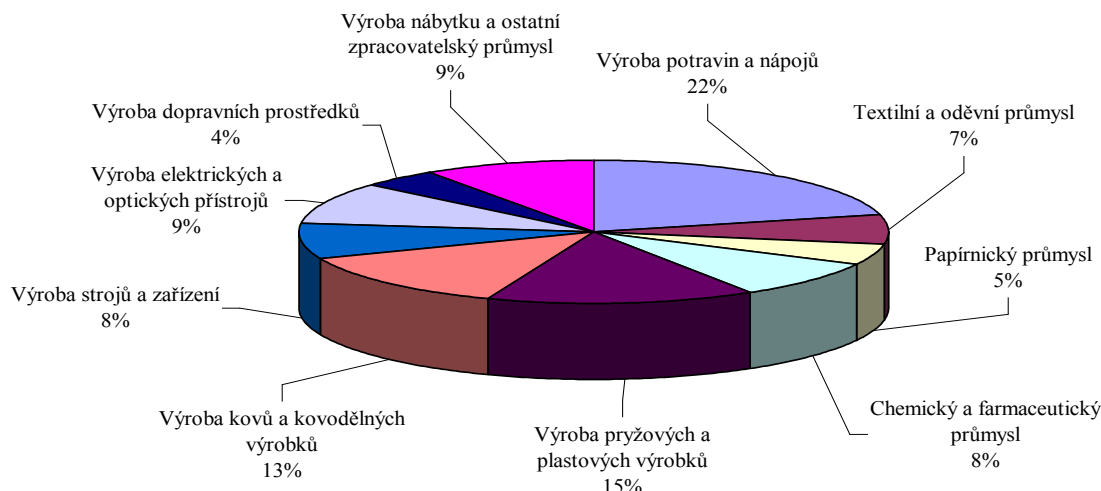
Společnosti byli následně roztrženy do třinácti výrobních odvětví. Vzhledem k tomu, že cílem bylo poskytnout ucelený pohled na jednotlivá průmyslová odvětví, bylo nutné zúžit množství odvětví na 8.

Jedná se o následující výrobní oblasti: výroba potravin a nápojů, výroba pryžových a plastových výrobků, výroba kovů a kovodělných výrobků, textilní a oděvní průmysl, výroba strojů a zařízení, výroba nábytku, výroba elektrických a optických přístrojů, výroba chemických a farmaceutických produktů.

Z provedených hodnocení jednotlivých výrobních odvětví je zřejmé, že se situace malých, středních a velkých firem odvíjí především od skutečnosti, v jakém odvětví firma působí. Je to samozřejmě způsobeno tím, že každé odvětví má odlišné podmínky na náročnost výroby, možnosti expanze a samozřejmě na legislativu, která je s jednotlivými odvětvími spojená.

Na následujícím grafu je znázorněno v jaké situaci se v současnosti nachází malé, střední a velké podniky dle jednotlivých výrobních odvětví.

Obr. 1 Rozčlenění společností dle oborové struktury



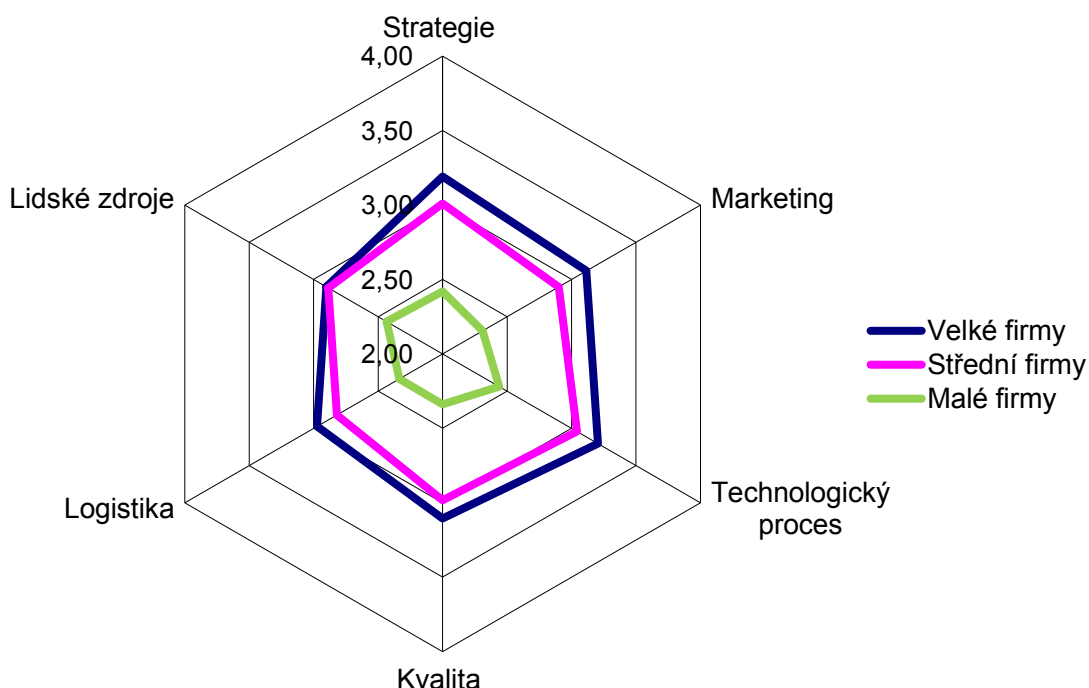
Zdroj vlastní zpracování

Nejprve se zaměříme na firmy velké. Velké firmy, které dosáhly celkově nejlepších výsledků se nacházejí v odvětví výroby potravin a nápojů. Naopak velmi překvapivě bylo zjištěno, že v textilním a oděvním průmyslu není situace velkých firem vůbec růžová. Avšak právě v tomto odvětví excelují firmy střední. Pokud se zaměříme na situaci malých firem tak můžeme konstatovat, že nejhůře připraveny na zavádění inovací jsou malé firmy, které se nacházejí v odvětví výroby elektrických a optických přístrojů, výroby kovů a kovodělných výrobků a též ve výrobě nábytku. A naopak nejlepších výsledků dosáhly malé firmy v odvětví výroby pryžových a plastových výrobků, ve výrobě strojů a zařízení a ve výrobě chemických a farmaceutických výrobků.

Po zhodnocení jednotlivých vybraných výrobních odvětví bylo druhým důležitým tříděním velikost společností (hodnoceny výsledky byly z pohledu malých, středních a velkých firem). Jak vypovídá graf 2, je zde zřejmá mírná převaha velkých firem v oblastech technologie, kvality a životního prostředí, dále pak v oblasti logistiky a marketingu. Mírně lepších výsledků dosáhly velké firmy i v oblasti strategie a plánování. Co je však překvapivé v oblasti organizace a lidských zdrojích, pak je předstihly firmy střední. Tyto firmy vykázaly v provedeném šetření překvapivých výsledků, protože ve všech ostatních oblastech se výrazně blíží firmám velkým. To nám ukazuje na jejich perspektivní rozvoj v současnosti i nejbližší budoucnosti a také to, že si střední firmy již uvědomují důležitost systematických inovací a snaží se být na tuto situaci připraveny. Na počátku hodnocení jsme totiž očekávali, že odstup středních a velkých firem bude podstatně větší. Naopak firmy, které naše očekávání potvrdily jsou firmy malé. Ty ve všech oblastech dosáhly velmi průměrných výsledků. Je to způsobeno především tím, jak naprostá většina malých firem uvádí, že mají naprostý nedostatek finančních zdrojů na jiné než běžné činnosti.

Z provedeného šetření taktéž vyplývá, že střední firmy se snaží systematicky zlepšovat svou pozici. Jak z výsledků je patrné, z velké části se jim jejich snaha daří. Je pravdou, že malé firmy mají problémy. Jejich problémy však v naprosté většině spočívají v tom, že nemají dostatek zdrojů. Jak sami uvádějí „kdybychom měli peníze, bylo by to lepší“. Bohužel však peníze všechny problémy malých firem nevyřeší. Z průzkumu vyšla najevo ještě další okolnost, že na nedostatek zdrojů „svalují“ vinu na neúspěchy v oblasti lidských zdrojů, v oblasti marketingu, v oblasti strategie a plánování atd.

Obr. 1 Hodnocení inovačního potenciálu u společností podle velikosti



Zdroj vlastní zpracování

Řekli bychom, že pravda je někde uprostřed. Ano, samozřejmě malé firmy mají nedostatek finančních zdrojů, ale bohužel často jsou díky „úsporným“ opatřením v konečném důsledku velmi neefektivní. Příkladem může být pojem a aplikace projektového řízení, o kterém ve většině malých firem „nikdy neslyšeli“.

Byla provedena shluková analýza a vícerozměrná regresní analýza. Závisle proměnnou ve vícerozměrné regresní analýze byl inovační potenciál, nezávisle proměnné dílčí složky inovačního potenciálu. Ze základního modelu vyplývá regresní model vyjádřený vztahem:

Inovační potenciál = - 0,0037 + 0,1809 x Kvalita a životní prostředí + 0,1683 x Logistika + 0,1938 x Marketing + 0,1488 x Organizace a lidské zdroje + 0,1775 x Strategie a plánování + 0,1305 x Technologie

Hraniční inovační potenciál = $2,7944 \pm 0,006528$

Pro další znázornění výsledků budou firmy s vyšším potenciálem než je hraniční inovační potenciál považovány za inovační a firmy s nižším inovačním potenciálem za neinovační. Po tomto rozdělení se ukazuje, že ve sledovaném souboru se nachází 59 firem neinovačních a 131 firem inovačních.

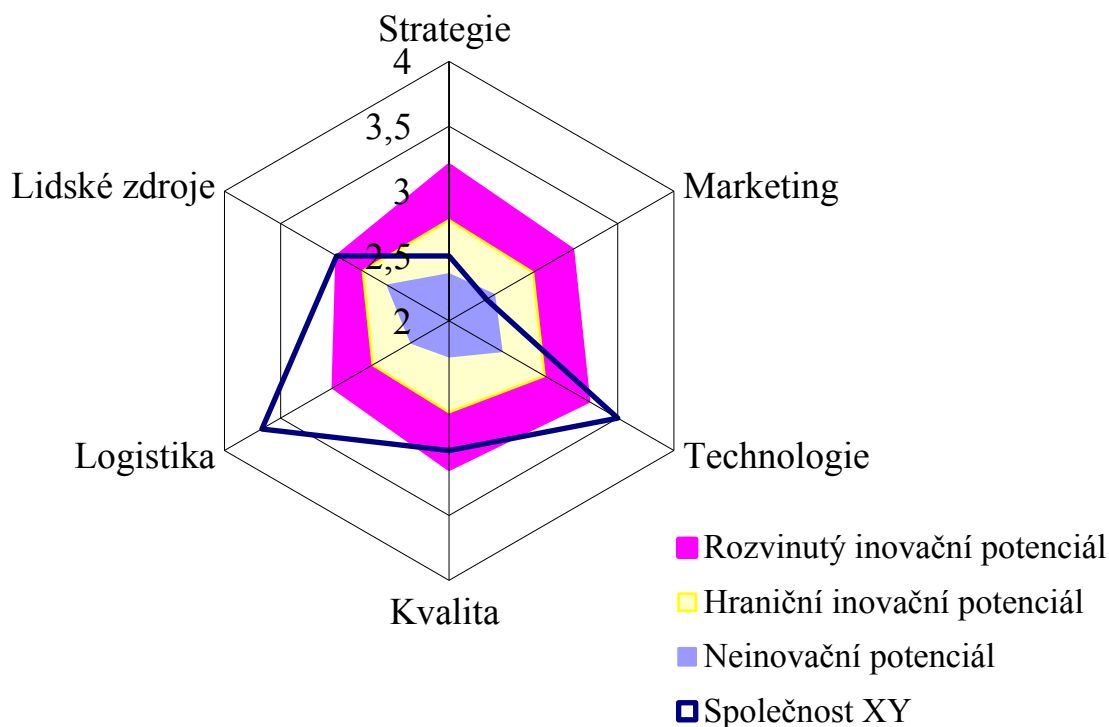
Kromě hraničního inovačního potenciálu byly stanoveny ještě dvě pomocné hodnoty. Firma, která dosáhne horšího výsledku než $IP = 2,3835 \pm 0,011487$ je považována za firmu bez inovačního potenciálu a nejen, že je považována za neinovační dle hraničního inovačního potenciálu, ale navíc její vybavenost je natolik špatná, že je třeba se vážně zamyslet nad její další existencí. Ve provedeném šetření se vyskytuje takovýchto firem 10 což činí přibližně 5 % zkoumaného souboru. Naopak hovořit o rozvinutém inovačním potenciálu je možné tehdy pokud firmy dosáhnou minimálně výsledku $IP = 3,1051 \pm 0,0102$. Firem s rozvinutým inovačním potenciálem se v provedeném šetření vyskytuje 63 firem což činí přibližně 33 % z celého souboru. Takovýto výsledek můžeme považovat za velmi pozitivní, protože se jedná o celých 48 % z počtu firem považovaných za inovační.

3 Praktická aplikace metodiky na konkrétní firmu

Výzkum umožňuje díky stanoveným hladinám přehledné zobrazení výsledků konkrétní firmy ve všech zkoumaných oblastech. Celkové hodnocení je možné vnímat jednak jako výpočet celkového inovačního potenciálu a následné zobrazení výsledků do pavučinového grafu se zvýrazněním hranic „neinovačního potenciálu“, „hraničního potenciálu“ a rozvinutého potenciálu“.

Při aplikaci na konkrétní společnost je možné výsledky zobrazit například tak, jak je uvedené na následujícím obrázku. Firma získala inovační potenciál $IP = 2,7835 \pm 0,010482$. Grafické znázornění je možné považovat jako podpůrnou metodu pro určení objektivní míry vybavenosti firmy, kdy na základě vyhodnocení dotazníku může firma mimo jiné získat výsledky v rámci stejného rozložení a doplňují informace k zhodnocení inovačního potenciálu regresním modelem.

Obr. 3 Praktická aplikace mapy inovačního potenciálu u konkrétní společnosti



Zdroj vlastní zpracování

Závěr

Je třeba si uvědomit, že podnikání a zvláště pak inovační podnikání je především způsob myšlení. Zahrnuje motivaci a schopnost jednotlivce buď samotného nebo v rámci organizace rozpoznat příležitosti a sledovat je s cílem vytvořit něco nového nebo dosáhnout hospodářského úspěchu. Vyžaduje kreativitu potažmo inovace, aby bylo možné vstoupit a konkurovat na stávajících trzích, popřípadě tyto trhy změnit nebo dokonce nové trhy vytvořit. K tomu, aby podnikatelská idea byla úspěšná, je nutné propojit kreativitu potažmo inovace se solidním managementem. Rovněž musí existovat schopnost přizpůsobovat podnik k optimálnímu průběhu realizace záměru. To přesahuje běžný každodenní management: jde o hospodářské ambice a strategie.

Předkládaný článek ukazuje na způsob, jak je možné hodnotit připravenost firmy k realizaci inovačních projektů. Zpracovaná metodika zahrnuje hodnocení připravenosti v následujících problémových okruzích: Strategie, Marketing, Technologický proces, Kvalita, Logistika a Lidské zdroje. Pomocí této metodiky je možné hodnotit jednotlivé společnosti a díky následnému benchmarkingu ukázat na oblasti, které mohou způsobovat při realizaci inovačních projektů velké problémy. Pomocí parciálních ukazatelů, které jsou

součástí tohoto výzkumu je možné identifikovat konkrétní problematické uzly ve vztahu k inovačním projektům. Na druhou stranu nám hodnocení ukazuje i silné stránky firmy ve vztahu k inovacím.

Literatúra

- [1] Brady, T., & Davies, A. (2014). Managing structural and dynamic complexity: A tale of two projects. *Project Management Journal*, 45(4), 21-38.
- [2] Bresnen, M., Edelman, L., Newell, S., Scarbrough, H., & Swan, J. (2003). Social practices and the management of knowledge in project environments. *International Journal of Project Management*, 21(3), 157-166.
- [3] Davies, A., & Hobday, M. (2005). *The business of projects: Managing innovation in complex products and systems*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- [4] Kenny, J. D. J. (2003). Effective project management for strategic innovation and change in an organisation. *Project Management Journal*, 34(1), 43-51.
- [5] Koren, R., & Palcic, I. (2015). The impact of technical and organisational innovation concepts on product characteristics. *Advances in Production Engineering & Management*, 10(1), 27.
- [6] Mortensen, P. S., & Bloch, C. W. (2005). Oslo Manual-Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD.
- [7] Peterka, T. 2015. Národní inovační strategie České republiky. Analýza platných dokumentů v oblasti inovací a konkurenceschopnosti v ČR [online]. 2015. 11 p. [cit. 2018-02-03]. Dostupné na: http://klastportal.cz/Resources/Upload/Home/gender/analyza_nis_cr_final.pdf
- [8] Švejda, P. a kol. 2002 Základy inovačního podnikání. Praha: Asociace inovačního podnikání, 2002. ISBN 80-903153-1-3
- [9] Shenhar, A. J., & Dvir, D. (2007). *Reinventing project management: The diamond approach to successful growth and innovation*. Boston, MA: Harvard Business School Publishing.
- [10] Winch, G. M. (2014). Three domains of project organising. *International Journal of Project Management*, 32(5), 721-731.
- [11] Vacek, J. (2003) Hodnocení inovačního potenciálu firmy (manuál), ZČU Plzeň [on-line]. 2015. 101 p. [cit. 2018-02-03]. Dostupné na: <<http://www.kip.zcu.cz/USME/dotaznik.pdf>>

Ing. Hana Krchová, PhD., Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave, Ústav ekonómie a manažmentu, Katedra manažmentu, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: hana.krchova@vsemvs.sk

Current trends in management in selected enterprise in rural area

Silvia LENČEŠOVÁ - Pavol GRMAN - Petronela TARINOVÁ

Current trends in management in selected enterprise in rural area

Abstract

The submitted scientific paper deals with current trends in management in the selected company, which is the medium-sized company in the rural area. We have determined the management, the personality of manager, leadership styles, communication, time management and delegation. We have described the selected company and also its organizational structure. The information has been gained by the controlled interview with managers. We have focused on individual personalities of top management and the middle management. Afterwards, we have paid attention to the ways of leadership and ways of communication in the company and also we have considered the image of the company and use of time management by managers. In the end, we have summarized management of the selected company and we have determined some recommendations for them.

Keywords: management, company, personality of managers, leadership, communication, image, time management

JEL Classification: M12, M14, M21

Introduction

Small and medium enterprises represent an important part of the national economy in the Slovak Republic. The submitted scientific paper is focused on the selected company, which is the medium-sized company in the rural area. The aim of this scientific paper is to point to the management of a particular company, the personality of individual managers, ways of leadership, ways of communication, the image of company and use of time management in a particular company.

We can define management like a subjective, purposeful and conscious human activity that results from a social division of labour that seeks to set the right goals, the most appropriate ways and means for achieving them and which ensures the progress and realization of the activity thus determined. (Kadlečíková, M. – Kapsdorferová, Z., - Malejčíková, A. – Malejčík, A. 2014/3)

So we can say that management is in the company one of the most important human activity. This means, that every manager is just a man and acts in a certain way uniquely. So each manager is a unique personality with typical characteristics. This has an impact on his communication, the way of leadership, conflict resolution, and many others.

The personality is a unique combination of psychic features that characterize the individual. It specifies how person feels happening around him, reactions in different situations and objectives to be attained. (Šuleř, O., 2008/7)

The personality of the manager represents the sum of his psychological and physical prerequisites for taking a certain type of activity. Each manager has his own style of leadership that corresponds to the way he communicates with other people. Managers need to communicate effectively in order to achieve positive results in organizations where they work. (Višňovský, J. – Nagyová, Ľ. – Šajbidorová, M., 2005/8)

The style of leadership is defined as a way of applying the methods and tools of management. The choice of a particular style depends on many factors, such as the character of the work done, the personality of the manager, the type of worker, and so on. (Višňovský, J. – Nagyová, Ľ. – Šajbidorová, M., 2005)

The basic types of leadership styles are following: (Vodášek, I. – Vodáčková, O., 2013/9)

- Autocratic style - managers use the power of their personality and authority. The decisions are made by themselves. Decision making and power are centered on the authority of the manager, negotiation is a form of commands, and requires obedience from employees. The basic criterion of this style is the fulfilment of tasks and the maintenance of respect.
- Democratic style - the manager uses his power to achieve the stated goals, which is based on positions in the organization. The style is referred to as "supporting" because it involves employees in solving problems and is keenly interested in their attitude to work.
- Liberal style - the leader leaves workers considerable freedom in action. This means that co-workers can independently develop or directly set goals for their activities or tasks.

Because there are more classifications of leadership styles, we will use for the needs of this scientific paper only this one, which we have mentioned above.

One of the most important human skills in the social environment is the ability to communicate effectively. If the manager wants to be successful, effective communication is a prerequisite. In the business, it is important to have direct connections between managers and their subordinates. Communication in a business unit is always between managers, managers and their subordinates, managers and owners, and also between employees. Internal communication is implemented through in-house flows and tools. The choice of suitable means of in-house communication is linked to many factors and forms. For example consultation, discussion, phone call, e-mail, written documents, as well as social, sports and cultural activities. Forms of in-house communication can be written, personal, and electronic or telephone form. (Šimo, D. – Mura, L., 2015/6)

Every business is trying to build a positive image. The base of positive image is a responsible business. (Zorkóciová, O. – Šimorová, L., 2014/10)

Different factors affect the image of each business, which we can divide into: (Čihovská, V. – Hanuláková, E. – Lipianska, J., 2001/1)

- Non-material factors - including employee performing, dressing, direct marketing, sales promotion, sponsorship, and so on,
- Material factors - including the quality of the services provided, the product design, sales and production facilities, dressing, staffing, and so on.

Time management has also become an inseparable part of management, with the task of planning, organizing and controlling the use of time as one of the most valuable resources we have at our disposal. The main goal of time management is to ensure the correct use of time. (Šajbidorová, M. – Lušňáková, Z., 2013/5)

The most well-known time management techniques are helicopter view, Pareto principle, Eisenhower principle, ABC analysis, Elephant technique and delegation of tasks. (Sojka, L., 2009/4)

The delegation can be characterized as a process for the allocation of tasks and corresponding authority to specific individuals within the company. (Gozora, V., 2000/2)

1 The description of selected company

Thermal Bath Podhájska is located in the south of western Slovakia near the town Nové Zámky. It is Limited Company owned by the village Podhájska. With a number of employees between 100 and 149 and with a turnover of 6.6 million euros, we can place this company among the middle enterprises. Organizational structure is not very complicated and it is described in Figure 1. Figure 1 shows schematically the top and middle management, that is the subject of our research. The information about the selected company we have gained by the controlled interview with managers.

Fig. 1 Organizational structure of Thermal Bath Podhájska



Source own processing

2 Personality characteristics based on temperament

We have identified individual personality characteristics based on the interview and the personality test. The results are following.

a. Top manager

Based on the personality test, we can describe this manager like 40% phlegmatic, 30% choleric, 20% sanguine and 10% melancholic. He is a peaceful type of man who is trying to do everything with discretion. First, he is thinking before acting. However, if the situation becomes more complicated and it needs to be resolved immediately, then he becomes a strong uncompromising person. At work, he is very consistent and responsible. He has an excellent sense of systematic work.

b. Middle management

The manager of Bath operations we can consider like 40% choleric, 20% phlegmatic, 20% sanguine and 20% melancholic. He is resolute, dynamic, creative and consistent. He likes order and discipline. Also, he is calm and equable. In various situations, he responds differently, what corresponds with his personality.

Technical manager is from 60% choleric, 30% melancholic, 5% phlegmatic and 5% sanguine. He works only with men. He is hard and uncompromised. Also, he is very fast and dynamic. He reacts acute and intensively.

Manageress of Wellness is due to personality test for 50% choleric, 20% sanguine, 20% phlegmatic and 10% melancholic. She is also hard and uncompromised like the envious manager, but she is calmer. She is very dynamic, creative and responsible.

Manageress of Restaurant we can describe as 50% sanguine, 30% choleric, 15% phlegmatic and 5% melancholics. She is very energetic, dynamic, creative and active, but she can be hard and uncompromised in some situations. She reacts acute and intensively and prefer work in the team.

Manageress of Hotel is from 40% sanguine, 30% choleric, 20% melancholic and 10% phlegmatic. Her personality is very similar to manageress of Restaurant, but she reacts acuter.

3 The leadership of managers

The leadership is the main managerial function. Based on our research we have found that top and middle management is focused mainly on tasks and their quality and timely fulfilment. Elements of relationship-oriented style management are most common by the top manager, who is most interested in employees even when he is not in daily contact with them. The middle management only distributes the individual tasks to the employees, while they look at the relations in the workgroup at the last place. This

may be a misunderstanding of the director who delegates competence to middle management at each meeting and speaks of the tasks which have to be performed over a certain time period. Director should more talk about and accentuate good relationships in the workplace because work performance and employee satisfaction grow with good relationships.

In the style of leadership of each manager, there are deviations between them. Each of them has its own "guaranteed" style of leadership. The top manager wants, that except fulfilled tasks were satisfied not only customers but also employees. Therefore, he tries to communicate with them and ask not only the state of tasks fulfilment but also the social situation in the working group. That's why we can say that his style is half-democratic and half authoritarian. In our opinion, this is a very appropriate style of management, because he needs to be strict in fulfilling the tasks, but also interested in the opinions of the subordinates.

The middle management has the duty to perform the tasks set by the top manager. The style of leadership, which is partly too authoritative, is adapted to this. The manager of Bath operations favours for 60% authoritarian style to achieve the satisfaction of his supervisor. The remaining 40% represents a democratic style because he is also interested in the social affairs of its subordinates. The technical manager uses almost the authoritative style to prove, that everyone has their duties, which must be fulfilled without fail. The Wellness Manageress also prefers mainly the authoritative style, and only sometimes uses democratic style, for example in communicating with employees. The Restaurant and Hotel manageress does not have such a strong authoritarian style as previous managers. They use also low elements of liberal style. Managers do not want to clearly oppress their subordinates, even though tasks need to be 100% fulfilled. They communicate with them more.

a. The delegation by top manager

The senior manager uses delegating tasks to a greater extent to middle management. This is followed by an instructing which determines the fulfilment of a certain task and the responsibility of the other managers is to fulfil these tasks. The Director decides mostly only on important business issues, delegates the other decisions below. The control is carried out only with questions about the status of tasks, which can be considered as insufficient. He trusts too much middle management. In terms of evaluation, the main attention is paid to his subordinate degree, where he verbally evaluates the success of the tasks, based on managers' statements. The main motivating factor of the top manager is the financial reward, which encourages all employees in the company. It is also possible to include in the motivation a seaside trip, which all employees are entitled to after a good Bath performance as a whole every 2 years.

b. The delegation by middle management

Middle management delegates its powers and functions partly to the leaders of the changes, under which are the employees themselves. These managers have closer contact with employees as the top manager, because in many cases they are supervising themselves to perform tasks. The same fits on instructing. Instructions are often addressed directly to employees. Middle managers have a major role in deciding on common business affairs, completing the director's decisions to make the outcome acceptable and real for the Bath. In terms of the control, it is concerned. They perform it directly by observing and communicating not only with the leaders of the changes, but also with the lowest placed employees themselves. Follow evaluation, which they move on to the top management. They also use financial rewards to motivate, sometimes even shorter working hours after prematurely completing work assignments.

4 The Communication in Company

In the selected company, there is almost always verbal communication, also called face to face. It is very advantageous because, in this way, managers have direct contact with the subordinate, see his reactions, there is space for questions in case of uncertainty, and so there is a low probability of misunderstanding the task. There are also better interpersonal relationships at the workplace, as employees can discuss their solutions and reasons with superiors in case of problems. It is surprising and at the same

time positive that a medium-sized enterprise favours this kind of communication, which is mainly time-consuming.

Some verbal communication (by telephone) is used to find certain information or assure a certain situation. The previous one differs only in the fact that the employees do not see them directly. This saves time and is only used if it is not a serious issue or question. It is most used in the various work areas of the Baths.

Assertiveness is fortunately found in the management of the surveyed company. It is possible to observe it mainly at the top manager, who tries to communicate with the subordinates in an appropriate manner. However, less empathy can be observed, especially when dealing with more serious problems.

In middle management, there is less assertiveness than in the top, but there is more empathy. It appears in the interest of the employee personal life and also considers the problems of a private life that can disrupt working pace in the working pace of employees.

5 The Image of the company

If we focus on the image of the company as a whole in terms of design, it can be judged that the company is constantly modernizing its surroundings. Outdoors are flowers planted, there are also playgrounds, landscaped pools and campsite, and other types of decorations that create positive feelings for people. The winter part (interior part) of the swimming pool is very simple, simple yet sufficient for the customers. We would recommend a small modernization that would revive the entrance hall. Other premises are in good condition, clean, still maintained, customers feel about it positively. The covered botanical garden can be considered as a positive feature.

Negative is that the Thermal Bath has a poorly built corporate culture that is involved in creating an image of the company. Employees do not perceive corporate culture at all. They are just focusing on fulfilling their tasks. They have no specific characteristics of behaviour or recognized values. It looks like they are not part of the company. Long-time employees have some habits and common behaviour, but it is not uniform for the whole company. We can see some kind of corporate culture in the clothing of employees. Some employees have to wear white clothes and saleswomen have to be dressed more elegantly.

The top manager is in work neat, but he is not always wearing the suit. It depends on the specific situation and on the events that he must attend during the day. The middle managers look like the subordinates, they cannot be distinguished, because they are dressed in sports or their personal style.

6 The Time management

The time management is often an underdeveloped area of management in general. We can see it in unrealistic terms and amounts of tasks compared to a number of employees. The top management delegate authority to the middle management and it obligates tasks to subordinates. The reason for this problem is that the director is inadequately aware of the time requirement of each task, and the middle management does not warn him about it.

In the selected company is very few time management techniques actively used. The managers can't identify the priority of tasks and at the same time, they want every task to be done immediately. Subsequently, there rises a chaos, which reflects on inappropriate behaviour of managers. These tasks should be done gradually, according to their priority.

Despite this, there is used the delegation, like time management technique, which is described in the previous chapter. The managers also use calendars and diaries to organize their working time.

Conclusion

The aim of this scientific paper was to point to the management of a selected company, the personality of individual managers, ways of leadership, ways of communication, the image of company and use of time management in a selected company.

We have found out all the managers are unique personalities and all of them have different personal characteristics. Among managers dominated types of personalities based on temperament choleric, sanguine and phlegmatic.

Based on our research we have found that top and middle management is focused mainly on tasks and their quality and timely fulfilment. The top manager uses half-democratic and half authoritarian style of leadership. In middle management is used mostly authoritarian style and partly democratic style of leadership.

Most often used way of communication in the researched company is face to face communication. Sometimes is also used communication by telephone. We recommend putting more assertiveness and empathy into the communication and even the normal life of managers because subordinate workers are people with their own ideas, needs and personal problems. This makes the manager a highly respected person who expresses interest in his staff and tries to accommodate them.

Our recommendation is, that managers should reflect on the positive impact of building a business culture and start building it across all layers of the organizational structure. We recommend managers also to have a certain dress code that will differentiate them from subordinates and increase their seriousness.

The top management and also middle management insufficiently use time management techniques. They use the only delegation of tasks but no other technique is used. We can recommend to them to use Pareto principle to set priorities. So the managers will now, which task is important and should be done as a first and which task can wait for a little.

We also recommend self-development for the managers. Thanks to the self-development they are able to improve their personal qualities and to slightly modify the style of leadership because some subordinates are not satisfied with the applied style of leadership.

References

- [1] ČIHOVSKÁ, V. – HANULÁKOVÁ, E. – LIPIANSKA, J.: *Corporate Image*. Bratislava: Eurounion. 2001. 136 p. ISBN 80-889-8424-6
- [2] GOZORA, V.: *Business management*. Nitra: SPU, 2000, 190 p. ISBN 80-7137-690-6
- [3] KADLEČÍKOVÁ, M. – KAPSDORFEROVÁ, Z. – MALEJČÍKOVÁ, A. – MALEJČÍK, A.: *Basics of Management*. Nitra: SPU, 2014, p. 9, ISBN 978-80-552-1267-8
- [4] SOJKA, L.: *Basics of management*. Prešov: University of Prešov. 2009, 104 p. ISBN 978-80-8068-593-5
- [5] ŠAJBIDOROVÁ, M. – LUŠŇÁKOVÁ, Z.: *Time management and influence of ICT on time management*. In *Informačné a komunikačné technológie v riadení a vzdelávaní*. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre. (2013), p. 104--109. ISBN 978-80-552-0983-8. URL: http://www.slpk.sk/eldo/2013/zborniky/024-13/Sajbidorova_Lusnakova.pdf
- [6] ŠIMO, D., – MURA, L.: *Management of organizations*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2015. 216 p. ISBN 978-80-8168-242-1
- [7] ŠULEŘ, O.: *5 roles of the manager and how to handle them professionally*. Brno: Computer press, 2008, p.3, ISBN 978-80-251-2316-4
- [8] VIŠŇOVSKÝ, J. – NAGYOVÁ, Ľ. – ŠAJBIDOROVÁ, M.: *Management of Human Resources*, Nitra: SPU, 2005, p.86, ISBN 80-8069-616-0
- [9] VODÁČEK, L. – VODÁČKOVÁ, O.: *Modern management in theory and practise*. Praha: Management Press. 359p. ISBN: 978- 80- 7261- 232-1
- [10] ZORKÓCIOVÁ, O. – ŠIMOROVÁ, L.: *The latest trends in the development of international corporate identity dimensions*. Bratislava: Ekonóm, 2014, 266 p. ISBN 978-80-225-3773-5

Ing. Silvia Lenčéšová, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: lencesova.silvia@gmail.com

Ing. Pavol Grman, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: pavol.steven.grman@gmail.com

Ing. Petronela Tarinová, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: xtarinova@uniag.sk

Možnosti prognózy finančnéj situácie podnikov

Michal LEVICKÝ - Denisa GAJDOVÁ - Zuzana KAPUSTOVÁ

Possibilities of forecasting the financial situation of enterprises

Abstract

In the paper we deal with the characteristics of the methods used for the prediction of the financial situation of the enterprises. We will take their basic principles and their advantages and disadvantages. Information should help in choosing the right method and interpreting its results correctly.

Keywords: bankruptcy, prediction of financial situation, financial analysis ex ante

JEL Classification: G33, M21

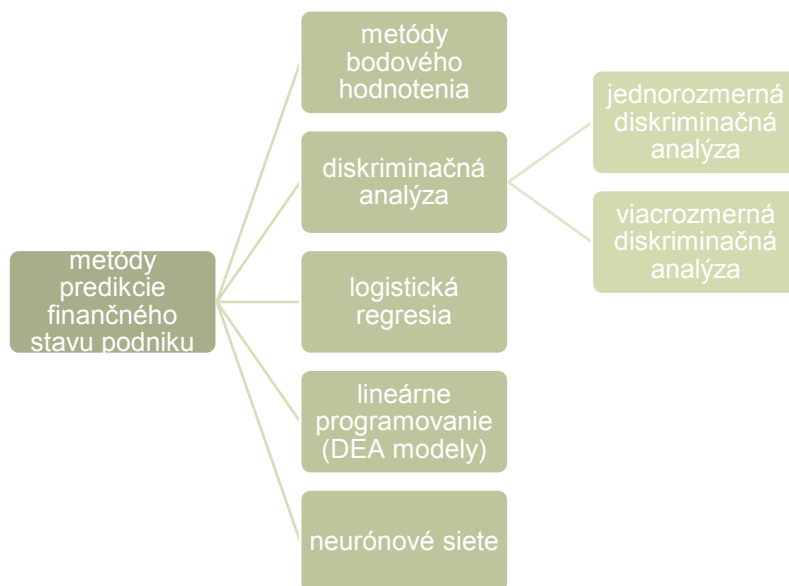
Úvod

Finančná analýza predstavuje silný nástroj na podporu rozhodovania manažmentu podniku. V závislosti od toho, či sa finančná analýza zaoberá súčasným stavom podniku alebo jeho predikciou, môžeme hovoriť o finančnej analýze ex post alebo o finančnej analýze ex ante. Finančná analýza ex ante má svoje počiatky v časoch rozvoja kapitálového a úverového trhu. Bankári si začali uvedomovať, že je z hľadiska minimalizovania svojich budúcich strát vopred odhadnúť to, či likvidita klienta nemôže byť ohrozená. V tomto čase sa začali rozvíjať princípy známych bodových metód, ktoré sú založené hlavne na expertných odhadoch a skúsenostiach ich autorov. Teória predikcie finančného stavu podnikov od tohto času prešla zásadným vývojom a dnes poskytuje diapazón modelov zostrojených viacerými metódami. Aby však nedošlo pri prognóze finančnej situácie podniku k nesprávnym rozhodnutiam, je nevyhnutné poznať princípy používaných metód, vybrať správny model a zabezpečiť jeho správnu interpretáciu.

1 Klasifikácia metód predikcie finančného stavu podnikov

Finančná analýza ex ante používa pri prognózovaní finančného stavu podnikov viacero metodických postupov, prostredníctvom ktorých sú tvorené konkrétne modely. K najčastejšie používaným nástrojom, resp. metodickým postupom patria metódy bodového hodnotenia, diskriminačná analýza, logistická regresia, DEA modely a rôzne typy neurónových sietí. Grafické znázornenie typológie metód prognózovania finančného stavu podniku reprezentuje obrázok 1.

Obr. 1 Typológia metód predikcie finančného stavu podnikov



Zdroj vlastné spracovanie na základe Zalai (2016), Kabát (2013), Mendelová - Bieliková (2017)

Bodové metódy

Bodové metódy fungujú na princípe, že hodnoty zvolených ukazovateľov, ktoré sú súčasťou modelu, sa transformujú na body prostredníctvom stanovených bodových stupníc (Kabát; 2013). Konverzia hodnôt ukazovateľov na body si štandardne vyžadujú viaceré skúsenosti, pričom bodové stupnice sú tvorené spravidla expertnými metódami. Jednoduchý, prípadne vážený súčet bodov je potom veličinou, na základe ktorej sa predikuje finančný vývoj podniku. V závislosti od konštrukcie bodovej stupnice sa v niektorých prípadoch považuje za pozitívny čo najväčší počet bodov, v iných naopak čo najmenší (Zalai; 2016.)

Medzi modely, ktoré boli zostrojené pomocou bodového hodnotenia, patrí napríklad zámy Tamariho index. Jeho autor M. Tamari, ktorý pôsobil ako bankový úradník, dospel k záveru, že predikovať finančnú budúcnosť možno na základe šiestich ukazovateľov, pričom ich hodnoty ocenil bodmi podľa stupnice, ktorú zostavil na základe vlastných empirických poznatkov. Súčet bodov, ktorý podnik získal za svoje ukazovatele sa nazýva Tamariho rizikový index. Podľa hodnoty rizikového indexu rozdeľuje Tamari podniky do rôznych kategórií.

Podnik môže získať maximálne 100 bodov. Podľa získanej hodnoty možno následne podniky rozčleniť do troch kategórií (Kabát; 2013)

1. U podnikov s počtom bodov viac ako 60 sa predpokladá stabilná finančná budúcnosť.
2. Podniky, ktorých skóre je v intervale od 31 do 60 majú vysoký index strednej hodnoty. Ide o skupinu šedej zóny, kde finančný stav v budúcnosti môže byť uspokojivý, ale aj zlý.
3. Podniky s 30 bodov a menej majú zlú finančnú situáciu a dosahujú vysoké riziko bankrotu.

Diskriminačná analýza

Matematicko-štatistické metódy majú v predikcii finančného stavu podniku široké použitie. Ich prednosťou je, že výsledky získané prostredníctvom nich nie sú ovplyvnené subjektívnymi názormi a skúsenosťami expertov, ale sú objektívnejšie. Jednou z často používaných matematicko-štatistických metód, je diskriminačná analýza. Podľa počtu ukazovateľov, s ktorými jednotlivé modely pracujú, rozlišujeme jednorozmernú alebo viacrozmernú diskriminačnú analýzu. Pri jednorozmernej diskriminačnej analýze sa klasifikujú podniky ako prosperujúce či neprosperujúce len na základe jedného ukazovateľa. Z tohto dôvodu treba zvoliť ukazovateľ s dobrou rozlišovacou schopnosťou (takzvaný diskriminant). Problematikou

jednorozmernej diskriminačnej analýzy sa zaoberal napríklad Beaver. Jednorozmerná diskriminačná analýza nezískala významnejšie miesto v predikčných finančných analýzach. Vytýka sa jej predovšetkým nejednoznačnosť, nakoľko umožňuje hodnotiť podnik na základe jedného ukazovateľa ako neprosperujúci (bankrotujúci), podľa iného ukazovateľa je zase radený medzi prosperujúce. Okrem toho je pravdou, že niektoré ukazovatele majú dobrú schopnosť prognózovať vývoj finančnej situácie len v spojení s inými ukazovateľmi. Pri ich izolovanom vnímaní je táto schopnosť minimálna, či podstatne menšia. (Hiadlovský – Kráľ; 2005). Toto viedlo k zavedeniu viacrozmernej diskriminačnej analýzy do finančnej predikcie. Pri tomto postupe sa posudzuje prosperita podniku na základe výpočtu syntetickej veličiny, do ktorej sú zhrnuté finančné ukazovatele s najlepšou vypovedacou schopnosťou, pričom im je priradená zodpovedajúca váha.

Diskriminačnú funkciu možno zapísať nasledovne:

$$U = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n$$

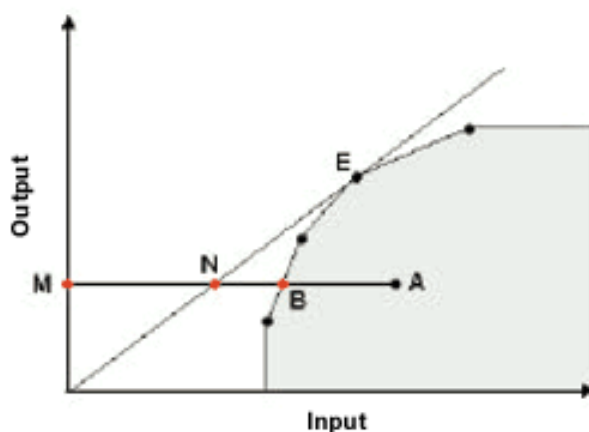
Logistická regresia

Logistická regresia je veľmi podobná lineárnej regresii. Aj logistická regresia je založená na štatistickom rozdelení a patrí medzi nástroje pre tvorbu modelov. Hlavný rozdiel je v tom, že závislá premenná je nespojitá, teda diskretná, resp. kategoriálna. Aby sa dala použiť regresia, tak sa závislá premenná transformuje na spojitú, ktorá je funkciou pravdepodobnosti výskytu udalosti. (Stankovičová; 2007)

Lineárne programovanie

Spomedzi metód lineárneho programovania je jednou z možností využitie DEA, ktorá predstavuje neparametrickú metódu kvantifikácie technickej efektívnosti homogénnych jednotiek. S cieľom umožniť aplikáciu DEA v rôznych oblastiach bol pre pomenovanie hodnotených jednotiek zavedený pojem rozhodovacia jednotka, tzv. DMU. DMU predstavuje subjekt (v našom prípade podnik), v ktorom prebieha proces transformácie vstupov na výstupy. Pojemový aparát pri metódach DEA je úzko spojený s problematikou produkcie, nakoľko pri riešení DEA sa konštruuje empirická produkčná funkcia. Jedným z hlavných pojmov používaných v DEA je hranica efektívnosti, ktorej vytvorenie je základným princípom DEA. Hranica efektívnosti, ktorá sa označuje ako PPF, je tvorená množinou tých jednotiek, ktoré sa v rámci množiny produkčných možností považujú za najefektívnejšie. V prípade že určitá jednotka leží mimo hranici efektívnosti, je považovaná za neefektívnu. Uvedená skutočnosť je ilustrovaná na obrázku 2. (Mendelová – Bieliková, 2017)

Obr. 2 Hranica efektívnosti pri DEA

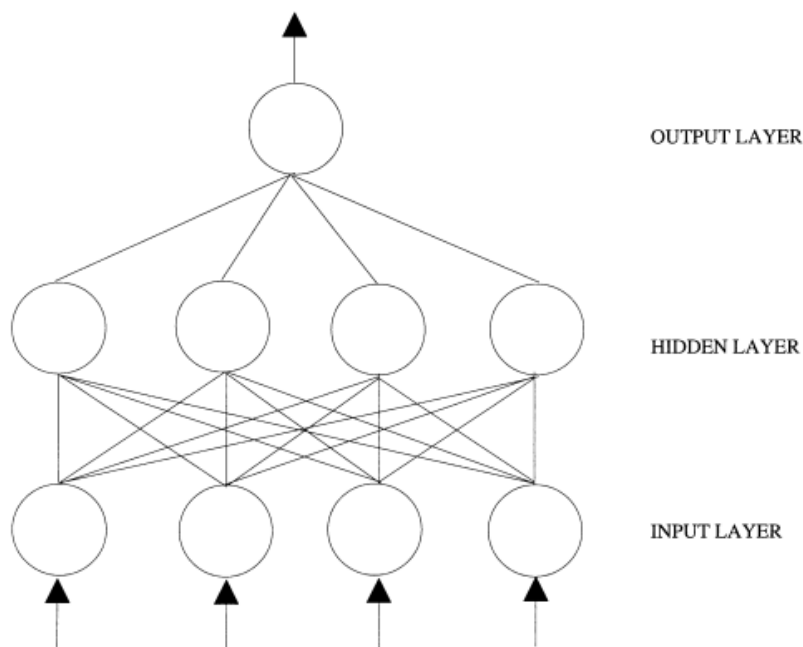


Zdroj Novaes, 2001

Neurónové siete

Zatiaľ čo tradičné štatistické metódy dobre fungujú v niektorých situáciách, môžu zhoršiť výsledok, keď nie sú splnené štatistické predpoklady. Neurónové siete sú sľubným nástrojom na predvídanie bankrotu podniku. Avšak mechanizmus neurónových sietí pri predpovedaní bankrotu alebo všeobecnej klasifikácie je zatiaľ nie úplne pochopený. Bez jasného pochopenia toho, ako fungujú neurónové siete, bude ťažké plne využiť potenciál tejto techniky. Teoreticky sa zistilo, že výstupy z neurónových sietí sú odhady posteriorných pravdepodobností. Uvedené pravdepodobnosti sú dôležité nielen pre teóriu tradičných štatistických rozhodnutí, ale aj pre mnohé riadiace problémy. Hoci existuje mnoho odhadovacích postupov pre posteriorné pravdepodobnosti, neurónové siete sú jedinou známou metódou, ktorá odhaduje posteriorné pravdepodobnosti priamo, keď nie sú známe rozdelenia základnej skupinovej populácie. Neurónové siete s ich flexibilnou nelineárnou modelovacou schopnosťou poskytujú presnejšie odhady, čo vedie k vyšším stupňom klasifikácie ako iné tradičné štatistické metódy. Vplyv počtu skrytých uzlov a iných faktorov na návrh neurónovej siete na odhad posteriorných pravdepodobností je plodnou oblasťou pre ďalší výskum (Zhang; 1997). Pri vytváraní funkčného modelu biologického neurónu existujú tri dôležité komponenty. Najprv sú synapsy neurónu modelované ako váhy. Pevnosť spojenia medzi vstupom a neurónom je zaznamenaná hodnotou hmotnosti. Záporné hodnoty hmotnosti odrážajú inhibičné spojenia, zatiaľ čo pozitívne hodnoty označujú excitačné spojenia. Ďalšie dve zložky modelujú skutočnú aktivitu v neurónovom článku. Sčítač zhrňuje všetky vstupy upravené ich príslušnými váhami. Táto aktivita sa označuje ako lineárna kombinácia. Nakoniec aktivačná funkcia riadi amplitúdu výstupu neurónu. Prijateľný rozsah výstupu je zvyčajne medzi 0 a 1 alebo -1 a 1 (Clerence, Herlina, 2001). Príkladom modelu neurónovej siete je schematické znázornenie napájacej neurónovej siete na obrázku 3.

Obr. 3 Typická dopredná neurónová sieť



Zdroj Zhang (1997)

2 Výhody a nevýhody používaných metód predikcie finančného stavu

Výhody a nevýhody predikčných metód finančnej analýzy ex-ante závisia najmä od toho, do akej kategórie daná predikčná metóda patrí. Medzi hlavné silné stránky metód bodového hodnotenia patrí najmä ich jednoduchosť, časová nenáročnosť a rýchlosť. Rovnako ich použitie nevyžaduje rozsiahle štatistické a

finančno-ekonomické vedomosti, keďže na ich aplikáciu nie je potrebná výpočtová technika v podobe špeciálneho softvéru (ako je to napríklad v prípade neurónových sietí). Interpretácia výstupov je relatívne jednoznačná a zrozumiteľná, pričom podnik môže zvýšiť spoľahlivosť výsledkov metód bodového hodnotenia tým, že zvýši počet použitých ukazovateľov, zjemní bodovú stupnicu, resp. použije obidva spôsoby. Hlavnou nevýhodou týchto metód je najmä ich subjektívnosť, keďže bodové stupnice sú stanovené expertmi. Matematicko-štatistické metódy sú exaktné, čo môžeme považovať za ich hlavnú silnú stránku (najmä v porovnaní s metódami bodového hodnotenia). Nevýhodou daných metód je splnenie viacerých štatistických predpokladov (rovnosť kovariančných matíc, rozlišovania schopnosť ukazovateľov, ich nezávislosť a pod.). Metódy multikriteriálneho hodnotenia sú metodicky najnáročnejšie, no na druhej strane umožňujú finančnému analytikovi „ušiť“ ukazovateľ na mieru podniku. V tomto prípade vystupuje do popredia rovnaká nevýhoda ako v prípade metód bodového hodnotenia, a to subjektívnosť. Hlavnou výhodou neurónových sietí je schopnosť učiť sa a generalizovať. Ich nevýhodou je vyššia náročnosť. (Musa – Hiadlovský; 2014).

Napriek relatívne dobrým predpokladom DEA vytvoriť silný nástroj na diagnostikovanie finančného zdravia podnikov, viaceré empirické výsledky ukazujú, že v rámci aplikácie DEA v tejto sfére je ešte stále otvorený priestor pre ďalší výskum orientovaný na zvýšenie klasifikačnej presnosti DEA pri diagnostikovaní finančného zdravia podnikov. Za jeden z hlavných dôvodov relatívne nízkej klasifikačnej presnosti DEA možno považovať tú skutočnosť, že DEA je pri konštrukcii hranice efektívnosti principiálne založená na extrémnych bodoch. S tým súvisí jej relatívne znížená schopnosť identifikovať všetky podniky ohrozené finančným zlyhaním. Táto skutočnosť vyplýva zo samotnej konštrukcie PPF, ktorá je spravidla tvorená len malým množstvom podnikov v skúmanej vzorke. (Mendelová - Bieliková; 2017).

Podľa tabuľky 1 bol jeden rok pred zlyhaním najlepší štatistický model logitový model. Výsledky neurónovej siete boli veľmi podobné štatistickým modelom. Po dva roky pred neúspechom výsledky neurónovej siete prekonal všetky štatistické modely. Výkonnosť neurónovej siete sa zlepšila, keď sa zvažovala jej kombinácia s diskriminačnými analýzami a logitmi.

Tab. 1 Porovnanie reliability vybraných metód predikcie finančného stavu podnikov

Typ metódy	1 rok pred bankrotom		2 roky pred bankrotom	
	Správne klasifikovaná zdravé podniky (%)	Správne klasifikované nezdravé podniky (%)	Správne klasifikovaná zdravé podniky (%)	Správne klasifikované nezdravé podniky (%)
Diskriminačná analýza	86	75	86,3	60
Logit	91	80	91,2	55
Neurónová sieť	94	80	95	65
Neurónová sieť kombinovaná s diskriminačnou analýzou	98	75	96,2	65

Zdroj Yim, Mitchell; 2002

Záver

Základná znalosť princípu fungovania metód, ktorými sú zostavované v súčasnosti používané modely finančnej analýzy ex ante, je bazálnym predpokladom čo najexaktnejšieho výsledku realizovanej prognózy. Pred použitím konkrétneho modelu je vhodné zvážiť vhodnosť použitia toho ktorého modelu v závislosti od konkrétnej situácie, a teda predovšetkým o aký podnik sa jedná a do akej miery sa vyžaduje presnosť predikcie. Pri realizácii podnikateľskej analýze je potrebné mať na pamäti zásadu prispôsobivosti charakteru skúmaného javu. Pokiaľ je konkrétny model skonštruovaný všeobecne bez konkretizácie veľkosti podniku, krajiny, odvetvia v ktorom pôsobí nemožno očakávať presné výsledky vykonanej prognózy.

Literatúra

- [12] CLERENCE, N.W.T. – HERLINA, D. A study of using artificial neural networks to develop an early warning predictor for credit union financial distress with comparison to the probit model. In *Managerial Finance*. ISSN 1743-9132. Roč. 27, č. 4, s. 56 – 77.
- [13] HIADLOVSKÝ, V. – KRÁL', P. Využitie diskriminačnej analýzy na predikovanie finančnej situácie podnikov v SR. In *Forma statisticum slovacum*. ISSN 1336-7420. Roč. 1, č. 1, s. 44 – 49.
- [14] KABÁT, L. et al.: *Hodnotenie podniku a analýza jeho finančného zdravia*. Bratislava : IURA EDITION, 2013, 160 s. ISBN 978-80-8078-608-3.
- [15] MENDELOVÁ, V. – BIELIKOVÁ, T.: Diagnostikovanie finančného zdravia podnikov pomocou metódy DEA: aplikácia na podniky v Slovenskej republike. In *Politická ekonomie*. ISSN 2336-8225. Roč. 65, č. 1, s. 26 – 43.
- [16] MUSA, H. – HIADLOVSKÝ, V. Silné a slabé stránky vybraných metód finančnej analýzy. In *Podniková ekonomika a manažment*. ISSN 1336-5878. Roč. 1, č. 1, s. 3 – 12.
- [17] NOAVES, A.G.N. Rapid-transit efficiency analysis with the assurance -region DEA method. In *Pesquisa Operacional*. ISSN 1678-5124. Roč. 21, č. 2.
- [18] STANKOVIČOVÁ, I. Logistická regresia a jej využitie v ekonomickej praxi. In *Forum statisticum slovacum*. ISSN 1336-7420. Roč. 3, č. 1, s. 42 - 54.
- [19] YIM, J. – MITCHEL, H. *A comparison of corporate failure models in Australia: Hybrid neural networks, logit models and discriminant analysis*. School of Economics and Finance, Working Paper No. 10/2002.
- [20] ZALAI, K. et al.: *Finančno-ekonomická analýza podniku*. Bratislava : Sprint 2, 2016, 487 s. ISBN 978-80-89710-22-5.
- [21] ZHANG, G.P. et al. Artificial neural networks in bankruptcy prediction: general framework and cross-validation analysis. In *European Journal of Operational Research*, 0377-2217 vol. 12, 116 s. 16-32.

Ing. Michal Levický, PhD., Ústav ekonomiky a manažmentu, Fakulta prírodných vied, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Tr. A. Hlinku 1, 949 74 Nitra, e-mail: mlevicky@ukf.sk

Ing. Denisa Gajdová, PhD., Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave, Ústav ekonómie a manažmentu, Katedra malého a stredného podnikania, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: denisa.gajdova@vsemvs.sk

Ing. Zuzana Kapustová, PhD., Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Katedra ekonomiky, Trieda Andreja Hlinku 2, 949 76 Nitra, e-mail: zuzana.kapustova@uniag.sk

Odhad hodnoty opel'ovacej činnosti včelstiev v podmienkach Slovenskej republiky

Michal LEVICKÝ

Estimation of the value of bee pollination in the conditions of the Slovak Republic

Abstract

The paper deals with the issue of bees pollination, which represents the indirect benefit of honey bee breeding. We are dealing with the dimensions of the pollination activity and we point out its importance as an intensification factor for market crops. The main objective of the article is to estimate the value of pollination in the Slovak Republic for the year 2016. Through the methodology - bioeconomic approach, we estimated the value of the pollination to 95,54 million €.

Keywords: honey bee, pollination, value of bee pollination, ecosystem services

JEL Classification: Q57

Úvod

Väčšina ľudí si so včelami spája len produkciu medu či iných včelích produktov. Avšak úžitkovosť včely medonosnej v oveľa väčšej miere spočíva v opel'ovacej činnosti, a to predovšetkým kvôli tomu, že je od nej závislých mnoho poľnohospodárskych a nepoľnohospodárskych plodín. V prípade nedostatočného počtu včelstiev možno med, ako hlavný produkt chovu včelstiev, ťahko doviezť. Avšak činnosť včely, ako hlavného opel'ovača nedokáže ľudstvo nijakým spôsobom nahradiť. Pre zachovanie biodiverzity je preto v záujme každej krajiny pochopiť význam chovu včelstiev a podporovať jeho rozvoj.

1 Opeľovanie ako nepriama úžitkovosť včelstiev

Ľudská spoločnosť poberá prínos z radu prírodných, ekologických funkcií, ktoré sa nazývajú ekosystémové funkcie. Medzi takéto funkcie patrí aj opel'ovanie hmyzom, ktorý prenáša peľ v rámci jednej rastliny, alebo medzi viacerými kvetmi (Fisher et al., 2009). FAO (2006) považuje opel'ovanie za dôležitý článok vo fungovaní ekosystémov a pri výrobe širokej škály plodín. Hodnota opel'ovacej činnosti je teda odvodená od jej príspevku k zachovaniu ekosystémov a biodiverzity, ako aj od dopadu na poľnohospodárstvo.

Opeľovacia činnosť včiel možno vnímať vo viacerých dimenziách, ktoré navzájom súvisia (obr. 1). Z pohľadu úžitkovosti agroodvetvia sa jedná o nepriamy úžitok, nakoľko v súčasnom období v našich podmienkach je primárnym výstupom chovu včelstiev produkcia medu a ostatných včelích produktov. Opeľovacia činnosť možno zároveň pokladať za vstup do poľnohospodárskej výroby a za inzenzifikačný faktor, nakoľko vplyvom opelenia niektorých kultúrnych plodín dochádza k zvýšeniu kvantity a kvality ich úrod.

Obr. 1 Dimenzie opeľovacej činnosti



Zdroj vlastné spracovanie

Včele pripisuje rozhodujúcu úlohu v opeľovacom procese Lampeitl (1995). Carreck – Williams (1998) upresňujú, že za všeobecne najdôležitejšie opeľovače v prírode sú považované včely. Približne 80 % svetového opeľovania poľnohospodárskych plodín je zabezpečované domácou európskou včelou (*apis mellifera*). Ešte vyšší význam včely uvádzajú vo svojej práci Allsopp – Lange – Veldtman (2008) ktorý jej priradujú prinajmenšom 90 % podiel na opeľovaní kultúr hmyzom. V podmienkach Slovenskej republiky je hmyzomilných viac ako 80% všetkých druhov rastlín. Z hmyzu sa na opeľovaní podieľa včela približne 73 %. Zvyšok tvoria čmeliaky, samotárske včely a ostatný hmyz (Kopernický – Chlebo, 2002). Tabuľka 1 znázorňuje zoznam kľúčových plodín Európy, u ktorých sú počet plodov a ich kvalita významne závislé od opelenia hmyzom. Klein et al. (2007) uvádzajú, že opeľovanie prináša benefity vo forme zvýšenia výnosov až u 75 % globálne dôležitých druhov plodín. V dôsledku opeľovania sa zvyšuje celková svetová produkcia plodín až o 35 %.

Tab. 6 Európske plodiny významne závislé od opelenia hmyzom

ovocie	jablko, pomaranč, hruška, paradajka, broskyňa, melón, jahoda, malina, slivka, čerešňa, kivi, mango, oliva, hrozno, marhuľa, ríbezľa
zelenina	mrkva, zemiaky, cibuľa, tekvica, fazuľa, baklažán, uhorka, sója
semená a orechy	snečnica, orech, gaštan, mandľa
koreniny a liečivé rastliny	bazalka, šalvia, rozmarín, tymian, koriander, rasca, kôpor, harmanček, púpava, levanduľa
priemyselné plodiny	bavlna, repka olejná, horčica, pohánka
krmoviny	lucerna, d'atelina

Zdroj vlastné spracovanie na základe Corbet - Williams - Osborne (1991), Williams (1996)

V dôsledku toho, že v našich podmienkach nie je chov včiel založený na poskytovaní komerčného opeľovacieho servisu poľnohospodárskym prvovýrobcom, možno opeľovaciu činnosť z pohľadu ekonomickej teórie považovať za pozitívnu externalitu. Prostredníctvom opeľovania divoko rastúcich rastlín a nekultúrnych plodín je však poberateľom pozitívnej externality celá ľudská spoločnosť. Pojem ekosystémová služba pochádza z enviromentálnej terminológie a možno ho definovať ako proces alebo zdroj, ktorý poskytuje ľuďom príroda (Schutyser – Condé, 2009). Hajdu (2007) považuje opeľovanie za jednu z hlavných ekosystémových služieb, ktorá spoločnosti prináša efekty aj vo forme výroby potravín, prírodných liekov, sociálnych a kultúrnych prínosov.

2 Metodický postup odhadu ekonomickej hodnoty opeľovacej činnosti včelstiev

Ako sme uviedli vyššie, opeľovanie možno chápať ako externalitu, nakoľko predstavuje dopad aktivity jedného ekonomického subjektu na iný subjekt, pričom tento dopad nie je predmetom žiadnej trhovej transakcie. Problémom ohodnotenia opeľovacej činnosti je teda skutočnosť, že pre daný statok neexistuje funkčný trh a teda nie je známa trhovú cena statku. Ekonomické hodnotenie takýchto statkov môžeme teda definovať ako pokus zistiť ich hodnotu, z dôvodu neexistencie funkčného trhového mechanizmu (Pagiola - Ritter – Bishop, 2004). Metodický aparát na kvantifikáciu hodnoty ekosystémových služieb, medzi ktoré

možno zaradiť aj opeľovanie, poskytuje ekonomická disciplína - environmentálna ekonómia. Prístupy merania sa delia podľa toho, aká hodnota ekosystémovej služby je predmetom merania.

Ekonomické hodnotenie a oceňovanie opeľovacej činnosti včiel je pomerne náročný proces a to predovšetkým z problematickej dostupnosti potrebných údajov a množstva rozdielných predpokladov pri využití tých ktorých metód, ktoré sa na oceňovanie úžitkových a neúžitkových hodnôt chovu včelstiev používajú, čo zároveň komplikuje komparáciu dosiahnutých výsledkov. Preto, vychádzajúc zo všeobecného postupu pri meraní hodnôt biodiverzity (Klúvanková-Oravská, 2006), je potrebné si pri uplatnení konkrétnych metódik na hodnotenie ekosystémovej služby – opeľovania uvedomiť, že meranie hodnôt opeľovacej činnosti včiel je subjektívne a že neexistuje univerzálna metodika na meranie hodnôt opeľovacej činnosti, nakoľko každá hodnotiaca štúdia je jedinečná a metodika má byť prispôbená účelu hodnotenia. V neposlednom rade na základe predpokladov, z ktorých sa pri hodnotení vychádzalo, je zodpovednosťou autorského kolektívu zabezpečiť neskreslenú interpretáciu získaných výsledkov.

Z pomedzi používaných metód sme sa rozhodli pre najpoužívanejší algoritmus odhadu hodnoty opeľovacej činnosti včelstiev, ktorý sa nazýva bioekonomickým prístupom. Ekonomická hodnota opeľovacej činnosti v tomto prípade vychádza z ceny plodiny, ktorá je násobená koeficientom vyjadrujúcim závislosť plodiny od opelenia hmyzom. Určenie koeficientu závislosti plodiny od opelenia a miera zastúpenia včely medonosnej medzi opeľujúcim hmyzom je výsledkom viacerých vedeckých prác. Gallai (2008) uvádza na zistenie ekonomickej hodnoty opeľovacej činnosti hmyzu nasledovný vzťah:

$$IPEV = \sum_{i=1}^I (P_i \cdot Q_i \cdot D_i)$$

kde *IPEV* ekonomická hodnota opeľovania hmyzom

P_i jednotková cena plodiny *i*

Q_i vyprodukované množstvo plodiny *i*

D_i koeficient vyjadrujúci závislosť od opelenia hmyzom; *D_i* ∈ {0; 1}

3 Vlastný odhad hodnoty opeľovacej činnosti včiel

Výber plodín zahrnutých do evaluácie

Plodiny, ktoré sme zahrnuli do výpočtu odhadu hodnoty opeľovacej činnosti včiel sme vybrali na základe publikácii od autorov Veselý (2007), Kopernický – Chlebo (2002), Popovič (2008), ktorí vo svojich výstupoch sumarizovali plodiny včelej pastvy na Slovensku. Spomedzi nich sme vybrali trhové plodiny, nakoľko použitá metóda vyžaduje informácie o trhových cenách komodít. Ostatné plodiny, pri ktorých opeľovacia činnosť nepredstavuje priamu podporu ekonomických aktivít do výpočtov zahrnuté neboli, nakoľko so zisťovaním hodnoty opeľovacej činnosti pri nich použitá metodika neuvažuje. Limitujúcim faktorom bola dostupnosť údajov o cenách výrobcov a o mierach závislosti jednotlivých plodín od opelenia včelou. Plodiny zahrnuté do výpočtu sú uvedené v ďalšom texte, v ktorom uvádzame aj vlastnú evaluáciu opeľovacej činnosti včiel podľa jednotlivých skupín plodín – olejnin, ovocné stromy a kríky a strukoviny. Medzi skupiny nezaradili žiadnu zeleninu, a to z toho dôvodu, že len malé množstvo druhov zeleniny potrebuje k vytvoreniu časti rastliny, ktorá je určená k finalizácii, opelenie. Iná by bola situácia len v prípade, ak by sa táto zelenina pestovala na semenárske účely. K vytvoreniu časti rastliny, ktorá je určená k finalizácii, potrebujú opelenie najmä druhy zeleniny z čeľade ľuľkovitých. Avšak miera závislosti týchto rastlín od opelenia je nízka a súčasne veľká časť z nich sa pestuje v hydroponických skleníkoch bez prirodzeného prístupu opeľovačov. Z tohto dôvodu predpokladáme, že hodnota opeľovania pri nich bude nízka a od ich zahrnutia do výpočtu preto abstrahujeme.

Hodnota opeľovacej činnosti za olejnin

Repka olejná je typickou a všeobecne najznámejšou plodinou, ktorá je súčasťou včelej pastvy na Slovensku. Pre včely je vhodná, pretože im poskytuje dostatočné množstvo nektáru i peľu. Veselý (2007)

uvádza, že repka dobre reaguje na opelenie včelami. Pri prísune 3 včelstiev na hektár vzrastajú úrody o 30 až 35 %. V roku 2016 bolo vysiatych na našom území približne 124,5 tis. hektárov repky. Pri súčasnom počte včelstiev pripadajú na jeden hektár repky približne 2 včelstvá a teda možno predpokladať, že porasty repky na Slovensku majú potenciálne zabezpečených opelovačov. Popovič (2008) vo svojom výskume uvádza, že v našich podmienkach dosahuje závislosť repky od opelenia 22,5 %. Toto percento udáva, aká časť naturálneho výnosu repky bola spôsobená opaľovacou činnosťou včiel. Podľa dostupných údajov a zvolenej metodiky môžeme odhadnúť, že hodnota opelenia repky olejnej včelami mala v roku 2016 úroveň približne 34,50 mil. €.

Slničnica ročná sa pestovala v roku 2016 na Slovensku na pôde s výmerou 83,8 tis. hektárov. Na rozdiel od repky nie je z pohľadu znášky jarnou plodinou, ale je typická pre včelársku skorú jeseň. Ide o cudzoopelivú plodinu. Popovič (2008) uvádza, že percento závislosti opelenia slnečnice včelou dosahuje úroveň až 61,8 %. Zahraniční autori (napr. Morse – Claderone, 2000) uvádzajú vyššie hodnoty závislosti produkcie slnečnice od opelenia hmyzom a to vo výške 100 %, z toho závislosť od opelenia včelou 90 %. Hodnotu opelovacej činnosti včiel možno pri tejto plodine stanoviť na základe použitej metodiky na približne 49,36 mil. €.

Spomedzi olejní s sme odhadovali hodnotu opelovacej činnosti včiel u horčice, ľanu a sóje. U týchto troch plodín dosiahla spolu úroveň približne 2,53 mil. €. Presnejšie výsledky sú zobrazené v tabuľke 2.

Tab. 2 Hodnota opelovacej činnosti vybraných olejní

plodina	vplyv opelenia	produkcia (t)	zmena množstva (t)	cena výrobcu (€·t ⁻¹)	zmena v príjme výrobcu (€)
slnečnica ročná	0,618	246 496	152 334,53	324,00	49 356 387
repka olejná	0,225	430 549	96 873,53	356,70	34 554 786
horčica	0,855	1 871	1 599,71	530,70	848 963
ľan	0,025	2 338	58,45	363,50	21 247
sója	0,055	92 484	5 086,62	325,70	1 656 712

Zdroj FAOSTAT, Popovič (2008), vlastné spracovanie

Hodnota opelovacej činnosti za ovocné stromy a kríky

Včelárska jar je typická kvitnutím celého množstva ovocných stromov a kríkov. Napriek tomu, že väčšina ovocných druhov nie je pre včely významným zdrojom nektáru, potrebu opelenia včelami je pri niektorých druhoch ovocia možno charakterizovať ako veľmi vysokú. Niektoré z odrôd ovocných plodín sú samoopelivé (autofertilitné). Popovič (2008) vo svojom výskume však uvádza, že opelenie včiel prináša aj pri samoopelivých odrodách (napr. pri višni) úrody vyššie o niekoľko desiatok percent oproti stavu bez opelenia.

Tab. 3 Hodnota opelovacej činnosti vybraných ovocných stromov a kríkov

plodina	vplyv opelenia	produkcia (t)	zmena množstva (t)	cena výrobcu (€·t ⁻¹)	zmena v príjme výrobcu (€)
čerešne	0,935	603	563,81	1399,20	788 876
jabloň	0,901	20 722	18 670,52	347,20	6 482 405
hrušky	0,92	417	383,64	502,90	192 933
broskyne	0,48	1 134	544,32	621,55	338 322
hrozno	0,01	37 832	378,32	758,20	286 842
jahody	0,22	804	176,88	1967,10	347 941
marhule	0,56	232	129,92	1182,70	153 656
ríbezle	0,154	57	8,78	934,40	8 202
višne	0,565	29	16,39	650,50	10 658
slivky	0,64	494	316,16	397,80	125 768

Zdroj FAOSTAT, Popovič (2008), vlastné spracovanie

V najväčšej miere sú od opelenia závislé malvice. Najviac zastúpenou ovocnou rastlinou je v našich podmienkach jablň. Popovič (2008) zistil, že viaceré odrody jabĺk sú úplne závislé od opelenia včelou. Vo všeobecnosti však uvádza, že závislosť odrôd jabloní od opelenia dosahuje 90,1 %. Znamená to, že ak boli kvety jablone v čase kvitnutia opelené včelami, tak približne 90 % z úrody možno prisudzovať práve pôsobeniu opelovacej činnosti včiel. Kombinácia vysokého zastúpenia produkcie jabloní v ovocinárskej výrobe a súčasne vysokej závislosti tohto druhu od opelenia má za následok, že hodnota opelovania včelami je pri jabloniach najvyššia spomedzi všetkých ovocných rastlín a v roku 2016 dosiahla úroveň 6,48 mil. €. Ďalšou malvicou, u ktorej sme zisťovali hodnotu opelovacej činnosti včely bola hruška. Možno ju zaradiť medzi plodiny s vysokým stupňom potreby opelenia. Popovič (2008) uvádza závislosť tejto ovocnej dreviny od opelenia včelou až na úrovni 92 %. Opelovacia činnosť včiel má pri hruške hodnotu približne 193 tis. €. Veselý (2007) uvádza, že vysoko závislé na cuzoopelení sú kôstkovice ako čerešne, višne či slivky. Z uvedených sme na základe dostupných údajov kvantifikovali hodnotu opelovacej činnosti včiel pri čerešniach, ktorá v roku 2016 dosiahla úroveň takmer 789 tis. €. Spomedzi kôstkovíc sme ďalej zisťovali hodnotu opelovacej činnosti u broskyne a marhuli. Spomínané kôstkovice majú strednú potrebu opelenia a ich závislosť od opelovacej činnosti včiel sa podľa Popoviča (2008) pohybuje na úrovni približne 50 %. Hodnotu opelovacej činnosti včiel možno pri broskyni vyčíslieť na 338 tis. €. Pri marhuli bola hodnota opelovacej činnosti včiel na nižšej úrovni, a to približne 154 tis. €. Najmenšiu mieru závislosti od opelenia včelami spomedzi ovocia dosahujú bobuľoviny. Hodnota opelovacej činnosti dosiahla u sledovaných plodín (hrozno, jahoda, ríbezľa) spolu približne 643 tis. €. Presnejšie výsledky pri jednotlivých bobuľovinách sú znázornené v tabuľke 3.

Hodnota opelovacej činnosti za strukoviny

Vychádzajúc z dostupných údajov sme medzi plodiny, na základe ktorých odhadneme trhovú hodnotu opelovacej činnosti včiel, zaradili aj tri strukoviny – bôb, hrach a fazuľu. Závislosť uvedených strukovín od opelenia včelou je nízka (od 5,5 do 13,5 %), čo je spôsobené tým, že ide o autofertilitné plodiny. Hodnotu opelovacej činnosti včiel za uvedené strukoviny možno za rok 2016 na základe stanovenej metodiky vyčíslieť spolu na približne 365 tis. €. Presnejšie údaje sú znázornené v tabuľke 4.

Tab. 4 Hodnota opelovacej činnosti vybraných strukovín

plodina	vplyv opelenia	produkcia (t)	zmena množstva (t)	cena výrobcu (€/t ¹)	zmena v príjme výrobcu (€)
bôb	0,473	811	383,60	205,30	78 754
hrach jedlý	0,05	22 401	1120,05	246,90	276 540
fazuľa	0,135	108	14,58	674,10	9 828

Zdroj FAOSTAT, Popovič (2008), vlastné spracovanie

Celková hodnota opelovacej činnosti včelstiev

Celkovú hodnotu opelovacej činnosti včiel na Slovensku možno za rok 2016 na základe použitej metodiky odhadnúť na približne 95,54 mil. €. Tabuľka 5 znázorňuje hodnotu opelovacej činnosti včiel pri jednotlivých skupinách plodín. Hodnota opelovacej činnosti včiel je najvyššia u olejní. Pri slnečnici dosahovala úroveň 49,36 mil. €, čo predstavuje približne 51,7 % hodnoty opelovania všetkých trhových plodín zahrnutých do výpočtu. Zdôvodniť to možno predovšetkým vyšším rozsahom výroby, produkciou a cenou v porovnaní s ostatnými plodinami. Druhú najvyššiu hodnotu sme zaznamenali tiež u plodiny zo skupiny olejní a to u repky. Hodnota jej opelovania bola len o niečo nižšia ako hodnota opelenia repky a dosiahla úroveň približne 34,56 mil. €. Celkovo tvorila hodnota opelovacej činnosti včiel u olejní až 90,5 % celkovej hodnoty opelovania na Slovensku. Spomedzi ovocia dosahovala najvyššiu úroveň hodnota opelovacej činnosti pri jabloni (približne 6,48 mil. €), a to nie len z dôvodu jej vysokej potreby opelenia, ale aj preto, lebo jablň patrí medzi naše najbežnejšie ovocie a z hľadiska množstva produkcie ju možno zaradiť na prvé priečky. Vyššiu hodnotu opelovacej činnosti sme zaznamenali ešte u čerešne (takmer 788,9 tis. €). Hodnota opelovacej činnosti u ostatných druhov ovocia nepresiahla 400 tisíc €. Hodnota opelovania včelou dosiahla pri ovocí úroveň spolu približne 8,73 mil. €, čo predstavuje 9,14 % z odhadnutej celkovej hodnoty opelovacej činnosti. Podotýkame však, že z hľadiska nedostupnosti údajov nemohli byť do evaluácie

zaradené viaceré druhy ovocia závislého od opelenia (napr. nektárinky a pod.). Predpokladáme však, že hodnota ich opelovania by významne neovplyvnila celkovú hodnotu opelovacej činnosti. Najnižšiu hodnotu opelovacej činnosti včiel sme zaznamenali u skupiny strukoviny a to 365 122 €. Nižšia úroveň hodnoty opelovania pri strukovinách bola spôsobená nižším rozsahom ich výroby a produkcie a súčasne aj nízkou mierou potreby opelenia včelou v dôsledku ich samoopelivosti.

Tab. 5 Výsledná kvantifikácia hodnoty opelovacej činnosti včelstiev

skupina plodín	hodnota opelovacej činnosti
olejniny	86 438 096
ovocné stromy a kríky	8 735 604
strukoviny	365 122 €
spolu	95 538 822

Zdroj vlastné spracovanie

Záver

Hodnotu opelovacej činnosti včelstiev na Slovensku sme za rok 2016 s využitím stanovenej metodiky odhadli na približne 95,54 milióna €. Je nevyhnuté zdôrazniť, že meranie hodnoty opelovacej činnosti včiel je subjektívne a neexistuje univerzálna metodika jej stanovenia, preto aj výsledky kvantifikácie sa môžu výrazne líšiť. V našom prípade sme sa rozhodli z viacerých dôvodov použiť tzv. bioekonomický prístup. Ide o metódu, ktorá je zameraná na ohodnocovanie opelovacej činnosti včiel vnímanej v kontexte intenzifikačného faktoru, respektíve podpore ekonomických aktivít v poľnohospodárstve. Jej vhodnosť pre naše použitie vychádza najmä z toho dôvodu, že metóda je určená na ohodnotenie opelovacej činnosti včiel z lokálneho hľadiska a v porovnaní s ostatnými používanými metódami nie je náročná na potrebné údaje, ktorých dostupnosť je otázna.

Výsledok odhadu môže byť použitý pre ďalší výskum vo viacerých oblastiach, napr. pri ekonomickom hodnotení a oceňovaní ekosystémov a podobne. Potencionálne využitie kvantifikácie by mohlo byť tiež základom pri stanovovaní poplatkov za poskytnutie opelovacej služby v našich podmienkach a resp. pri tvorbe iných ekonomických nástrojov. V neposlednom rade, evaulácia má spĺňať informačnú funkciu, či už pre subjekty poľnohospodárskej prvovýroby (poukázanie na opelovanie ako významný intenzifikačný faktor), alebo pre subjekty hospodárskej politiky, kde by mohla slúžiť ako argument pri rozhodovaní o ďalšom smerovaní a rozvoji včelárstva na Slovensku a tým prípadne zabrániť neefektívnej alokácii zdrojov do lepšie ocenených oblastí.

Literatúra

- [1] ALLSOPP, M.H. – LANGE, J.L. – VELDTMAN, R. 2008. Valuing Insect Pollination Services with Cost of Replacement. In PLoS ONE. [online]. 2008, vol. 3, no. 9. [cit. 2018-04-03]. Dostupné na: <http://www.capeaction.org.za/uploads/Microsoft_PowerPoint_-_Veldtman,_R.pdf>.
- [2] CARRECK, N. - WILLIAMS, I.H. 1998. *Bees The economic value of bees in the UK*. In *Bee World*, 1998, vol. 79, no. 3. s. 115-123. ISSN 0005-772X
- [3] CORBET, S.S. – WILLIAMS, I.H. – OSBORNE, J.L. 1991. Bees and the pollination of crops and wild flowers in the European Community. In *Bee World*, 1991, vol. 72, no. 2. s. 47-59. ISSN 0005-772X.
- [4] FAOSTAT. [online] Dostupné na internete: <<http://faostat.fao.org/>>.
- [5] FISHER, B. et al. 2009. Defining and classifying ecosystem services for decision making. In *Ecological economics*, 2009, vol. 68, issue 3. s. 643 -653. ISSN 0921-8009.
- [6] GALLAI, N. et al. 2008. Economic valuation of the vulnerability of world agriculture confronted with pollinator decline. In *Ecological economics*. [online]. 2008. s. 810-821. [cit. 2018-04-04]. Dostupné na: <http://www.uoguelph.ca/canpolin/Publications/Gallai%202009%20EcolEcon%2068_810.pdf>.
- [7] HAJDU, K. 2007. Služby prírody. [online]. [cit. 2018-04-03]. Dostupné na: <http://www.veronica.cz/dokumenty/sluzby_prirody.pdf>.

- [8] KLUVÁNKOVÁ-ORAVSKÁ, T. 2006. Úvod do ekonomického hodnotenia a oceňovania biodiverzity : Učebné texty pre všetky formy vzdelávania. 2. nezmen. vyd. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2006. 40 s. Ochrana biodiverzity ; č. 58. ISBN 80-8069-675-6.
- [9] KOPERNICKÝ, M. – CHLEBO, R. 2002. *Včelárstvo*. 1. vyd. Nitra : SPU v Nitre, 2002. 73 s. ISBN 80-7137-996-4.
- [10] LAMPEITL, F. 1995. *Bienen halten*. 4. überarbeit. und erweit. Aufl. Stuttgart : Eugen Ulmer, 1995. 190 s. ISBN 3-8001-7305-0.
- [11] LEVICKÝ, Michal - GURČÍK, Ľubomír. Ekonomické a manažérske faktory chovu včelstiev na Slovensku. 1. vyd. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2014. 128 s. ISBN 978-80-552-1165-7.
- [12] MORSE, A.R. – CALDERONE, N.W. 2000. The Value of Honey Bees As Pollinators of U.S. Crops in 2000. [online]. New York : Cornell University, 2000. 15 p. [cit. 2018-02-03]. Dostupné na: <<http://www.utahcountybeekeepers.org/Other%20Files/Information%20Articles/Value%20of%20Honey%20Bees%20as%20Pollinators%20-%202000%20Report.pdf>>.
- [13] PAGIOLA, S. – RITTER, K. – BISHOP, J. 2004. Assessing the Economic Value of Ecosystem Conservation. In The World Bank Environment Department paper. [online]. 2004, no. 101. 58 s. [cit. 2018-02-03]. Dostupné na: <<http://129.3.20.41/eps/othr/papers/0502/0502006.pdf>>.
- [14] POPOVIČ, I. 2008. Včela medonosná - dôležitý biologický úrodovitý činiteľ vybraných plodín. Nepublikovaný materiál k vzdelávaciemu kurzu *Včelárske minimum*.
- [15] SCHUTYSER, F. – CONDÉ, S.. 2009. Progress towards the European 2010 target. EEA Report No 4/2009. [online]. [cit. 2018-04-03]. Dostupné na: <<http://www.eea.europa.eu/publications/progress-towards-the-european-2010-biodiversitytarget>>.
- [16] VESELÝ, V. et al. 2007. *Včelárství* 3. vyd. Praha : Brázda, 2007. 270 s. ISBN 80-2090-320-8.
- [17] WILLIAMS, I.H. 1996. Aspects of bee diversity and crop pollination in the European Union. In The Conservation of Bees : Linnaean Society Symposium Series 18. Londýn: Academic Press. pp. 210-226.

Ing. Michal Levický, PhD., Ústav ekonomiky a manažmentu, Fakulta prírodných vied, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Tr. A. Hlinku 1, 949 74 Nitra, e-mail: mlevicky@ukf.sk

Konkurencia krajín Európskej únie

Jarmila MIŽIČKOVÁ - Michal LEVICKÝ

Competition of European Union countries

Abstract

The aim of this paper is to focus attention on the identification of the competitiveness of the European Union and its fundamental problems. The first part is devoted to the theoretical definition of indicators to measure competitiveness and national competitiveness. The final chapter focuses on the instruments for promoting the competitiveness of the EU. Innovation, Science, Research and the future direction of the Slovak Republic in an effort to increase its competitive position.

Keywords: European Union, national competitiveness, measure competitiveness, crisis, Europe 2020

JEL Classification: Q57

Úvod

Na vymedzenie pojmu konkurencie v literatúre existuje mnoho definícií. Vo všeobecnosti konkurencieschopnosť znamená predávať tovary a služby, pri najlepšom využívaní kapitálových a ľudských zdrojov. Nie len samotné podniky ale aj krajiny a regióny sa snažia uspieť v konkurenčnom boji. Konkurencieschopnosť krajín je základným predpokladom zvyšovania životnej úrovne obyvateľstva danej krajiny.

Dlhodobá udržateľnosť konkurencieschopnosti je založená predovšetkým na inováciách, vede a výskume, ktoré napomáhajú k zvyšovaniu konkurencieschopnosti krajín. Preto je nevyhnutné, aby členské krajiny Európskej únie zvýšili svoj záujem hlavne v oblasti inovácii, ktoré sú základným predpokladom k zvyšovaniu konkurencieschopnosti krajín a hospodárskeho rastu.

1 Konkurencia a konkurencieschopnosť krajiny

„Konkurencieschopnosť je pojem, ktorý už prestáva byť niečím novým a neznámym no napriek tomu je stále ťažko merateľná. Súvisí to predovšetkým s jej komplexnosťou, ale aj špecifickosťou. Skúmanie konkurencieschopnosti sa orientuje prevažne na identifikáciu a popis rozhodujúcich faktorov.“ (KVAČALOVÁ, E. - MALÝ, J. – MRÁČEK, K. 2007.)

V odbornej literatúre sa nenachádza presná definícia konkurencieschopnosti, vyplýva to z viacerých dimenzií. Vo všeobecnosti môžeme konkurencieschopnosť rozlišovať podľa týchto základných úrovní:

- konkurencieschopnosť jednotlivcov,
- konkurencieschopnosť organizácií,
- konkurencieschopnosť krajín,
- konkurencieschopnosť regiónov,
- konkurencieschopnosti produktov,

Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD) definuje konkurenciu ako schopnosť spoločnosti, regiónov, odvetví ale i krajín vytvárať vysoké príjmy z vlastných výrobných faktorov. Najčastejšie sa však hodnotí podniková konkurencia, ktorá tvorí základ existencie podniku. (HOLKOVÁ, V. 2007)

Téme konkurencieschopnosti sa nevenovalo v minulosti až toľko pozornosti ako v súčasnej dobe a to aj napriek tomu, že správne nastavenie konkurenčného prostredia, tvorí hlavnú z podmienok fungovania trhového mechanizmu. Krajiny strednej Európy výrazne zaostávali v konkurencieschopnosti za vyspelými krajinami západnej Európy. Až snaha o rozšírenie Európskej únie smerom na východ spôsobila, že sa začal brať do úvah dôraz na problematiku konkurencieschopnosti. Konkurencia naberala veľký význam najmä v transformujúcich sa ekonomikách strednej a východnej Európy.

Konkurencieschopnosť je v súčasnosti veľkým problémom všetkých krajín sveta. Ide v podstate o uplatňovanie sa jednotlivých krajín na svetových trhoch, a práve tu je konkurencia mnohokrát vnímaná ako nepriateľ. Toto vnímanie je nesprávne, pretože konkurencia pre krajiny znamená hľadanie správnej cesty a zamerať sa na tú oblasť hospodárstva v ktorej môže zabezpečovať úžitok aj ostatným krajinám. Konkurencieschopnosť je nevyhnutná na zvyšovanie životnej a rastu celkovej produktivity hlavne v malých a otvorených ekonomikách, ktoré sú v prevažnej miere odkázané na priame zahraničné investície a medzinárodný obchod. Tento pojem obsahuje fyzickú a znalostnú infraštruktúru, indikátory trhu práce, podnikateľské prostredie krajín alebo reguláciu na trhoch tovarov a služieb a finančných trhoch. (KVAČALOVÁ, E. - MALÝ, J. – MRÁČEK, K. 2007.)

V druhej polovici 20. storočia Európa disponovala vysokými podielmi investícií, mala dostatočné množstvo kvalifikovanej pracovnej sily, vysoký podiel zahraničných investícií, dobre fungujúci inštitucionálny a právny systém. To bolo stimulom pre konkurencieschopnosť. V tom období sa Európa začala čoraz viac integrovať, čo jej konkurencieschopnosť len posilňovalo.

V 70. rokoch 20. storočia postupne dochádzalo k zníženiu rastu produktivity práce a zníženiu rastu HDP, dôsledkom viacerých faktorov ako napríklad veľké cenové šoky na trhu komodít a ropy. Ropné šoky spôsobili nedostatočnú výkonnosť západoeurópskych ekonomík. Na konci 20. storočia niektoré krajiny Európskej únie dosahovali veľmi priaznivé ekonomické výsledky avšak Európska únia ako spoločenstvo výrazne zaostávalo za vyspelejšími krajinami sveta. (KADEŘÁBKOVÁ, A. 2003)

2 Vplyv vybraných faktorov na konkurencieschopnosť

V dnešnom svete globalizácie už dávno nestačí prírodný potenciál krajiny a prírodné zdroje na schopnosť konkurovať. Do popredia sa výrazne dostávajú inovácie, veda a výskum. Inovácie sú hlavnou hnacou silou každej vyspelej ekonomiky.

Dôležité sú najmä investície do výskumu a vývoja, do kvalitných vedecko – výskumných inštitúcií, ktoré sú schopné generovať znalosti nevyhnutné na vývoj nových technológií, ďalej je potrebné rozvíjať spoluprácu medzi univerzitami a priemyslom v oblasti výskumu a technologického vývoja, ochrany duševného vlastníctva, prístupu k rizikovému kapitálu. (SCHWAB, 2013)

Základom inovácii sú nové poznatky, ktoré sa stavajú nositeľom technologického pokroku, pokiaľ prinášajú ekonomický efekt. Preto sme si vybrali oblasť inovačnej výkonnosti vybraných krajín Európskej únie, v našom príspevku sme sa zamerali na krajiny V4, pomocou Globálneho Indexu Inovácií.

V nasledujúcej tabuľke sú prezentované výsledky hodnotenia krajín V4 v rámci sledovaného indexu Inovácií.

Slovenská republika zvýšila svoj výkon v porovnaní s EU v oblasti inovácií o 0,8% a radí sa do kategórie moderného inovátora.

Poľská republika, ktorá oproti roku 2010 zvýšila svoj inovačný výkon o 2% a patrí k miernym inovátorom.

Česká republika patrí k miernym inovátorom a od roku 2010 zvýšila svoj výkon v porovnaní s EU o 3,5 %.

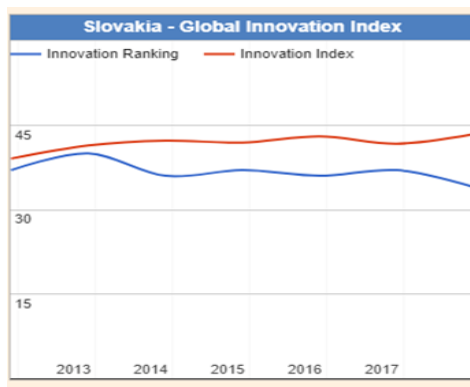
Maďarská republika patrí medzi moderných inovátoroch i napriek tomu, že jej výkonnosť v porovnaní s EU od 2010 poklesla o 3,5%.

Tab. 1 SUMMARY INOVATION INDEX

SUMMARY INOVATION INDEX	Rok 2014	Rok 2015	Rok 2016
Slovenska republika	66	71	70
Česká republika	83	85	84
Maďarská republika	67	67	67
Pol'ská republika	54	52	55

Zdroj Globálny Inovačný Indexe 2014- 2017, vlastné spracovanie

V nasledujúcej tabuľke si porovnáme vývoj výdavkov nami sledovaných krajín do vedy a výskumu za obdobie od roku 2014, 2015 a 2016. Aj napriek tomu, že inovácie, veda a výskum každoročne napreduje, stále nami sledované krajiny zaostávajú za svetovými lídrami ale aj za priemerom Európskej únie.

Obr. 1 Globálny inovačný index Slovenská Republika

Zdroj COUNTY ECONOMY. 2017. *Global Innovation Index*, [online].

Európska komisia vytvorila rebríček najinovatívnejších krajín Európskej únie.

Rebríček rozdelila do štyroch skupín:

- Najlepší novátori – Švédsko, Nemecko, Dánsko a Fínsko. Sú to krajiny, ktorých výsledky výrazne prevyšujú priemer Európskej únie.
- Úspešný novátori – Holandsko, Luxembursko, Belgicko, Spojené kráľovstvo, Rakúsko, Írsko, Francúzsko, Slovinsko. Tieto krajiny mierne presahujú priemer Európskej únie.
- Mierni novátori – Taliansko, Španielsko, Cyprus, Estónsko, Portugalsko, Česká republika, Grécko, Slovensko, Maďarsko, Malta, Litva. Tieto krajiny sú pod priemerom Európskej únie.
- Slabší novátori – Poľsko, Lotyšsko, Rumunsko, Bulharsko. Tieto krajiny sú pod výrazným priemerom Európskej únie. [8, online]

Podľa zistených informácií z Eurostatu najvyššie výdavky na vedu a výskum dlhodobo majú krajiny Japonsko, Švédsko či Japonsko. Ako je možné vidieť v tabuľke v roku 2016 najviac vynaložila na vedu a výskum Maďarská republika a to 1,80% a predbehla v rebríčku Česku republiku. Na konci nášho rebríčka je Slovenská republika, ktorá zaznamenala pokles výdavkov na vedu a výskum oproti roku 2015 a to o 0,39% a prvý krát za posledné roky zaznamenala pokles výdavkov na vedu a výskum v % HDP.

Tab. 2 Podiel výdavkov na vedu a výskum v % HDP

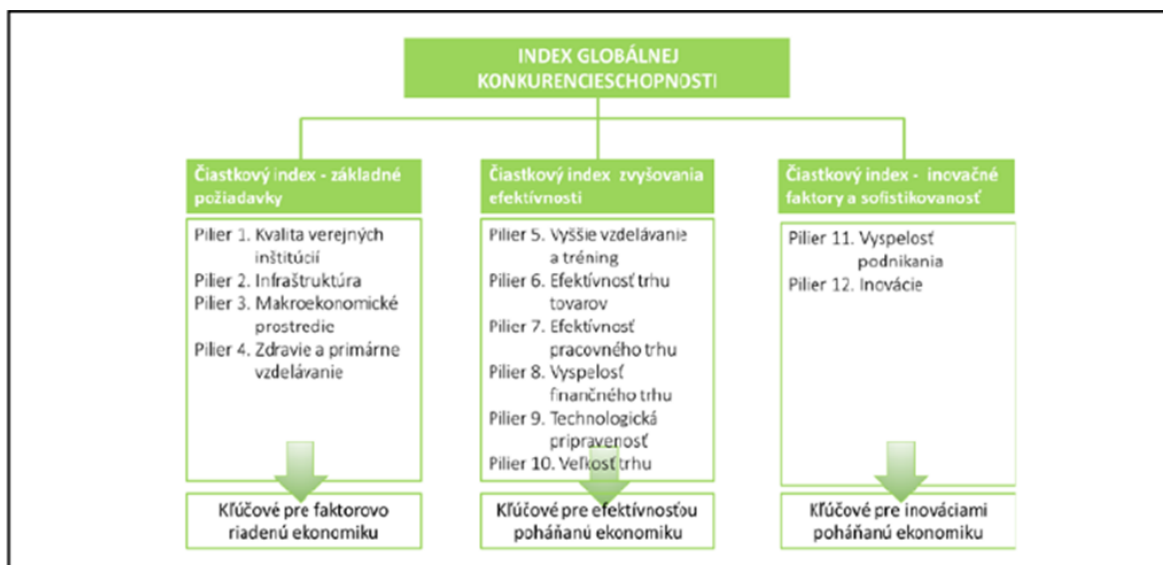
Výdavky na vedu a výskum (v % HDP)	Rok 2014	Rok 2015	Rok 2016
Slovenska republika	0,88	1,18	0,79
Česká republika	1,97	1,95	1,68
Maďarská republika	1,36	1,38	1,80
Poľská republika	0,87	0,91	0,97

Zdroj Vedecký časopis *FINANČNÉ TRHY*, 2017, vlastné spracovanie

3 Hodnotenie konkurencieschopnosti prostredníctvom Indexu Konkurencieschopnosti Svetového ekonomického fóra

Svetové ekonomické fórum už od roku 1979 každoročne vydáva správu o globálnej konkurencieschopnosti krajín. Je založený na hodnotení 12 pilierov a tieto piliere sú rozdelené do troch čiastkových pilierov. Hodnotí konkurencieschopnosť 137 ekonomík sveta.

Obr. 2 Zloženie indexu globálnej konkurencieschopnosti



Zdroj HRČKO, J. 2017 Index globálnej konkurencieschopnosti a postavenie SR

Slovenskej republike v rebríčku globálnej konkurencieschopnosti Svetového ekonomického fóra patrí 59 miesto. V porovnaní s minulým rokom sa posunula až o šesť priečok. Napriek celkom peknému posunu, Slovenská republika stále ostáva treťou najhoršie hodnotenou krajinou v rámci Európskej únie. Pred tým je ešte Chorvátsko, Rumunsko, Grécko a Cyprus.

V rámci krajín Vyšeľhadskej štvorky je na tom najlepšie Česka republika, ktorá si aj tento rok udržala 31 miesto. Poľsko mierne kleslo o 3 priečka na 39 miesto. Slovenská republika ako sme už vyššie spomínali zaujala 59 miesto a v rámci V4 jej patrí 3 miesto. Tesne za nami skončilo Maďarsko, ktoré si taktiež polepšilo oproti minulému roku a to až o 9 priečok. V celkom hodnotení mu patrí 60 miesto.

Obr. 3 Výsledky hodnotenia Indexu globálnej konkurencieschopnosti

Index globálnej konkurencieschopnosti (GCI)			
Krajina	GCI 2017/8	GCI 2016/7	Zmena
	Pozícia	Pozícia	
Švajčiarsko	1	1	→
USA	2	3	↑
Singapur	3	2	↓
Holandsko	4	4	→
Nemecko	5	5	→
Hong Kong	6	9	↑
Švédsko	7	6	↓
V. Británia	8	7	↓
Japonsko	9	8	↓
Fínsko	10	10	→
Česká rep.	31	31	→
Poľsko	39	36	↓
Slovensko	59	65	↑
Maďarsko	60	69	↑

Zdroj PODNIKATEĽSKÁ ALIANCIA SLOVENSKA, 2017. Správa o globálnej konkurencieschopnosti 2017-2018. [online].

Záver

Na základe zistených informácií, môžeme inovácie považovať za jeden z prvkov, ktorý pozitívne ovplyvňuje ekonomické ukazovatele krajín. Rozhodnutie krajín investovať značné finančné prostriedky do inovácií vo viacerých prípadoch znamenali pre krajinu veľký posun smerom v pred, pretože stimulom rastu ekonomík sú v dnešnej dobe predovšetkým investície do vedy a výskumu. Na základe zistení, ktoré sa nám podarilo zistiť môžeme konštatovať, že v rámci krajín V4 majú krajiny Poľsko aj napriek tomu, že za posledný rok má menší pokles, Česká republika spolu s Maďarskom a Slovenskou republikou potenciál konkurenčného rastu. Napriek tomu, že od roku 2014 sa každá z krajín posunula v rebríčku vyššie, pretrvávajú výzvy na potreby kvalifikovanej pracovnej sily, kvality infraštruktúry ale aj v oblasti inovácii a vedy a výskumu. V spoločenstve, v ktorom patria inovácie dlhodobo za jeden z najdôležitejších faktorov, ktoré ovplyvňujú ekonomický rast celej krajiny a konkurencieschopnosť, je nevyhnutné aby krajiny prijali potrebné opatrenia na zvyšovanie investícií práve do inovácií.

Literatúra

- [1] HOLKOVÁ, V. 2007. Národohospodárska politika: Zvolen: Technická univerzita Zvolen: s. 98. ISBN: 978-80-228-1806-3
- [2] BRACJUN, A. 2008. Hospodárska politika Európskej únie. Bratislava: Spirit. 201 s. ISBN: 978-80-969927-8-2
- [3] KVAČALOVÁ, E. - MALÝ, J. – MRÁČEK, K. 2007. Základy evropské konkurencieschopnosti: Praha: Professional publishing: 117 s. ISBN: 978-80-86946-54-2
- [4] KADERÁBKOVÁ, A. 2003. Základy makroekonomické analýzy. Praha: Linde: 520 s. ISBN: 808613136X

- [5] VINCÚR, P a kol. 2011. Teória a prax hospodárskej politiky: Bratislava: Spirit: 408 s. ISBN: 978-80-89085-80-4
- [6] EURÓPSKA KOMISIA, 2013. Veda a inovácie. [online]. dostupné na internete: http://ec.europa.eu/news/business/130326_sk.htm
- [7] EURÓPSKA KOMISIA, 2013. Výsledky inovácii v EÚ. [online]. dostupné na internete: http://ec.europa.eu/news/business/130326_sk.htm
- [8] PODNIKATELSKÁ ALIANCIA SLOVENSKA, 2015. Výsledky Správy o globálnej konkurencieschopnosti 2015-2016. [online]. dostupné na internete: <http://alianciapas.sk/p5816/>
- [9] COUNTRY ECONOMY, 2017. Global Innovation Index 2017. [online]. dostupné na internete: <https://countryeconomy.com/government/global-innovation-index/czech-republic>
- [10] HOLKO, J. 2017. Index globálnej konkurencieschopnosti a postavenie SR. [online]. dostupné na internete: https://www.researchgate.net/publication/324570276_Index_globalnej_konkurencieschopnosti_a_postavenie_SR
- [11] World Economic Forum - The Global Competitive ness Report 2017–2018. Ed: Klaus Schwab, ISBN: 978-1-944835-11-8.

Mgr. Jarmila Mižičková, Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave, Ústav ekonómie a manažmentu, Katedra malého a stredného podnikania, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: jarmila.mizickova@vsemvs.sk

Ing. Michal Levický, PhD., Ústav ekonomiky a manažmentu, Fakulta prírodných vied, Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Tr. A. Hlinku 1, 949 74 Nitra, e-mail: mlevicky@ukf.sk

Mestá a ich význam pre rozvoj územia

Lucia POSPIŠOVÁ

Cities and their importance in development

Abstract

Cities, no matter how small, are and always will be the engines of economy and social development. Cities are territories with the highest concentration of activities – both positive and negative. It is necessary to develop them in sustainable way to make them liveable and attractive. In global scale, urbanization is growing in the fastest way in human history. Currently half of the world's population live in cities. The aim of the contribution is to summarize attitudes on sustainable development and contribution of cities to the development of countries from global, European and national perspective.

Keywords: urban development, sustainable regional development, city planning

JEL Classification: R580 Regional Development Planning and Policy

Úvod

Príspevok poukazuje na dôležitosť miest pri rozvoji rôznych území, či už regiónov alebo krajín. Cieľom príspevku je sumarizácia postojov k udržateľnému mestskému rozvoju a prínosu miest k rozvoju krajín z globálneho, európskeho a národného pohľadu. Metodika vychádza z charakteru príspevku ako prehľadového článku. Podrobne, v logickej nadväznosti, je charakterizovaný integrovaný prístup k rozvoju miest a ich funkčných území. Mestský rozvoj je identifikovaný v medzinárodnom kontexte prostredníctvom Agendy 2030 a udržateľného rozvoja miest v súvislosti s celosvetovou konferenciou HABITT III. Ďalším priemetom je integrovaný prístup k mestskému rozvoju z pohľadu EÚ. Uvedené prístupy sú konfrontované s aktuálnymi realiami SR a to prostredníctvom Partnerskej dohody na roky 2014 – 2020 a podpory Najmenej rozvinutých okresov. V príspevku naznačujem Koncepciu mestského rozvoja SR do roku 2030 ako víziu založenú na zhodnocovaní endogénnych zdrojov v záujme čo najvyššej kvality života. Použitá literatúra: jednotlivé dokumenty Slovenskej republiky, Európskej únie, Európskej komisie, Organizácie spojených národov, OECD, údaje Štatistického úradu SR, vlastné vedecké pozorovanie a analýzy.

Stále viac a viac ľudí žije, pracuje a trávi svoj voľný čas v mestách. Mestá ponúkajú živnú pôdu pre začatie podnikania, poskytujú platformu pre kultúrny dialóg a rozmanitosť a zároveň sú inkubátormi pre inovácie. Pri súčasnom trende urbanizácie bude význam miest a mestských oblastí naďalej rásť. Tento rast je však sprevádzaný zložitými problémami. Mestá sú tiež miesta, kde sú mnohé problémy koncentrovanejšie – nezamestnanosť, segregácia a chudoba.

1 Mestá a ich význam

V globálnom meradle zaznamenáva urbanizácia najprudší nárast v histórii ľudstva. V mestách žije polovica svetovej populácie a tvorí sa v nich až 70 % svetového HDP. Podľa výskumov Európskej komisie (2016) a Holandskej agentúry pre environmentálne posudzovanie (2016) v európskych mestách, ktoré sú vzhľadom na rast pomerne stabilizované, v súčasnosti žije takmer 72 % obyvateľstva a tvoria sa v nich viac ako dve tretiny HDP. Mestá sú hnacou silou hospodárstva a možno ich považovať za katalyzátor kreativity a inovácie (Pospíšová, 2017/20).

Pri rozvoji miest však samozrejme nemôžeme zabúdať na vidiek, ktorý je výrazne ovplyvňovaný rozvojom miest najmä v rámci funkčných území, resp. nodálnych regiónov. Úspešný rozvoj miest poskytujúcich kvalitný život pre obyvateľov a subjekty na svojom území výrazne ovplyvňuje rozvoj krajiny.

OECD (2013/18) spolu s Európskou komisiou (2012/8) definujú mesto na základe 4 základných krokov a definícia je založená na prítomnosti mestského centra a nového priestorového konceptu založeného na bunkách s vysokou hustotou obyvateľstva. V týchto štyroch krokoch sa zo siete vyberú bunky s hustotou viac ako 1 500 obyvateľov na km². Následne sú zoskupené susediace bunky s vysokou hustotou a medzery sú vyplnené. Klastre s minimálnym počtom obyvateľov 50 000 sú zaradené medzi mestské centrá. Samosprávy (LAU 2), kde aspoň polovica obyvateľov žije v mestskom centre, sú vybrané ako kandidáti na súčasť mesta. Definované mesto zabezpečuje previazanosť na politickú úroveň, má aspoň 50 % obyvateľov žijúcich v mestskom centre a aspoň 75 % populácie mestského centra žije v meste.

V Slovenskej republike je možné za mesto vyhlásiť obec, ktorá splní podmienky stanovené zákonom č. 369/1990 Slovenskej národnej rady o obecnom zriadení.

1.1 Integrovaný prístup

Viaceré problémy, ktorým Európa čelí v ekonomickej, environmentálnej a sociálnej oblasti poukazujú na potrebu integrovaného a územného miestneho prístupu, ktorý zabezpečí efektívnu odozvu. Tento prístup je viacozmerný, zameraný na charakteristiky a výsledky jednotlivých miest, ktoré môžu znamenať prekročenie tradičných administratívnych hraníc, a môže vyžadovať väčšiu ochotu zo strany rôznych vládnych úrovní spolupracovať a koordinovať činnosti na dosiahnutie spoločných cieľov. Toto všetko je v súlade s novým cieľom územnej súdržnosti, ktorý priniesla Lisabonská zmluva potvrdzujúca, že ekonomickú a sociálnu súdržnosť na európskej úrovni nemožno dosiahnuť bez hlbšieho zamerania sa na územný vplyv politiky EÚ (Európska komisia, 2014/6).

Integrovaný prístup podčiarkuje skutočnosť, že podpora rozvoja si vyžaduje úzku koordináciu verejných politik. Územný prístup tiež zdôrazňuje potrebu pracovať s pružnejším vnímaním geografie, keďže môže ísť o malé územné celky, napríklad ostrovy alebo mestské časti, prípadne o veľké celky, ako sú metropolitné regióny či makroregióny. Integrovaný prístup napokon predstavuje výzvu aj pre ľudí pôsobiacich v teréne. Zavedenie integrovaného prístupu k regionálnemu hospodárskemu rozvoju si vyžaduje, aby tvorcovia politik využívali programové stratégie, ktoré sa zameriavajú na skutočné potreby bez toho, aby boli skreslené relatívnou ľahkosťou vynakladania prostriedkov na jednotlivé sektory. Tento prístup si vyžaduje stanovenie cieľov a úloh na základe analýzy problémov, ktorým čelí daný región (Európska únia, 2010/10).

1.2 Funkčné územie

Mnohé empirické štúdie publikované na Slovensku i v zahraničí priniesli presvedčivé dôkazy o tom, že územné jednotky vytvorené pre potreby verejnej správy nepredstavujú vhodný rámec. V geografickej literatúre sa vykryštalizoval názor, že ideálny regionálny systém na štúdium procesov rastu a redistribúcie obyvateľstva, migračnej mobility a regionálnych dimenzií sídelných systémov tvoria špecifické regionálne jednotky, nazývané funkčné mestské regióny. Tie sa vymedzujú na základe denných tokov za prácou medzi jadrom regiónu a jeho zázemím. Funkčné mestské regióny predstavujú špecifickú kategóriu funkčného regiónu, definovanú na základe kritérií týkajúcich sa priestorovej interakcie medzi mestom a jeho okolím. V každom funkčnom mestskom regióne sa rozlišuje jadro, pozostávajúce z jedného alebo niekoľkých miest a obvod, spojený s jadrom sieťou väzieb rôzneho druhu, intenzita ktorých klesá s rastúcou vzdialenosťou od jadra (Bezák, 2000/2). Funkčné regióny môže nazvať aj nodálnymi. Tie sa rovnako zakladajú na väzbách medzi nodálnym centrom (uzlom, strediskom) a jeho zázemím (perifériou). Prevládajú v nich horizontálne väzby, ktoré spájajú prvky v priestore do jedného systému, predstavujúc prúdy hmoty, energie a informácií. Kritériom vymedzenia je sila väzieb medzi prvkami, najmä medzi uzlom a zázemím (Oremusová, 2007/19).

Podľa metodiky OECD (2013/18) pozostáva funkčná oblasť z mesta a jeho dochádzkovej zóny. Mesto je miestnou správnou jednotkou, kde väčšina obyvateľov žije v mestskom centre s počtom obyvateľov najmenej 50 000. Dochádzková zóna pozostáva z okolitých dochádzkových oblastí. Z týchto oblastí je najmenej 15 % obyvateľov zamestnaných v meste.

Funkčné mestské oblasti (FUA) sú základom trhu práce, kľúčovými hybnými silami hospodárskej výkonnosti na európskej, národnej, regionálnej a miestnej úrovni a zároveň sú dôležitými štruktúrami pri

plnení cieľov stratégie Európa 2020. Európa je charakterizovaná polycentrickou sieťou FUA, ktorá odzrkadľuje rôznorodosť a hustotu európskeho mestského systému zahŕňajúc mestá a mestské oblasti rôznej veľkosti aj s doplnkovými funkciami. FUA sú pre Európu dôležitým územným bohatstvom z dôvodu ich úlohy pri udržiavaní kritickej masy pre rozvoj, posilňovanie prepojení medzi mestom a vidiekom a podporou spolupráce medzi mestami, ktoré patria do cezhraničnej oblasti, makroregiónu alebo dokonca svetovej integrácie (ESPON, 2014/5).

2 Medzinárodný kontext mestského rozvoja

Slovensko sa rozvíja ako súčasť Európskej únie a medzinárodného spoločenstva a je súčasťou globálnej ekonomiky. Mestský rozvoj je výraznou mierou ovplyvnený rôznymi faktormi, ako napríklad: zmena klímy, sociálne a demografické zmeny a procesy, technický a technologický rozvoj.

2.1 Udržateľný rozvoj v globálnom meradle – Agenda 2030

Doposiaľ najvýznamnejším aktuálnym rozvojovým dokumentom v globálnom meradle je Agenda 2030 pre udržateľný rozvoj. Kľúčovými princípmi Agendy 2030 vytýčenými v dokumente schválenom Valným zhromaždením OSN v septembri 2015 „Transformujeme náš svet: Agenda 2030 pre udržateľný rozvoj“ sú transformácia, integrácia a univerzálnosť. Agenda 2030 nadväzuje na Miléniovú deklaráciu OSN z r. 2000. Miléniové rozvojové ciele (MDGs) boli vôbec prvou spoločnou víziou a prvým široko akceptovaným rámcom pre globálny rozvoj a tvorbu rozvojovej politiky. Agenda zahŕňa aj akčný program z Addis Abeby schválený OSN v júli 2015, v ktorom sa stanovujú rôzne prostriedky potrebné na vykonávanie agendy do roku 2030 vrátane domácich zdrojov, súkromných financií a oficiálnej rozvojovej pomoci. (MŽP SR/26)

Agenda 2030 obsahuje 17 cieľov v oblasti udržateľného rozvoja (SDGs – Sustainable Development Goals) a 169 súvisiacich čiastkových cieľov, ktoré boli jednohlasne prijaté 193 krajinami. Ciele majú za ambíciu usmerňovať štrukturálnu politickú, ekonomickú a sociálnu premenu jednotlivých krajín sveta v reakcii na hrozby, ktorým ľudstvo dnes čelí. Integrovaný prvok sa v Agende prejavuje ako prepojenie všetkých troch dimenzií udržateľného rozvoja: ekonomickej, sociálnej a environmentálnej. Vyjadruje zámer krajín viesť ich rozvoj smerom k udržateľnosti a nastaviť ich národné politiky, stratégie a plánovanie tak, aby prispievali k dosiahnutiu globálnych cieľov v oblastiach, ako sú chudoba, nerovnosť, zdravotníctvo, potravinová bezpečnosť, udržateľná spotreba a výroba, rast, zamestnanosť, infraštruktúra, udržateľné hospodárenie s prírodnými zdrojmi, zmena klímy, ako aj rodová rovnosť, mierové a inkluzívne spoločnosti, prístup k spravodlivosti a zodpovedné inštitúcie. Nové ciele sú koncipované tak, aby sa pokračovalo v plnení predchádzajúcich Miléniových rozvojových cieľov z roku 2000 a záväzkov z Ria, ale zároveň sa sledovali aj ciele v celom rade ďalších oblastí. (MŽP SR/26, MDV SR, 2018/15)

Slovenská republika sa k implementácii Agendy 2030 prihlásila v dokumente „Východiská implementácie Agendy 2030 pre udržateľný rozvoj“ schválenom uznesením vlády č. 95/2016. Spôsob, akým bude v nasledujúcich dekádach zvládnutý rozvoj miest, bude plnenie Agendy 2030 výrazne ovplyvňovať, pričom je zrejmé, že prudko rastúce mestské aglomerácie v celosvetovom meradle jej úspešnosť významne ovplyvňujú. Pre mestský rozvoj je dôležitý cieľ 11, podľa ktorého majú byť mestá a ľudské sídla inkluzívne, bezpečné, odolné a udržateľné. V súčasnosti sa pripravuje postup vnútroštátnej implementácie Agendy 2030.

2.2 HABITAT III

Pozornosť, ktorá sa venuje mestám, zosilnela aj v súvislosti s celosvetovou konferenciou OSN o bývaní a udržateľnom rozvoji miest HABITAT III. Výsledky konferencie Habitat III nadviazali na skúsenosti z predchádzajúcich konferencií Habitat, a zároveň reagujú na výzvy z obdobia po konferencii Habitat II. Medzi nové výzvy patria najmä: nepredvídateľne rýchly rast mestských oblastí v niektorých regiónoch a zároveň vysídľovanie mestských oblastí v iných častiach; vplyvy klimatických zmien; zhoršovanie životného

prostredia; zvýšená záťaž na zdravie obyvateľov, prírodné zdroje a biodiverzitu; geografická a sociálna nerovnosť alebo osobitné potreby vysídlených osôb a migrantov.

Konferencia Habitat III významne podporila a rozpracovala najmä SDG č. 11, podľa ktorého by „mestá a ľudské sídla“ mali byť „inkluzívne, bezpečné, odolné a udržateľné“. Okrem toho NUA je významne prepojená s napĺňaním ďalších multilaterálnych rámcov dohodnutých v roku 2015: akčného programu z Addis Abeby, novej dohody o zmene klímy – COP 21, schválenej na konferencii OSN v Paríži a sendaiského rámca pre znižovanie rizika katastrof.

Výsledný dokument Nová urbánna agenda formuluje princípy a ciele udržateľného urbánneho rozvoja na najbližších 20 rokov. Nová urbánna agenda sa v mnohých aspektoch významne líši od dokumentu z predchádzajúcej konferencie HABITAT II. Rozvoj miest za ostatných 20 rokov významne akceleruje. Mestá sú príčinou mnohých problémov, zároveň obeťou ich dôsledkov a kľúčom k ich riešeniu. Zatiaľ čo výsledný dokument konferencie HABITAT II pojednával vo veľkej miere oddelene o problémoch „rozvojových“ a „rozvinutých“ krajín, Nová urbánna agenda sa týka všetkých krajín. Jej podstatou je prepojenie ekonomického rozvoja, sociálnej inklúzie a environmentálnej udržateľnosti s otázkami demokratických inštitúcií, dobrého vládnutia, či úcty k ľudským právam. Nová urbánna agenda popisuje stav, ktorý je žiaduce dosiahnuť, aby mohli byť hodnoty, ktoré mestské aglomerácie tvoria, zachované a rozvíjané (MDV SR, 2017/16).

Aktívna účasť SR na procese prípravy Novej urbánnej agendy prispela k jej aktuálnosti aj pre naše národné podmienky a má potenciál pozitívne ovplyvniť implementáciu jej cieľov v slovenských podmienkach. Proces implementácie sa bude opierať o analýzu východiskového stavu popísaného v Národnej správe o rozvoji miest SR pre potreby konferencie HABITAT III (MDV SR, 2017/16).

2.3 Európska únia a integrovaný prístup

Európska únia sa úlohou miest a ich rozvojom systematicky zaoberá už viac ako 25 rokov. Chápanie mestského rozvoja sa v ostatných rokoch vo väčšine európskych krajín výrazne posunulo a rozšírilo. Na mestský rozvoj sa hľadí v širokom kontexte ako na množstvo rôznych spoločenských, ekonomických, environmentálnych, technických i kultúrnych problémov, ktoré v mestách nadobúdajú svoju viditeľnú podobu.

Európska komisia v roku 1994 spustila program URBAN. Počas jeho realizácie sa začala rozvíjať koncepcia integrovaného prístupu. Hlavným cieľom bolo prekonať sektorový prístup v rozvojových územiach a nájsť komplexné riešenia, ktoré boli zamerané na materiálnu, ekonomickú a sociálnu dimenziu rozvoja miest. Na začiatku bol tento prístup určený k revitalizácii zanedbaných oblastí. Neskôr, po realizácii pilotných projektov a vylepšení konceptu využitia integrovaného prístupu bol rozšírený od pôvodného využitia v zanedbaných územiach k všeobecnému prístupu rozvoja území s ohľadom na všetky dimenzie (plánovanie, ekonomický rozvoj, sociálne záležitosti). Zároveň sa preukázalo, že je nutné zapojiť všetky úrovne verejnej správy (národná, regionálna, miestna) a tiež aj súkromný sektor a občiansku spoločnosť. Integrovaný prístup sa neskôr stal základnou požiadavkou s ohľadom na mestský rozvoj, životné prostredie a kvalitu života obyvateľov. Integrovaný prístup umožňuje mestám reagovať na výzvy ako globalizácia, demografické a klimatické zmeny komplexne (Pospíšová, 2017/20)

Počas vývoja integrovaného prístupu bolo na úrovni Európskej únie prijatých viacero dokumentov súvisiacich aj s mestským rozvojom. Jedným z prijatých dokumentov je Akčný program z Lille. Bol prijatý na neformálnom stretnutí ministrov v novembri 2000 a bol viacročným návrhom spolupráce v oblasti mestských záležitostí.

Akčný program z Lille (2000/1) navrhuje deväť priorít zameraných na:

- 1) uznanie úlohy miest v územnom plánovaní, zdôrazniť kľúčovú úlohu mestských centier, zlepšenie vzťahov medzi mestskými a vidieckymi oblasťami;
- 2) nový prístup mestských politík na národnej a miestnej úrovni, stratégie by mali byť vytvárané s cieľom podporiť udržateľný mestský rozvoj integrujúci ekonomické, environmentálne, sociálne a kultúrne faktory v mestskom rozvoji;

3) podporu komunitného života v deprivovaných štvrtiach, zvyšovanie povedomia občanov o mestských záležitostiach a zlepšiť ich participáciu;

4) opatrenia na riešenie sociálnej, etnickej a diskriminačnej segregácie v znevýhodnených štvrtiach; vytváranie rovných a porovnateľných životných podmienok pre ľudí, podporu integrácie etnických menšín a boj proti rasovej diskriminácii;

5) podporu integrovaného a vyváženého rozvoja miest tak, aby rozvoj v jednej mestskej oblasti nespôsobil úpadok v iných mestských oblastiach a politiky, ktoré sa zameriavajú na problémy mesta a zároveň aj okolia;

6) rozvoj partnerstva medzi verejným a súkromným sektorom v obnove miest a najmä v posilnení hospodárskeho života v znevýhodnených oblastiach;

7) šírenie osvedčených postupov a vytváranie sietí, podporu šírenia výsledkov získaných členskými štátmi v oblasti rozvoja miest, vytvorenie sietí spájajúcich aktérov mestského rozvoja s cieľom zdieľať vedomosti a skúsenosti;

8) využívanie moderných technológií (ako internet), ktoré majú byť použité ako nástroj mestskej politiky, pokiaľ ide o zlepšenie zamestnanosti, vzdelávania, dopravy a sociálnej súdržnosti;

9) ďalšie analýzy mestských oblastí s cieľom prehĺbiť vedomosti o vzájomne prepojených javoch ako napríklad: nezamestnanosť, trestná činnosť, sociálne služby, kultúrne hodnoty, životné prostredie, udržateľný rozvoj, politiky regenerácie mestských oblastí a ďalšie.

Výsledkom Akčného programu z Lille bolo aj vytvorenie Operačného programu URBACT, ktorý vznikol z európskej iniciatívy URBAN s cieľom zabezpečovať výmenu skúseností z úspešných projektov v oblasti rozvoja miest. URBACT začal svoju činnosť v roku 2003 a neustále podporuje integrovaný prístup k rozvoju miest. Realizácia projektov v rámci operačného programu priniesla viacero poznatkov. Integrovaný prístup k mestskému rozvoju podporuje rast a zamestnanosť a zároveň skvalitňuje spoločnosť a životné prostredie. Je veľmi dôležité aby mestá akejkoľvek veľkosti zlepšovali kvalitu života svojich obyvateľov a v tom istom čase redukovať negatívne životné prostredie. Ekonomický rozvoj môže byť udržateľný v prípade, že je sprevádzaný opatreniami s cieľom znížiť chudobu, sociálnu exklúziu a environmentálne problémy (URBACT/12).

Nasledujúci a podporujúci Akčný program z Lille bolo v roku 2004 prijaté Rotterdam Urban Acquis. Poskytlo strategické a operatívne kľúčové princípy ako východisko pre spoločnú mestskú politiku. Tento dokument vyjadruje potrebu kompaktných miest ako aj miestne orientovaný prístup k zanedbaným lokalitám. Zároveň s cieľom zintenzívniť výmenu skúseností bolo založené European Urban Knowledge Network (EUKN).

Bristolská dohoda, ktorá zdôraznila prínos miest k rozvoju, bola prijatá v roku 2005. Vďaka nej sa rozvoj miest stal hlavnou témou diskusie v celej Európe. Zároveň definovala udržateľné komunity ako aktívne, inkluzívne a bezpečné, dobre riadené, dobre prepojené, environmentálne citlivé, prosperujúce, dobre navrhnuté a postavené a spravodlivé pre všetkých.

Jedným z najdôležitejších európskych dokumentov viažucich sa k integrovanému prístupu je Lipská charta prijatá v roku 2007. Charta je postavená na cieľoch akčného programu z Lille, deviatich princípoch Rotterdam Urban Acquis a definície udržateľných komunít z Bristolskej dohody. Po prvýkrát bol načrtnutý model európskeho mesta 21. storočia. Cieľom dokumentu bolo vytvoriť rovnoprávne partnerstvo medzi mestami a vidiekom a medzi malými, stredne veľkými mestami a veľkomestami v rámci mestských a metropolitných oblastí. Zároveň dokument upozornil na fakt, že je potrebné sa odpútať od zvyku posudzovať problémy a rozhodnutia politiky mestského rozvoja len z hľadiska jedného mesta. Zároveň boli stanovené požiadavky na vytváranie a zabezpečenie kvalitných verejných priestorov, modernizáciu sietí infraštruktúry a zvýšenie energetickej hospodárnosti, aktívnu politiku v oblasti inovácií a vzdelávania.

Lipská charta (2007/14) sa zameriava na dve hlavné odporúčania:

- 1) Vo väčšej miere využívať prístup integrovanej politiky rozvoja miest;
- 2) Venovať v celomestskom kontexte osobitnú pozornosť znevýhodneným štvrtiam.

S cieľom podporiť implementáciu Lipskej charty a zdôrazniť potrebu integrovať urbánne záležitosti do verejných politík bolo v roku 2008 prijaté Marseillské vyhlásenie. Následne v roku 2010 bola prijatá Toledská deklarácia, ktorej témou bola aj integrovaná obnova miest. Zameriavala sa na riešenie súčasných mestských výziev a implementáciu stratégie Európa 2020. Zároveň podporovala pokračovanie Marseillského procesu

a implementáciu Európskeho referenčného rámca pre udržateľné mestá (RFSC) a tiež vyjadrovala potrebu konsolidácie urbánnej agendy v budúcnosti.

Dôležitým stavebným kameňom pre vytvorenie mestskej agendy EÚ bola Deklarácia z Rigy: „Smerom k urbánnej agende EÚ“, ktorá bola prijatá na ministerskom zasadnutí v roku 2015. Po prvý krát sa ministri zodpovední za mestský rozvoj zaviazali k rozvoju urbánnej agendy v spolupráci s mestami, Európskou komisiou a ďalšími stakeholdermi. Deklarácia sa zameriavala na uznanie rôznorodosti mestských oblastí, príležitosti mestských území, zlepšenie mestského rozmeru politik a spoluprácu medzi mestskými oblasťami EÚ.

Zatiaľ posledným prijatým dokumentom, ktorý sa zameriava na rozvoj miest, na úrovni Európskej únie je Urbánna agenda pre EÚ známa tiež ako Amsterdamský pakt. Bola prijatá v máji 2016 a je novým pracovným postupom na zabezpečenie maximálneho rastového potenciálu miest a úspešného riešenia spoločenských výziev. Hlavným cieľom je podporovať spoluprácu medzi členskými štátmi, mestami, Európskou komisiou a ďalšími zainteresovanými stranami s cieľom podporiť rast, obývateľnosť a inovácie v mestách Európy. Kľúčovým mechanizmom sa stáva partnerstvo. Cieľom jednotlivých partnerstiev je vytvoriť viac úrovňový a medzi sektorový prístup k dosiahnutiu širších cieľov Urbánnej agendy pre EÚ.

V dokumente je stanovených 12 prioritných tém partnerstiev (Urbánna agenda pre EÚ, 2016/23):

- Inklúzia migrantov a utečencov;
- Kvalita ovzdušia;
- Mestská chudoba;
- Bývanie;
- Obehové hospodárstvo;
- Pracovné príležitosti a zručnosti v miestnej ekonomike;
- Adaptácia na klimatické zmeny (vrátane ekologických riešení infraštruktúry);
- Zmena energetickej základne;
- Udržateľné využívanie pôdy;
- Mestská mobilita;
- Prechod na digitalizáciu;
- Inovatívne a zodpovedné verejné obstarávanie.

Úlohou partnerstiev je zaoberať sa spôsobmi, ako by mohla EÚ zlepšiť svoju politiku tak, aby mestá mohli lepšie riešiť naliehavé a zložité problémy. Každé partnerstvo musí sformulovať akčný plán s konkrétnymi návrhmi pre lepšiu reguláciu, lepšie financovanie a lepšie šírenie vedomostí. Vytváranie partnerstiev sa začala počas holandského predsedníctva a pokračovalo počas slovenského a maltského predsedníctva v Rade EÚ. DO konca roku 2018 musí byť ukončená činnosť všetkých 12 partnerstiev. V prípade, že sa daný model spolupráce osvedčí, bude možné vytvárať partnerstvá a hľadať v nich riešenia aj na ďalšie témy, ktoré neboli súčasťou Amsterdamského paktu.

Integrovaný prístup však nie je podporovaný iba prostredníctvom prijatých dokumentov, ale realizuje sa aj v programovom období 2014 – 2020. Politika súdržnosti si kladie za cieľ podporovať integrované stratégie, ktoré zvyšujú udržateľný rozvoj miest s cieľom posilniť odolnosť miest a zabezpečiť synergiu medzi investíciami podporovanými Európskymi investičnými a štrukturálnymi fondmi (EŠIF).

Európsky fond regionálneho rozvoja (EFRR) by mal podporovať udržateľný rozvoj miest prostredníctvom integrovaných stratégií, ktoré riešia ekonomické, environmentálne, klimatické, sociálne či demografické problémy mestských oblastí (článok 7 nariadenia o EFRR). Partnerská dohoda a operačné programy majú stanoviť opatrenia na zabezpečenie integrovaného prístupu k čerpaniu EŠIF pre udržateľný rozvoj mestských oblastí v širšom kontexte územného rozvoja. Počas programového obdobia 2014 – 2020 môžu byť využité dva nástroje na implementáciu integrovaného prístupu. Prvým je Integrovaná územná investícia, ktorá je novým spôsobom ako prepojiť financovanie z viacerých prioritných osí jedného operačného programu alebo viacerých operačných programov pre multidimenzionálne a medzi sektorové intervencie. Druhým spôsobom je tzv. CLLD – miestny rozvoj vedený komunitou. Tento nástroj podporuje implementáciu „zdola - nahor“, miestne rozvojové stratégie pripravené a realizované miestnymi akčnými skupinami, v ktorých sú zástupcovia všetkých sektorov miestneho významu. Ide o rozšírenie programu

LEADER do mestských oblastí podporující komunitné vlastníctvo a viacúrovňové riadenie (Európska komisia, 2011/7).

3 Rozvoj miest na Slovensku

Z celkového počtu obcí 2890 predstavujú mestá menej ako 5 % - v súčasnosti ich je 140. Podľa posledného Sčítania obyvateľov, domov a bytov z roku 2011 v nich však žije viac ako 54 % obyvateľov Slovenska. Územia miest denne poskytujú množstvo funkcií pre širšie spádové oblasti, a to najmä pracovné príležitosti, vzdelávacie aktivity, disponujú obchodnou sieťou, zdravotnými, kultúrnymi a športovými zariadeniami a poskytujú príležitosti pre trávenie voľného času. Z hľadiska pracovných príležitostí a počtu ľudí, ktorí denne do miest dochádzajú za rôznymi službami sa úloha miest posilňuje.

3.1 Partnerská dohoda SR na roky 2014 – 2020 a podpora najmenej rozvinutých okresov

Partnerská dohoda SR na roky 2014 - 2020, ktorá je základným programovým dokumentom pre riadenie pomoci z EŠIF, a na základe ktorej boli následne pripravené jednotlivé operačné programy, vznikala aj za účasti mestských samospráv. SR pripravila pre programové obdobie 2014 - 2020 Integrovaný regionálny operačný program, prostredníctvom ktorého sa realizujú integrované územné investície na základe tzv. regionálnych integrovaných územných stratégií. Článok 7 nariadenia o EFRR je na Slovensku realizovaný prostredníctvom vypracovaných stratégií Udržateľného mestského rozvoja. Udržateľný mestský rozvoj sa realizuje ako súčasť modelu regionálnych územných stratégií, pričom každá regionálna integrovaná územná stratégia obsahuje aj samostatnú strategickú časť venovanú udržateľnému mestskému rozvoju vo vzťahu k stanoveným mestským funkčným oblastiam (MDV SR, 2018/15).

Po dlhých desaťročiach diskusií o nevyhnutnosti odstraňovania regionálnych rozdielov vláda Slovenskej republiky ponúkla reálne nástroje, ktoré budú znižovať uvedené rozdiely, zvyšovať konkurencieschopnosť najmenej rozvinutých regiónov a tým aj kvalitu života. Cieľom podpory je v prvom rade tvorba pracovných miest. Zákon č. 336/2015 Z. z. o podpore najmenej rozvinutých okresov a o zmene a doplnení niektorých zákonov umožňuje koncentráciu nástrojov, opatrení a prirodzene aj peňažných zdrojov na rozširovanie hospodárskeho a sociálneho rozvoja a zamestnanosti. Predpokladá podporu lokálnej iniciatívy, motivácie pre spoločný postup miest a obcí v okrese, kombinované s opatreniami na úrovni samosprávneho kraja a na centrálnej úrovni. Všetky uvedené nástroje slúžia jedinému cieľu – dať ľuďom v zaostávajúcich okresoch prácu, aby mohli zabezpečiť kvalitnejší život svojich rodín, nemuseli odchádzať za prácou do zahraničia a mali sa kam vrátiť. (ÚV SR/13, MDV SR, 2018/15)

3.2 Konceptia mestského rozvoja Slovenskej republiky do roku 2030

Téma rozvoja miest sa začala presúvať z akademickej oblasti čoraz viac na politickú úroveň a zároveň došlo k významnému posunu v úlohách jednotlivých aktérov. Reakciou na globálne a európske iniciatívy v oblasti udržateľného urbánneho (mestského) rozvoja je Konceptia mestského rozvoja Slovenskej republiky do roku 2030, ktorá bola schválená vládou SR uznesením č. 5 zo dňa 10. januára 2018. Konceptia je rámcovým celoštátnym dokumentom a jej cieľom je zhodnotiť aktuálny stav oblasti rozvoja miest, vytvoriť predpoklady pre partnerský prístup verejnej správy a zároveň vytvoriť predpoklady pre systémové zmeny súčasného stavu (MDV SR, 2018/15).

Rozvoj miest by mal vychádzať z princípov udržateľného rozvoja a mal by prepájať ekonomické, sociálne, environmentálne a kultúrne ciele. Dobré fungujúce mestá a ich širšie funkčné územia, ktoré flexibilne reagujú na meniace sa globálne podmienky sú nevyhnutné pre dosiahnutie udržateľného rozvoja celej spoločnosti. Konceptia mestského rozvoja SR vychádza z predpokladu, že úspešný rozvoj miest a ich funkčných území je základom pre úspešný rozvoj regiónov a celého Slovenska.

Koncepcia určuje základné východiská a naznačuje smerovanie a vychádza z analýzy aktuálne stavu riešenia problematiky rozvoja miest. Vízia rozvoja slovenských miest je nasledovná: „Mestá na Slovensku budú spravované tak, aby prostredníctvom dostatočne pestrej ponuky pracovných príležitostí, adekvátneho bývania a služieb s dôrazom na kvalitu životného prostredia, zahŕňajúcu aj kvalitné urbanistické a architektonické riešenia, poskytovali zdravé sídelné prostredie pre kvalitný život. S cieľom efektívneho zhodnocovania vlastných zdrojov budú mestá zároveň podporovať celkovú vysokú produktivitu, za súčasnej tvorby čo najvyššej pridanej hodnoty.“ (MDV SR, 2018/15).

Navrhované opatrenia smerujú k systémovo lepšiemu prístupu a vytvoreniu podmienok pre optimálny a cielenejší rozvoj mestských území na Slovensku. Navrhované zmeny môžeme zhrnúť do dvoch oblastí – posilnenie úlohy mestského rozvoja v kontexte regionálneho rozvoja, partnerstvo a spolupráca a štrukturálne zmeny vo fungovaní miest. Jednou z úloh je vytvorenie Platformy pre rozvoj slovenských miest, ktorej hlavnou úlohou bude najmä odborná diskusia o princípoch a aplikácii integrovaného manažmentu rozvoju. Opatrenia sa zaoberajú aj potrebou analyzovať prepojenosť vybraného okruhu miest a ich funkčných území, službami poskytovanými na úrovni miest či podporou verejnej osobnej dopravy a adaptácie na nepriaznivé dôsledky zmeny klímy. Koncepcia nezasahuje do právomocí samospráv, podporuje však koordináciu a zapájanie rôznych stakeholderov tak, aby sa slovenské mestá lepšie prispôbovali novým výzvam, boli udržateľné, produktívne a odolné.

Koncepcia je prvým rámcovým dokumentom zaoberajúcim sa mestami na Slovensku. Napĺňanie opatrení vyplývajúcich z koncepcie môže viesť k vzniku ďalších rozvojových dokumentov, či návrhom na zmenu súčasného legislatívneho rámca.

Záver

Cieľom príspevku bola sumarizácia postojov k udržateľnému mestskému rozvoju a prínosu miest k rozvoju krajín z globálneho, európskeho a národného pohľadu. Z aspektu priestorového rozvoja sú mestá motormi ekonomiky a sociálneho rozvoja. Na druhej strane sú mestá miestami, kde sú koncentrovanejšie problémy ako je chudoba, segregácia a environmentálne problémy. Vzhľadom na skúsenosti a prijaté dokumenty, udržateľný rozvoj miest môže byť dosiahnutý prostredníctvom integrovaného prístupu a zlepšenia spolupráce na všetkých úrovniach riadenia a so všetkými zainteresovanými stranami. Zároveň sa vyzdvihujú funkčné mestské územia, v rámci ktorých môže prebiehať rozvoj efektívnejšie. Cieľom ďalšieho skúmania by mohla byť implementácia integrovaných nástrojov načrtnutých v Partnerskej dohode a úspešnosť podpory najmenej rozvinutých okresov.

Literatúra

- [1] Akčný program z Lille. 2000.
- [2] BEZÁK, A. 2000. Funkčné mestské regióny na Slovensku. In Geographia Slovaca, Bratislava: Geografický ústav SAV, 2000, 15, 89 s.
- [3] Bristolská dohoda. 2005.
- [4] Deklarácia Ministrov smerom k Urbánnej agende EÚ. 2015.
- [5] ESPON. 2014. Poster – Functional Urban Areas in Europe. [online]. Dostupné na: <https://www.espon.eu/topics-policy/publications/posters/poster-functional-urban-areas-europe>
- [6] European Commission. 2014. Integrated Territorial Investment. [online]. Dostupné na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/iti_en.pdf
- [7] EURÓPSKA KOMISIA. 2011. Integrovaný udržateľný mestský rozvoj. ISBN 978-92-79-23200-8. [online]. Dostupné na < <https://goo.gl/WTEUKh>>.
- [8] EURÓPSKA KOMISIA. 2012. Mestá v Európe: Nová definícia OECD-EK.
- [9] EURÓPSKA KOMISIA. 2016. Urban Europe: Štatistické údaje o mestách a predmestiach.
- [10] Európska únia. 2010. PANORAMA Inforegio 34. Regional Policy and Integrated Approach. ISSN 1608-389X.
- [11] HOLANDSKÁ AGENTÚRA PRE ENVIRONMENTÁLNE POSUDZOVANIE. 2016. Mestá v Európe.
- [12] <http://urbact.eu/integrated-urban-development>

- [13] <http://www.nro.vlada.gov.sk/podpora-najmenej-rozvinutych-okresov/>
- [14] Lipská charta o udržateľných európskych mestách. 2007
- [15] Ministerstvo dopravy a výstavby SR. Koncepcia mestského rozvoja Slovenskej republiky do roku 2030. 2018.
- [16] Ministerstvo dopravy a výstavby SR. Správa o konferencii OSN o bývaní a udržateľnom urbánnom rozvoji Habitat III. 2017
- [17] Ministri EÚ načrtli ideálne „Európske mesto“. 2007. [online]. Dostupné na < <https://goo.gl/DXvjcT>>.
- [18] OECD. 2013. Definition of Functional Urban Areas (FUA) for the OECD metropolitan database
- [19] OREMUSOVÁ, D. 2007. Regionalizácia a regionálny rozvoj Slovenska. Bratislava. 26 s.
- [20] POSPIŠOVÁ, L. Integrovaný prístup a mestský rozvoj v Európskej únii: Integrated approach and urban development in the European union. In: Mladá veda. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2017, ISBN 978-80-552-1680-5.
- [21] Rotterdam Urban Acquis. 2004.
- [22] Toledská deklarácia. 2010.
- [23] Urbánna agenda pre EÚ: Amsterdamský pakt. 2016.
- [24] Vyhlásenie z Marseille. 2008.
- [25] Zákon č. 369/1990 Slovenskej národnej rady o obecnom zriadení
- [26] <http://www.minzp.sk/sekcie/temy-oblasti/udrzatelny-rozvoj/agenda-2030/>
- [27] <http://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-English.pdf>

Ing. Lucia Pospíšová, Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja, Katedra verejnej správy, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, e-mail: lucia.pospisova@gmail.com

Vplyv korporátnych daní na podniky

Veronika PULIKOVÁ

The impact of corporate taxes on businesses

Abstract

The level of the statutory corporate tax rate and the effective average tax rate are not the same. Effective corporate tax is more of a telling value, as many factors come into its calculation. Companies are pursuing an effective corporate tax rate primarily for investments. SMEs are motivated to operate in individual countries through special tax incentives. Large corporations are reaping their transnational influence and benefits. The aim of the contribution is to highlight the importance of the statutory corporate tax rate as well as the effective average tax rate on the business environment and the overall economic growth in that country. The ambition of the European Union is to promote tax harmonization in the member countries. So far, no country has agreed to this goal.

Keywords: corporate tax, effective average corporate tax, SME, large corporations, government revenue

JEL Classification: H20, H21, H25

Úvod

Výška sadzby korporátnej dane je dôležitá pre jej samotný výber. Mnohokrát sú podniky motivované umiestniť svoje investície v krajinách s nižšou štatutárnou sadzbou dane. Dôležitejšou je výška efektívnej priemernej korporátnej sadzby dane do ktorej výpočtu sa zahŕňajú mnohé faktory, ktoré ovplyvňujú podnikanie v jednotlivých krajinách. Malé a stredné podniky majú v porovnaní s veľkými korporáciami osobitné daňové stimuly. Veľké spoločnosti môžu ťažiť zo stratégie minimalizácie daní prostredníctvom krajiny v ktorej sa rozhodnú zdaňovať svoj príjem. Rozdielne daňové sadzby v rámci krajín prispievajú k prelievaniu kapitálu z jednej krajiny do druhej. Cieľom príspevku je poukázať na dôležitosť výšky štatutárnej sadzby korporátnej dane ako aj efektívnej priemernej sadzby dane na podnikateľské prostredie a celkový ekonomický rast v danej krajine. Rozdiely vo výške efektívnej priemernej sadzby korporátnej dane v jednotlivých odvetviach ekonomiky sú ilustrované na krajinách Vyšegrádskej skupiny.

1 Daň z príjmu podnikateľských subjektov

Daňový systém krajín Európskej únie sa posudzuje z viacerých uhlov. Skúmajú sa daňové štruktúry podľa typu dane a úrovne vlády. Týmto spôsobom sa ilustruje relatívna dôležitosť rôznych daňových nástrojov používaných pri zvyšovaní príjmov a rozdeľovaní autonómnych finančných zdrojov medzi základné prvky štátneho aparátu. Rozdelenie daní na daň zo spotreby, práce a kapitálu umožňuje posúdiť spôsob rozdelenia daňového zaťaženia medzi rôzne faktory. Okrem toho sa osobitne skúmajú environmentálne dane a dane z majetku, pretože sú predmetom zvýšenej pozornosti, kontroly či osobitného zamerania. Implicitné daňové sadzby zase odzrkadľujú skutočné alebo efektívne priemerné daňové zaťaženie vybrané z rôznych druhov hospodárskych príjmov alebo činností (EU, 2017/3).

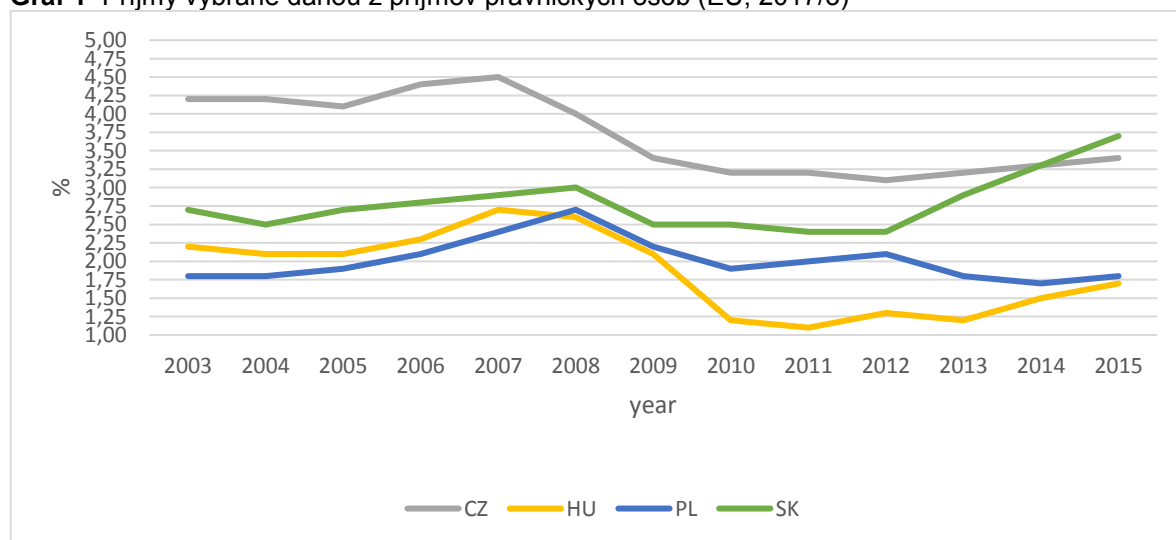
Podnikatelia vo všeobecnosti považujú daň z príjmov podnikateľských subjektov za jeden z mnohých faktorov týkajúcich sa daní, ktoré majú vplyv na podnikateľskú činnosť a výkonnosť podniku. Avšak, korporácie rôznych veľkostí majú tendenciu menej sa obávať tejto dane ako iných daní, napr. daň z práce alebo príspevky na sociálne zabezpečenie. Pre podnikateľské subjekty sú dôležitým faktorom prístupom k finančným prostriedkom, podnikateľská kultúra a zázemie, dostupnosť úveru a strategické rozhodnutia týkajúce sa ich umiestňovania na trhu. Daň z príjmov právnických osôb je len jedným z daňových nástrojov. Pravdepodobne jeden z menej dôležitých kvôli nízkej ziskovosti spoločnosti v prvých rokoch jej pôsobenia. Významnejšími sa stávajú napríklad dane z práce alebo dane zo sociálneho zabezpečenia. Korelácia medzi samotnou existenciou daňovej sadzby, ktorou sa zdaňujú príjmy podnikov a rozhodnutím začať podnikat' v danej krajine je slabá. Potenciálne podnikateľské subjekty nie sú ovplyvnené existenciou dane z príjmov. Z teoretického hľadiska, ak by boli nižšie sadzby tejto dane (predpokladáme, že všetko ostatné by bolo

konštantné), zvýšili by sa potenciálne výnosy podniku. Preto daň z príjmu podnikateľských subjektov má pozitívny vplyv na podnikanie. V literatúre sa stretávame s názorom, že zvyšovanie daňovej sadzby znižuje počet subjektov, ktoré vstupujú do podnikateľskej sféry, znižuje investície a životnosť podnikov. Všeobecne platí, že existuje negatívna korelácia medzi rastúcimi sadzbami dane a hospodárskym rastom a medzi daňovou štruktúrou a podnikaním. Belgicko má veľmi nízke sadzby pre podnikateľov, ale jednu z najvyšších v EÚ, zatiaľ čo Francúzsko má vysoké sadzby pre podnikateľov a vysokú sadzbu dane z príjmov právnických osôb. Holandsko má strednú úroveň v oboch prípadoch. Vplyv dane z príjmov podnikateľských subjektov na inovácie a podnikanie je jednou z ústredných otázok vo verejných financiách. Tento efekt je dôležitý nielen pre hodnotenie a návrh daňovej politiky, ale aj pre úvahy o hospodárskom raste (Spengel, 2015/6).

Daňové systémy môžu mať vplyv na finančnú štruktúru začínajúcich podnikov. Tie budú uprednostňovať investície do akcií, keď bude sadzba dane nízka a bankové úvery budú uprednostňovať, keď bude zdanenie vyššie. Okrem toho sadzby dane môžu mať vplyv nielen na kombináciu finančných nástrojov pre začínajúce podniky, ale aj na ich prístup k financiám. Systémy tejto dane, ktoré umožňujú odpočet úrokových nákladov vo všeobecnosti, uprednostňujú financovanie dlhom a vlastným kapitálom. Daň z príjmov podnikateľských subjektov môže ovplyvniť rast znížením peňažných tokov podniku, ktorý podlieha zdaneniu. To ovplyvňuje investičný potenciál pre organický rast, ako aj jeho schopnosť financovať externý rast a atraktivnosť podnikov v iných daňových jurisdikciách (Spengel, 2015/6).

Djankov (2010/1) skúmal základné štatistické vzťahy medzi daňami z príjmov právnických osôb, investíciami a podnikaním s použitím nových údajov o efektívnych ročných a päťročných sadzbách dane z príjmu právnických osôb v 85 krajinách. Konštatuje, že efektívne sadzby dane z príjmov právnických osôb majú veľký a významný nepriaznivý vplyv na podnikanie a investície. Vyššia efektívna daň z príjmov právnických osôb súvisí aj s nižšími investíciami do výroby, ale nie v službách, väčším neoficiálnym hospodárstvom a väčším spoliehaním sa na dlh ako na financovanie vlastnými akciami. Vplyv korporátnych daní na investície a podnikanie je jednou z ústredných otázok v oblasti verejných financií a rozvoja. Tento efekt je dôležitý nielen pre hodnotenie a návrh daňovej politiky, ale aj pre ekonomický rast.

Graf 1 Príjmy vybrané daňou z príjmov právnických osôb (EU, 2017/3)



V grafe 1 je zobrazený vývoj príjmov do štátneho rozpočtu z korporátnych daní. Môžeme si všimnúť, že v rokoch 2005 až 2007 malo zníženie sadzby dane v Maďarsku pozitívny vplyv na výber korporátnych daní. Z úrovne podielu 2,1% HDP v roku 2005 sa do roku 2007 dostalo Maďarsko na úroveň 2,7%. Od roku 2008, aj napriek tomu, že sa limit pre zdanenie nižšou sadzbou zvýšil, nedošlo k vyššiemu výberu tejto dane. Mohlo to byť spôsobené aj začínajúcou hospodárskou krízou, ktorá Maďarsko silne zasiahla a bez pomoci Medzinárodného menového fondu by sa táto krajina stala platobne neschopnou. Podiel korporátnych daní na HDP krajiny sa doteraz nedostal na predkrízovú úroveň.

Najväčší podiel korporátnych daní na HDP krajiny dosahovalo do roku 2014 Česko. V roku 2014 sa Slovensko dostalo na rovnakú úroveň, a to 3,3%. Nasledujúci rok sa dostalo nad úroveň Českej republiky. Zo štyroch krajín práve Slovensko je jedinou krajinou, ktorá dosahuje vyššie percento podielu korporátnych daní na HDP krajiny ako bolo v predkrízovom období.

2 Malé a stredné podniky versus veľké korporácie

Malé a stredné podniky majú tendenciu rozvíjať a navrhovať obchodné stratégie založené na ich prioritách, trhu, kompetenciách, umiestňovaní svojich produktov a inovačných príležitostiach. Existujú určité dôkazy, že daň z príjmov podnikov znižuje investície, a teda aj rast. Daňové stimuly v oblasti výskumu a vývoja, zrážky a osobitné alebo zrýchlené odpisové sadzby sú pre spoločnosti veľmi dôležitými nástrojmi. Aj keď majú tendenciu byť benefitom vo väčšej miere predovšetkým pre veľké korporácie, môžu takisto priniesť významné výhody pre malé a stredné podniky. Napokon, mikropodniky, malé a stredné podniky sú o niečo viac postihnuté administratívnymi nákladmi a nákladmi na kompenzáciu, ktoré sa týkajú zdaňovania príjmov ako veľké korporácie. Prevažná väčšina malých a stredných podnikov sa spolieha na externú odbornú pomoc, aby dodržiavala svoje daňové povinnosti, pretože zvyčajne sú z hľadiska ľudských zdrojov príliš malé, aby získali potrebné vedomosti a odborné znalosti interne (Spengel, 2015/6).

Nadnárodné spoločnosti môžu využívať stratégie minimalizácie daní (t.j. financovanie v rámci skupiny a realizácia rozhodnutí o umiestnení finančných prostriedkov). Výsledky výskumu ZEW (2016/7) naznačujú, že pre veľké korporácie v členských krajinách EÚ a ďalších 5 nečlenských krajín v rokoch 2009 až 2013 je podnikateľské prostredie šetrnejšie, ak hovoríme o zdaňovaní než samotná efektívna priemerná daňová záťaž. Až 75% veľkých korporácií vo vybraných krajinách má nižšiu úroveň efektívnej priemernej daňovej sadzby ako malé a stredné podniky. V tomto zmysle majú malé a stredné podniky konkurenčné znevýhodnenie týkajúce sa daní v porovnaní s veľkými korporáciami. V jednotlivých krajinách však môžu existovať ustanovenia na zabránenie zneužívania, ktoré obmedzujú možnosti cezhraničného presunu zisku nadnárodnými spoločnosťami. Francúzsko, Španielsko, Belgicko, Litva a Holandsko poskytujú malým a stredným podnikom nižšie efektívne sadzby dane ako veľkým korporáciám (Spengel, 2015/6).

Výhody veľkých korporácií a malých a stredných podnikov v oblasti daní:

- veľké korporácie vyhľadávajú svoje aktivity v rôznych krajinách, preto využívajú daňové rozdiely medzi krajinami v porovnaní s malými a strednými podnikmi, ktoré pôsobia na domácom trhu (ide o kľúčovú konkurenčnú výhodu medzinárodného daňového systému pre veľké korporácie),
- veľké korporácie môžu ďalej znížiť svoju efektívnu priemernú daňovú záťaž alokovaním funkcií v oblastiach financovania a duševného vlastníctva,
- kľúčová konkurenčná výhoda dane z príjmu pre malé a stredné podniky vyplýva z osobitných daňových stimulov a nižších daňových sadzieb (Spengel, 2015/6).

Európska komisia uvádza, že výhodou zavedenia znížených sadzby pre špecifické podniky musia byť zvážené vzhľadom na potenciálne zvýšené náklady z hľadiska dodržiavania daní. Okrem toho osobitné sadzby dane z príjmov právnických osôb môžu deformovať správanie spôsobom, ktorý nie je požadovaný. Napríklad, mnohé členské štáty zaviedli osobitné daňové opatrenia na podporu samostatnej zárobkovej činnosti. Tieto ustanovenia by mohli viesť k rozdielnemu a nerovnakému fiškálnemu zaobchádzaniu. Mohlo by to viesť k tomu, že zamestnanci by sa nahradili samostatne zárobkovo činnými osobami, tzv. "falošnými zamestnancami", ktorí by boli fyzicky a funkčne súčasťou podnikania. Podpora podnikania v prvom rade vyžaduje dobre fungujúce a stabilné daňové prostredie pre podniky (European Commission, 2013/2).

3 Rozdielne daňové sadzby v krajinách

Rozdiely v účinnej daňovej záťaži medzi vnútroštátnymi jurisdikciami v rámci EÚ a následná daňová súťaž môžu viesť k dvom rôznym správaniam firiem. Na jednej strane efektívne rozdiely v daňových sadzbách môžu vytvárať stimuly na lokalizáciu novej výroby alebo na premiestnenie existujúcich v niektorých krajinách, čo má vplyv na alokáciu zdrojov, zamestnanosť a hospodársku činnosť vo všeobecnosti. Na

druhej strane daňové rozdiely môžu spôsobiť procesy daňovej optimalizácie umiestnením zdaniteľného základu s následnou stratou daňových príjmov pre niektoré jurisdikcie bez veľkého dopadu na skutočné miesto výroby a hospodársku činnosť (Giannini, Maggiulli, 2002/4).

Giannini a Maggiulli (2002/4) vo svojej štúdii predovšetkým poukazujú nato, že napriek zvýšenej hospodárskej a menovej integrácii existujú veľké rozdiely medzi efektívnymi daňovými sadzbami rôznych krajín, čo sa týka domácich aj medzinárodných investícií. Zdá sa, že disperzia je ešte väčšia pri hľadaní efektívnych priemerných daňových sadzieb namiesto marginálnych.

Znáмым zistením v štúdii OECD (1991/5) a v "Rudingovej správe" (1992/2) bola skutočnosť, že prichádzajúce a odchádzajúce investície boli silnejšie zdanené ako identické domáce investície.

Tento všeobecný výsledok potvrdzuje súčasná štúdia pri pohľade na priemery EÚ, ale neplatí pre každú krajinu. Zvyčajne pre krajiny s vyššími kapitálovými nákladmi a najmä s vysokými zákonnými sadzbami je odliv investícií menej zdaňovaný ako domáce investície, zatiaľ čo opačný prípad platí pre krajiny s nižšími kapitálovými nákladmi a najmä pre nižšie zákonné sadzby (Giannini, Maggiulli, 2002/4).

Účinné priemerné daňové sadzby silnejšie závisia od zákonnej sadzby hostiteľskej krajiny, ako od efektívnej hraničnej sadzby dane. Krajina s vysokou zákonnou sadzbou dane môže mať veľmi nízku alebo dokonca negatívnu efektívnu marginálnu daňovú sadzbu, ale efektívna priemerná daňová sadzba sa rýchlo zvýši so ziskom, ak je zákonná sadzba vysoká. Zameranie sa na efektívnu priemernú sadzbu dane by mohlo vysvetliť, prečo sa zdá, že daňová konkurencia medzi krajinami EÚ nadobudla formu zníženia úrovne zákonnej sadzby a prečo krajiny s nižšou zákonnou sadzbou namiesto nižších nákladov na kapitál pravdepodobne pritiahne najväčšiu časť zahraničných investícií, najmä z krajín mimo EÚ (Giannini, Maggiulli, 2002/4).

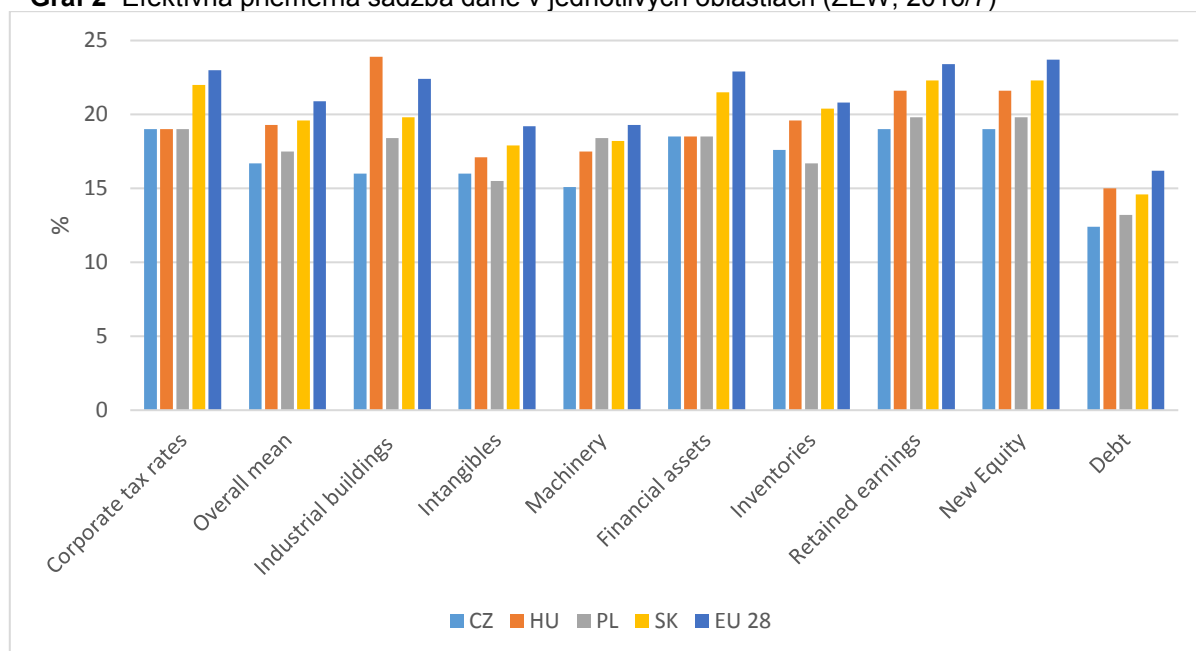
Daňové rozdiely, ktoré sa objavili pri analýze cezhraničných investícií naznačujú, že spoločnosti môžu mať značný stimul, aby zmenili svoje správanie, aby sa minimalizovalo ich celkové daňové zaťaženie. Analýza potenciálneho vplyvu niektorých z týchto stratégií je ďalším užitočným použitím ukazovateľov efektívnej daňovej sadzby. Štúdia predpokladá na jednej strane, že materská spoločnosť vo všetkých krajinách môže využiť najefektívnejší spôsob financovania dcérskej spoločnosti. Na druhej strane efektívnejší spôsob financovania dcérskej spoločnosti dosiahla tým, že zaviedla niektoré príklady sofistikovanejšie finančné opatrenia, ktoré využívajú finančného sprostredkovateľa (belgické koordinačné centrum a holandská holdingová spoločnosť). Pri oboch príkladoch výrazne klesá efektívna sadzba dane z nadnárodných investícií. Ak je materská spoločnosť úplne flexibilná pri výbere najviac zvýhodneného zdroja financovania dcérskej spoločnosti, prichádzajúce a odchádzajúce investície sa ukážu ako menej zdanené ako domáce investície. Rozptýlenie efektívnych daňových sadzieb medzi krajinami však zostáva veľmi vysoké. Podobné výsledky sa objavujú pri skúmaní zložitejších finančných dohôd: zníženie efektívnych daňových sadzieb je významné a možno povedať, že je dokonca podceňované, keďže výpočty sa robia za predpokladu, že spoločnosť môže využívať finančnú dohodu a nemôžu presunúť zisky z vysokých na nízke zdanené jurisdikcie prostredníctvom iných zariadení, ako sú napríklad transferové ceny (Giannini, Maggiulli, 2002/4).

Tieto výsledky naznačujú dva dôležité závery pre tvorcov politik. Predovšetkým preukazujú, že možnosť použiť finančné opatrenia na zníženie efektívneho daňového zaťaženia nemôže odstrániť všetky daňové prekážky pre cezhraničné investície spôsobené rôznymi daňovými sadzbami a rôznymi daňovými základmi. Po druhé, poskytujú kvantitatívny údaj o tom, aké užitočné môžu byť tieto opatrenia na zníženie efektívneho daňového zaťaženia pre tie spoločnosti, ktoré môžu relatívne ľahko a s nízkymi dodatočnými nákladmi realizovať tieto opatrenia na úsporu dane. Keďže takéto spoločnosti sú zvyčajne najväčšie, z toho vyplýva, že optimalizácia daňových stratégií a zároveň zníženie niektorých skutočných deformácií pri pridelovaní faktorov pravdepodobne kontextuálne zavedie nové rozdiely medzi spoločnosťami v závislosti od ich veľkosti (Giannini, Maggiulli, 2002/4).

Najdôležitejším daňovým faktorom ovplyvňujúcim efektívne daňové zaťaženie a rozdiely medzi krajinami je celková nominálna alebo zákonná daňová sadzba; sadzba dane z príjmov právnických osôb vrátane príplatkov a miestnych sadzieb. Rozdiely daňovej sadzby viac ako kompenzujú rozdiely v základu dane a relatívna váha sadzieb pri určovaní efektívneho daňového zaťaženia spoločností rastie spolu s rastom miery

ziskovosti. Ďalším dôležitým ukazovateľom je zhodnotenie obsahu efektívnosti alternatívnych zmien daňovej politiky (Giannini, Maggiulli, 2002/4).

Graf 2 Efektívna priemerná sadzba dane v jednotlivých oblastiach (ZEW, 2016/7)



Daňové systémy v členských krajinách Európskej únie sú rôzne. Iné postupy výpočtu základu dane z ktorého sa odvádza daň z príjmov právnických osôb ako aj odlišná úroveň podnikateľského prostredia vytvárajú špekulácie daňovníkov o tom, kde a ako zdaňovať príjem. Takýmto špekuláciám sa EÚ snaží vyhnúť prostredníctvom harmonizácie daní (nie len dane z príjmov podnikov). Pre ilustráciu boli vybrané krajiny Vyšehradskej skupiny – Slovensko, Česko, Maďarsko a Poľsko. V grafe 2 vidíme rozdielnú efektívnu priemernú sadzbu dane v jednotlivých oblastiach ekonomiky. Spomedzi štyroch krajín má najvyššiu korporátnu daň Slovensko. V roku 2016 bola štatutárna sadzba dane na úrovni 22%, v roku 2017 sa sadzba zvýšila na 21% a v súčasnom roku budú podnikateľské subjekty zdaňovať svoje príjmy rovnako vysokou sadzbou. Ostatné krajiny majú svoju štatutárnu sadzbu dane na úrovni 19%. Efektívna priemerná sadzba dane bola vytvorená pre niekoľko oblastí, ak hovoríme o industrial buildings, tak bezkonkurenčne najvyššiu hodnotu dosahuje Maďarsko, a to takmer 24%. Presiahlo tak aj priemer EÚ 28. Najnižšiu efektívnu priemernú sadzbu dane má Česko, ktoré v siedmich oblastiach z celkovo deviatich dosahuje najnižšiu hodnotu spomedzi krajín V4. Opakom je Slovensko, ktoré má celkovo najvyššiu efektívnu priemernú sadzbu dane. Z deviatich oblastí má až v šiestich najvyššie dosiahnuté hodnoty. K tomu sa pridáva aj dlhodobé nepriaznivé podnikateľské prostredie na Slovensku.

V Maďarsku sa okrem dane z príjmov právnických osôb ukladá aj miestna podnikateľská daň. Základ miestnej dane z podnikania sa odchyľuje od základu dane z príjmov právnických osôb, napr. zaplatené úroky alebo odpisy nemožno odpočítať na účely miestnej dane z príjmov. Od roku 2004 sa dodatočne ukladá daň z inovácií, ktorá má rovnaký upravený základ dane ako miestna daň z podnikania (ZEW, 2016/7).

Podľa odporúčania Európskej komisie 2003/361 / ES sa malé a stredné podniky vyznačujú počtom zamestnancov, obratom a bilančnou sumou. Je však ťažké použiť tieto definície na klasifikáciu osobitných pravidiel zdaňovania pre malé a stredné podniky. Napríklad uplatňovanie takýchto osobitných pravidiel často závisí od veľkosti zdaňovateľných ziskov. Existujú tri typy navrhovania osobitného daňového režimu. V porovnaní s veľkými korporáciami je možné uprednostniť malé a stredné podniky prostredníctvom nižšej zákonnej sadzby dane z príjmov právnických osôb, upraveného základu dane z príjmu právnických osôb alebo daňovej úľavy od iných daní. Môžeme tu zaradiť aj progresívne daňové programy pre spoločnosti (ZEW, 2016/7).

V Maďarsku od roku 2005 do roku 2007 došlo k zníženiu sadzby dane z príjmov právnických osôb o 10% zo zdaniteľného zisku do výšky 5 miliónov HUF. Od roku 2008 sa tento limit zvýšil na 50 miliónov HUF. Pri sadzbe 10% musia byť splnené tieto podmienky:

- ročný obrat podniku nepresahuje 50 miliónov EUR,
- celková súvaha je nižšia ako 43 miliónov EUR a
- podnik zamestnáva menej ako 250 osôb.

Od 1. januára 2011 je ročná horná hranica pre sadzbu 10% 500 miliónov HUF, t.j. 19% sadzbou sa zdaňujú len zisky vyššie ako stanovená hranica (ZEW, 2016/7).

Ďalším dôležitým bodom je zdaňovanie partnerstiev. Mnohé malé a stredné podniky nepôsobia v právnej forme spoločnosti, ale sú organizované ako partnerstvá. Preto pri posudzovaní situácie malých a stredných podnikov je potrebné analyzovať aj efektívnu daňovú sadzbu, s ktorou sa partnerstvo stretáva na danom mieste. Na partnerstvá sa uplatňujú dva rozdielne daňové zásady:

- zdaňovanie ako spoločnosti, kde sa uplatňuje princíp korporácie
- zdanenie podľa princípu transparentnosti, ak podiel každého partnera na zdaniteľnom zisku spoločnosti je zahrnutý okamžite do osobného zdaniteľného príjmu partnera (ZEW, 2016/7).

Partnerstvá v Poľsku sú zdaňované podľa princípu transparentnosti. Od roku 2004 sa však daňoví poplatníci môžu rozhodnúť pre paušálne zdaňovanie príjmu z podnikania, ktoré je rovnocenné sadzbe dane z príjmov právnických osôb. Od roku 1998 do roku 2003 je sadzba dane z príjmov fyzických osôb v hornej kategórii 40% (ZEW, 2016/7).

Záver

Korporátne dane, ktorými sa zdaňujú príjmy podnikov sú pre stav ekonomiky veľmi dôležité. Vedia do veľkej miery ovplyvniť nie len rozhodovanie podnikov, kde zdaňovať svoje príjmy, ale aj spôsob ich financovania, veľkosť a umiestnenie investícií, či životnosť podnikov. Efektívna korporátne daň má väčšiu vypovedaciu hodnotu ako samotná hodnota štatutárnej sadzby dane. Nezáleží akým spôsobom ju počítame. Do výpočtu efektívnej priemernej sadzby korporátnej dane vstupuje niekoľko faktorov. Môže ísť o spôsob odpisovania, veľkosť podniku, miera inflácie a pod.

Malé a stredné podniky sú v mnohých krajinách zvýhodnené rôznymi daňovými úľavami. Štáty sa im tak snažia kompenzovať ich obmedzenú silu v porovnaní s veľkými korporáciami. Tie si svojou veľkosťou a ekonomickou silou vedia vybojovať lepšie podmienky na trhu. Je však dôležité, aby boli správne nastavené podmienky pre benefity, ktoré sa poskytujú malým a stredným podnikom.

Európska únia už niekoľkokrát preukázala snahu o zavedenie harmonizácie daní v členských krajinách. Ani raz neuspela. Krajiny sa obávajú straty konkurencieschopnosti, preto nie sú prístupné takejto zmene v oblasti daní. Otázne je, či sa vôbec niekedy podarí presadiť harmonizáciu daní.

Literatúra

- [1] DJANKOV, S. - GANSER, T. - McLJESH, C. – RAMALHO, R. – SHELEIFER, A.: *The effect of corporate taxes on investment and entrepreneurship*. American Economic Journal: Macroeconomics, 2010, Roč. 2, č. 3, s.31-64.
- [2] EEC: *Report of the Committee of Independent Experts on Company Taxation ("Ruding Report")*, Brussels. 1992
- [3] EÚROPEAN UNION: *Taxation Trends in the EU Member States, Data for the Iceland and Norway*. 2017.

- [4] GIANNINI, S. – MAGGIULLI, C.: *The effective tax rates in the EU Commission study on corporate taxation: Methodological aspects, main results and policy implications*, No. 666, CESifo Working Paper. 2002
- [5] OECD: *Taxing profits in a global economy*. Paris: Domestic and international issues, 1991.
- [6] SPENGEL, C. – BERGNER, S. – BRAUTIGAM, R. – EVERS, M. T. – HAUSEMER, P. – PLANCES, S. – STREIF, F.: *SME Taxation in Europe-An empirical study of applied corporate income taxation for SMEs compared to large enterprises*. 2015.
- [7] SPENGEL, C. – ELSCHNER, C. – ENDRES, D. – BARTHOLMESS, A. – DRESSLER, D. – EVERS, L. - ... – SCHNEUERING, U. : *Effective tax levels using the Devereux/Griffith methodology*. Project for the EU Commission, 2016, TAXUD/2016/CC/099.

Ing. Veronika Puliková, Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta, Katedra financií, Némcovej 32, 040 01 Košice, e-mail: veronika.pulikova@tuke.sk.

Publikované v rámci projektu VEGA 1/0311/17 Measuring and Reporting Intangible Assets

Disclosure and presentation of the financial instruments in the consolidated financial statement in the public sector

Martina REGÁSKOVÁ

Abstract

The contribution deals with public accounting, especially it is focused on hedge accounting and disclosure of financial derivatives. In the introduction, there are stated a literature review and principles of public accounting in the Slovak public sector, in comparison with the international accounting standards for public sector. The aim of this article is to point out the problems of reporting and presentation of financial instruments and derivatives in the financial statements of public entity. Operations with derivatives help to manage risks and to hedge the financial position. However, hedge accounting represents still a challenge for many accountants, auditors or financial analysts. Therefore, we would like to focus on this interesting and relatively unexplored area of accounting, and to describe how to report derivatives in the financial statement according to the Slovak and international accounting standards.

Keywords: public sector, IPSAS, public accounting, public finance, financial instruments, derivatives.

JEL Classification: M41, H83, G23

Introduction

The public accounting system depends on the own accounting system of each entity in the public sector, and it is set by political and government system. Ilie & Miose, 2012/ 6 claim that generally, there are many different accounting systems and law directives both for the private sector as well as for public sector in the world, however they are not comparable each other. The public sector as a whole is focused on public interest. Therefore, there might be some dissimilarities when revenues and expenditures are reporting in the financial statements. As is clear from the functions of the public finances, the main role of the public sector is to maintain and manage the allocation and distribution of public sources economically, as well as effectively. From this point of view, it is important that the state institutions should have sufficient and transparent information about state revenues and expenses. As Cirstea, 2014/ 3 claims, that the reason why the financial reporting for public entities significant is, is to create more effective view at economic activities with public finances.

Recently, the standards for public accounting in the most of advanced economies follow the trend from switching the cash accounting to accrual accounting. (IMF, 2016/ 2). The accrual accounting enables to keep accounts more transparent than cash accounting, in where there are reporting revenues and expenditures only. The study by IMF, 2016/ 2 states, that the cash accounting decreases transparency and integrity of public finances. Moreover, the cash accounting does not provide a comprehensible, clear and actual reporting of financial assets and financial liabilities. On the other hand, according to IFAC, the accrual accounting system collects information about financial operations, which cause the changes in revenues and expenditures in the moment of their realization, regardless of implementation of cash and non-cash transactions. The revenues and expenses are reporting on the balance sheet statements, what enables better classification of financial assets, liabilities, non-financial assets or government debt. The benefit of the accrual methodology is also that it supports the independence, and helps to control and audit public expenditures. Finally, accrual principles provide a better information about financial surplus in a public budget. Another advantage is that it also helps to policymakers when they create the aims for the economic policy, and so consequently to more effectively manage public decisions. As ICAEW, 2017/ 5 states, accrual accounting improves the whole economic welfare in the society.

Because of diversity of accounting rules accounting methodology, and also because of internalization of economy it is necessary to take into account, mainly within European countries, the harmonization of accounting rules and to create a unified accounting framework. The European Commission accepted in 2013 European standards for public sector EPSAS, but because of different economic conditions in EU countries,

it is very difficult to apply them in practice. (Berger & Heilling, 2016/ 8) IFAC issued recommended accounting framework for public sector called IPSAS. When implementing IPSAS standards in national EU countries, it will be decisive to face three main challenges:

- how to ensure sound financial management across government, and how to divide responsibilities of public administration for public accounting,
- how to ensure effective control and audit of public sector,
- how to improve the public transparency. (ICAEW, 2017/ 5)

Each government has a responsibility for good management of public revenues and public expenditures. Public finances are presented in aggregate in the public budget, which represents medium-term financial instruments of economic policy. The public budget in Slovakia is drawn up for one year, and contains of state budget and other budgets of public entities. From accounting point of view, is consolidated financial statement of public sector presented in aggregate of contribution and budgetary organizations, towns, and self-government units. (MF SR, 2018/ 9) Generally, the public budget contains information about facts of public finance in the current year, as well as information about realized public revenues and expenses in the next following years. (Law No. 523/2004) In the Slovak public sector, public entities apply methodical frameworks and principles issued by Ministry of Finance.

The purpose of this contribution is to point out the classification and disclosure of accounts in the public sector according to Slovak accounting laws in comparison to international accounting standards for public sector (IPSAS). Especially, there is emphasized public accounting for derivatives and hedging operations. However, we assume only with a hypothetical hedging model because in the public sector, there cannot be hedged the budgetary deficit. Our motivation is to comprehend more deeply the principles of hedge accounting and to find out how hedging operations influence on the consolidated financial statement. In the contribution is used comparability method when describing accounting events, and analysis method when investigating accounting for derivatives on particular accounts of balance sheet.

1 Classification and disclosure of financial derivatives according the Slovak accounting standards

In the Slovakia, accounting units follow methodical frameworks and government measurement No. 419/20017, issued by the Ministry of Finance (MF SR). This measurement defines accounting method and chart of accounts for budgetary and state-funded institutes, towns and self-government units. The charts of accounts of public accounting has got the similar classification as the chart of accounts of business entities, which have to lead the double-entry accounting principle. The form of the chart of accounts in the public accounting system is the following:

- classification 0 – Long-term asset,
- classification 1 – Inventory,
- classification 2 – Financial accounts,
- classification 3 – Settling,
- classification 4 – Equity and log-term liability,
- classification 5 – Expenses,
- classification 6 – Revenues,
- classification 7 – Closing accounts and contingent accounts,
- classification 8 and 9 – Internal accounting.

The chart of accounts for public entities has got one specific area, different from double-entry accounting. That is a connection to the state budget and the account 224 – Account of state budgetary revenues and 225 – Account of state budgetary expenditures. On these accounts, there are recorded received financial sources from the budgetary system.

1.1 Reporting of the operations with financial derivatives in the public sector

The role of the financial statements is to provide fair and true view of financial position of an accounting entity. However, the financial position could be influenced by various instabilities in cash-flows, we focus on

ways how can be these inconvenience diminished by using derivatives and hedging operations. We analyzed how derivatives are recorded in the financial statement in the Slovak self-government units. Financial and hedging operations are not applied very much to solve problems with budgetary balance in Slovakia. The reason might be that public entities have different interest than business entities. Therefore, our motivation is to point out that derivatives instruments can hedge financial position, effectively manage market risks and cover deficit of public budget. Moreover, entities can receive additional financial source into public finances.

Accounting for financial instruments and for derivatives applied in public sector is legally regulated by Measure No. 419/2007 issued by Ministry of Finance on accounting procedures and classifications for budgetary organizations, contribution organizations, town and self-government units. This measure is in accordance with the Slovak accounting law No. 431/2002, and in §18 defines what derivative is, as well as specifies accounting principles and standards for derivatives. According to §18, derivative *“is financial instrument or other contract with all three of the following characteristics”*: (M. No. 419/2007 /9)

- Its value changes in response to a change in a specified underlying asset (change in interest rate, price, foreign interest rate, index, credit ranking);
- It requires no initial net investment, resp. a price of net investment is smaller than would be required for other types of contracts;
- It is settled at a future date, where a settlement date is longer than a settlement date of spot operation.

Measurement No. 419/2007 derivatives divides into two main criteria, according to:

- *Way of using financial derivatives* – derivatives classified as held for trading, or hedging derivatives;
- *The underlying assets of financial instruments* – interest, currency, security, commodity and credit derivatives.

Derivatives record on transaction day in contingent account (accounting groups 75x – 799) and present in Notes. When the contract is realized (realization day), derivatives record in the balance sheet where is recorded receivables and liabilities from derivative operation (account 373 – Receivables and Liabilities from future trade), as well as option premiums (in account 376 – Purchased options, 377 – Sold options). In Profit/Loss Account is presented a loss (567 – Expenses on derivative operations), or a profit from realized operations (667 – Revenues from derivative operations). (§18 article 22, M. No. 419/2007 /9) In a case, that derivative is classified as derivative held for trading, it is valued at fair value, which is recorded on day of settling the financial statement. The fair value is presented either in account 567, or 667 with corresponding accounts 373, 376 or 377. Any changes in fair value record as impairment in account 414 – Pricing differences from valuation assets and liabilities.

The purpose of hedging derivatives is to effectively manage market risks of accounting entities. We consider the efficiency of managing risks at the beginning of transaction (when signing a contract) and on the day when is financial statement settled. If an accounting entity decides to keep the books for hedging financial instruments, then all accounting documentation must be documented formally and correctly.

1.2 An example of accounting event of derivatives

We assume that public entity wants to receive a medium-term bank credit for financing the public expenditures through financial instruments. Then, we consider two possible opportunities:

- a) Hedging through a bank guarantee, which is recorded on borrower's side (public entity),
- b) A purchase of call option, recorded on buyer's side (resp. buying of put option).

Firstly, we assume that borrower has got free long-term financial assets in his financial inventory. These financial sources borrower provides as a guarantee for receiving bank credit in amount of 25 000 EUR, at interest rate 5.50% with maturity of four years. We assume that borrower (public entity) gets a bank credit through hedging the securities. Accepting the financial sources from bank institution, public entity is becoming a borrower because of an obligation to repay the bank credit, and at the same time a public entity is also an owner of long-term financial instruments, which has provided as a guarantee for default. As underlying asset we suppose bonds, with nominal value of 2 000 EUR, and return interest rate (for creditor) derived from a development of market interest rate.

So, as an accounting unit owns long-term financial assets in the inventory (for example, state treasuries, commercial bonds), it can ensure bank credit with this financial assets. Borrower (public entity) receives medium-term bank credit, what is kept in favour of account 461 – Bank leases, correlatively with 221 – Bank accounts. At the same time, the public entity provides bonds as bank guarantee to protect credit before default. On the transaction day, accounting of bank credit is expressed as receivable in account 373 – Receivables and liabilities from futures operations (debit side), with corresponding account 065 – Long-term financial assets held for trading (credit side). According to Measurement No 419/2007, bank guarantee is kept in contingent accounts 754 – Assets accepted into safekeeping (debit side) and 799 – Clearing account (credit side). All cases associated with bank credit, which is recorded during the accounting period, are presenting in balance sheet (for example, interest from credit) Repayment of medium-term credit from bank account debit accounts 461 and 221. Borrower, as an origin owner of securities, gives them to creditor as a guarantee in a case of default. Changes in fair value (bond, other debt securities, and hedge instruments are presented based on accounting documentation (a statement from borrower's bank).

Accounting events and book entries for bank guarantee are described in the following table (**Tab. 1**).

Tab. 1 Accounting of bank guarantee, on the borrower's side

An accounting event	Accounting documentation	Sum in EUR	Book entry	
			Debit	Credit
1 Receiving of medium-term granted bank credit	CS, AS ⁴	25 000	221	461
2 Hedging the credit (accounting entity holds financial assets in inventory):	ID, CE	20 000	373	065
a) in the balance sheet (transaction day)			754	799
b) in contingent account (bank guarantee)				
3 Accrual and deferrals of interests	CS	581,41	381	461
4 Repayment of interest (financial settlement).	AS	581.41	461	221
5 Repayment of medium-term credit	CS, AS	25 000	461	221
6 Back-accepting of hedging instruments in financial assets:	ID, CD	20 000	065	373
a) In balance sheet (settlement day)			799	754
b) in contingent account (bank guarantee)				
1 Prescription of interests into expenses in the following accounting period	ID	581.41	567	381

Source Own processing

In our second example, we suppose that a public entity hedge public budget against deficit through a purchase call option. We suppose, in time T_0 we buy 10 units of call options ($n = 10$) with 12-month maturity, option premium $p = 6.50$ EUR and pre-arranged price $X = 15$ EUR/share. Also, we assume that the share price will go up and in the maturity date T_1 .

A buyer receive a right to purchase shares in determined time in the future, for pre-arranged price, so he has a receivable against another accounting entity to get share into his own financial assets. Because it is only a potential trade, this operation we record in debit side of contingent account 777 – Receivable from options, with corresponding book entry in 799 – Clearing account. Similarly, a buyer has an obligation to pay for option premium p , what is expressed in favour of account 774 – Liabilities from options, correlatively with account 799 – Clearing account. If a purchased option is realized at the maturity date, then option premium p is a part of acquisition price of obtained financial asset (043 – Procurement of long-term financial assets), except of currency options. If a purchased call option is not realized at the maturity, option premium p debits account 567 – Expenses on derivative operations, with corresponding entry in account 376 – Purchased options. An accounting entity puts purchased shares into long-term financial assets, and this operation is recorded on debit side of account 06x – Long-term financial assets, correlatively with account 043 – Procurement of long-term financial asset. A clearing of liability for paying option premium, and a clearing of receivables from ownership of shares are recorded in contingent accounts with reverse book entry.

A description of above accounting case for derivative held for trading is presented **Tab. 2**.

⁴ ID = Internal Documentation, AS = Account Statement, CS = Credit Statement, CD = Contingent Documentation

Tab. 2 Accounting of derivatives for sale on the buyer's side – a purchase of n call options

An accounting event	Accounting documentation	Sum in EUR	Book entry	
			Debit	Credit
1. Receivable from trade partner – a right to buy shares	PSE	150	777	799
2. Liability to pay for call option	PSE	150	799	774
3. Paid option premium from bank account	AS	65	376	221
4. Realization of call option at maturity (accounting in balance sheet) If call option is realized: a) Purchase of shares (10 units for 15 EUR) b) Paid option premium at level 6.50 EUR Or: If call option is not realized: a) Paid option premium at level 6.50 EUR	ID, AS	150	043	221
		65	043	376
		65	567	376
5. Classification of purchased shares into long-term financial assets	ID	215	06x	043
6. Clearing of receivable	PSE	150	799	777
7. Clearing of liability for buying options	PSE	150	774	799

Source Own processing

Analogically, if we suppose with buying 10 units of put option, when a buyer has an obligation to sell certain underlying asset (in our case, shares) to a determined time in the future, at pre-arranged price. A buyer of put option supposes that a price of an underlying asset will go down. In our example, we assume that the actual price of put option is 17 EUR, maturity date is 12 months, option premium $\bar{p}$ = 5 EUR and pre-arranged price X = 15 EUR/share. Then we assume that share price will fall.

A purchase of selling option at determined future date means that a seller has third party liability to realize transaction. Because of this is a potential contract, we keep seller's liability in favour of contingent account 774 – Liabilities from options, with corresponding account 799 – Clearing account of contingent documentation. At the same time, a seller has also a right to receive cash due to option selling, what is expressed in debit side of account 777 – Receivables from option, correlatively in favour of 799 – Clearing account. If a price of put option is exercised at the maturity date, then option premium $\bar{p}$ is booked in account 667 – Revenues from derivatives operations correlatively with 377 – Sold option premium. Encashment from selling option debits account 221 – Bank accounts, with corresponding account 661 – Receipts from securities. Moreover, a seller has an obligation to write off sold securities from long-term financial assets, what expresses a book entry 561 – Sold securities (debit side) and corresponding account from accounting group 06x – Long-term financial assets. A settlement of financial liability from selling shares and a settlement of encashment from option premium are recorded in contingent account in reversed book entry. In a case that option price is not exercise at maturity, then option premium $\bar{p}$ is booked in favour of account 667 – Revenues from derivatives operations, and correlatively debits account 377 – Sold option.

Tab. 3 describes accounting examples for derivatives held for trading when an entity has purchased a put option. These operations is recorded on a purchaser's side.

Tab. 3 Accounting of derivatives for sale on the buyer's side – a purchase of n put options

An accounting event	Accounting documentation	Sum in EUR		
			Debit	Credit
1. Liability against trade partner – a purchase of selling put option	PSE	150	799	774
2. Receivables from encashment of put option	PSE	150	777	799
3. Encashment option premium into bank account	AS	50	221	377
4. Realization put option at maturity (accounting in balance sheet) If put option is realized:	ID, AS			
a) Selling shares (10 units for 15 EUR)		150	377	667
b) Encashment of option premium at level 5 EUR		50	221	661
c) Shares elimination from long-term financial assets as a result in residual value		200	561	06x
Or: Put option is not realized at maturity:				
a) Wastage of shares in residual value		50	377	667
5. Clearing of liability	PSE	150	774	799
6. Clearing of receivables for selling option	PSE	150	799	777

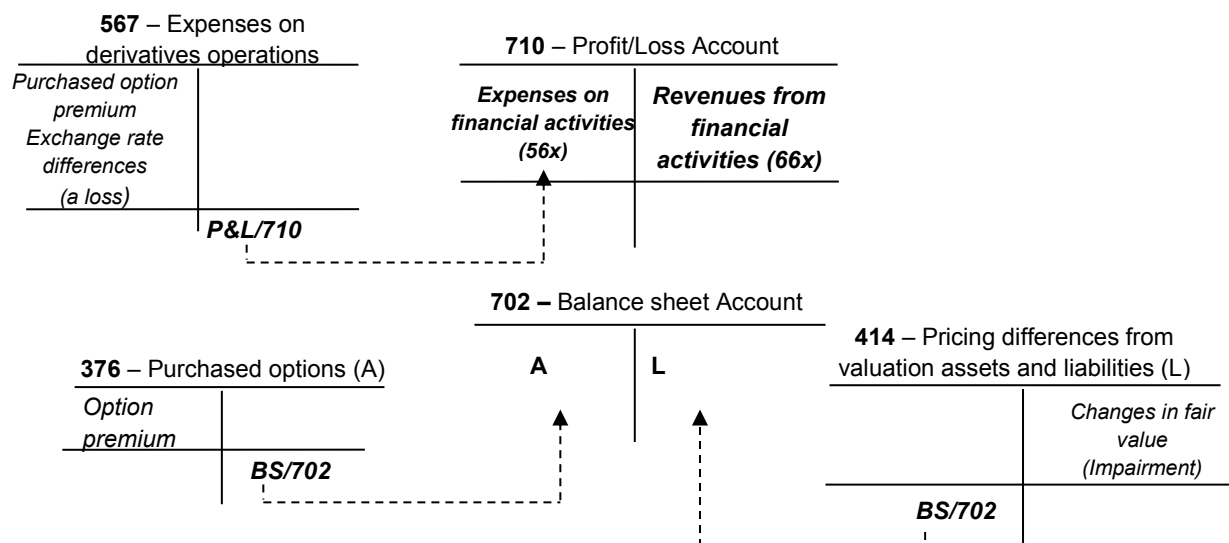
Source Own processing

1.3 An impact of financial operations with derivatives on the financial statement

On the transaction day (when signing the contract), are derivatives valued at the acquisition price, without any impact on profit/loss account. During the accounting period, all changes from derivatives operations are monitoring and keeping in contingent account, which do not entry into the final balance sheet, and so they do not influence profit or loss (it is only a potential contract in the future). Operations with derivatives (**Fig. 1**), as well as hedging operations, will influence Profit/Loss Account only on the day when the financial statement is made, and they are valued at fair value. Changes in fair value of financial assets and liabilities are kept directly in an account 414 – Pricing differences from valuation assets and liabilities. In an account 567 (resp. 667) we record only profit or loss from derivative realization. From the structure of economic result, account 567 (667) is a part of profit/loss from financial activities.

Fig. 1 shows a derivative operation if an accounting entity has purchased call option. Analogically, we can deduce an impact of derivatives on the financial statement if an accounting entity has sold call option, respectively, if an entity has bought or sold put option.

Fig. 1 An impact of financial operations with derivatives on the financial statement



Source Own processing, Slovak accounting Law/ 11

4 Classification and disclosure of derivatives operations according to the international standards for public sector IPSAS

Many professional studies in accounting area (such as Cirstea, 2014/ 3; IMF, 2016/ 2) emphasize a necessity of accrual principle in public accounting and the need of financial statement settled based on international accounting standards. A study by IMF, 2016/ 2 states that before moving from cash accounting to accrual accounting it is necessary to realize a reform of the public sector, and that government should create the monitoring institution for controlling accounting standards. Hyndman & Connolly; 2011/ 4 point out the importance of correct evaluation of accrual accounting system in a country because accrual principle can sometimes lead to inefficiency of managing public finances.

The international accounting standards define classification, presentation and disclosure of accounting cases, as well as framework for financial statement settlement. These standards for public sector are issued by IPSASB (International Public Sector Accounting Standards Board), which issues International Public Sector Accounting Standards - IPSAS. Recently (to the year 2017), IPSAS contains totally 38 measurements, which are focused on particular accounting field (see **Tab. 4.**). These standards are based on IAS/IFRS. It is clear, that in comparison with the national accounting laws, the international accounting standards are more specialized in particular area.

Tab. 4 List of the accounting standards for public entities

Standard	Name of the Standard	Based on IAS/IFRS
IPSAS 1	Presentation of financial statements	IAS 1
IPSAS 2	Cash flow statements	IAS 7
IPSAS 3	Accounting policies, changes in accounting estimates and errors	IAS 8
IPSAS 4	The effects of changes in foreign exchange rates	IAS 21
IPSAS 5	Borrowing costs	IAS 23
IPSAS 6	Consolidated and separate financial statements	IAS 27
IPSAS 7	Investments in associates	IAS 28
IPSAS 8	Interests in joint ventures	IAS 31
IPSAS 9	Revenues from exchange transactions	IAS 18
IPSAS 10	Financial reporting in hyperinflationary economies	IAS 29
IPSAS 11	Construction contracts	IAS 11
IPSAS 12	Inventories	IAS 2
IPSAS 13	Leases	IAS 17
IPSAS 14	Events after the reporting date	IAS 10
<i>IPSAS 15⁵</i>	<i>*Financial instruments: Disclosure and presentation</i>	-
IPSAS 16	Investment property	IAS 40
IPSAS 17	Property, plant and equipment	IAS 16
IPSAS 18	Segment reporting	IAS 14
IPSAS 19	Provisions, contingent liabilities and contingent assets	IAS 37
IPSAS 20	Related party disclosures	IAS 24
IPSAS 21	Impairment of non-cash assets	IAS 36
IPSAS 22	Disclosure of financial information about the general government	-
IPSAS 23	sector	-
IPSAS 24	Revenues from non-exchange transactions (taxes and transfers)	-
<i>IPSAS 25⁶</i>	<i>Presentation of budget information in financial statements</i>	-
IPSAS 26	<i>*Employee benefits</i>	IAS 36
IPSAS 27	Impairment of cash-generating assets	IAS 41
IPSAS 28	Agriculture	IAS 32 (IFRS 9)
IPSAS 29	Financial instruments: Presentation	IAS 39
IPSAS 30	Financial instruments: Classification and measurement	IFRS 7
IPSAS 31	Financial instruments: Disclosure	IAS 38
IPSAS 32	Intangible assets	IFRIC 12
IPSAS 33	Services concession arrangements: Grantor	IFRS 1
IPSAS 34	First-time adoption of accrual basis IPSASs	IAS 27
IPSAS 35	Separate financial statements	IFRS 10
IPSAS 36	Consolidated financial statements	IAS 28
IPSAS 37	Investments in associates and joint ventures	IFRS 11
IPSAS 38	Joint arrangements	IFRS 12
IPSAS 39	Disclosure of interests in other entities	IAS 19
IPSAS 40	Employees benefits	Partly IFRS 3
	Public sector combinations	

Source Own processing, IPSAS, 2018/ 7

Slovak Ministry of Finance based on the information from consolidated financial statements of self-government units, towns, government units and other public entities, prepares so called summary financial statement, which is in accordance with the international accounting standards. It is composed of the balance sheet, cash-flow and notes. (MF SR, 2018/ 9)

⁵ Replaced by standards IPSAS 28 and IPSAS 30.

⁶ Replaced by standard IPSAS 39.

4.1 Accounting of derivatives operations according IPSAS

In accordance with international standards, operations with derivatives and hedging operations in the public sector regulate IPSAS 28, IPSAS 29 and IPSAS 30 which provide measurements how to present hedging accounting and manage risks effectively, and finally prevent potential losses.

IPSAS 28 is based on IAS 32, resp. IFRS 9⁷, and defines presentation of financial instruments. According to §9 of IPSAS 28, financial instruments are divided into financial assets, financial liability and equity. IPSAS 29 proceeds from IAS 39 and determines a framework for classification and measurement of derivatives and financial instruments. Financial assets are classified in four groups:

- Assets valued at fair value through surplus or deficit (FVSD),
- Assets held to maturity,
- Loans and receivables,
- Assets available for sale.

At the first disclosure, derivatives are measured at fair value. Financial liabilities are recorded as trade liabilities and derivative liabilities. Standard IPSAS 29 characterizes a hedge model, which effectively manages market risks through derivatives operations. IPSAS 30 defines disclosure of financial instruments based on specific type, origin and extent of market risk. (IPSAS, 2018/ 7)

The following figure (**Fig. 2**) shows a scheme of accounting entry in the financial statement settled according to IPSAS. At the beginning of an accounting period, when an entity has bought $n = 10$ units of call options with option premium $p = 6.50$ EUR and actual price 17 EUR/share, this entity receives a right to buy particular quantity of shares for pre-arranged price in the future. The other side (a seller) has an obligation to sell options. On the transaction day, derivative is valued at fair value and it is assessed the initial value of shares (if call option is out the money, or in the money). At the end of accounting period, we consider all changes in fair value, and on a settlement day (in the new accounting period) if the option was realized, or not.

Fig. 2 Disclosure of derivatives operations with option according to IPSAS

On the transaction day		Changes at the end of accounting period		At the beginning of the new accounting period, a trade settlement	
(-)	(+)	(-)	(+)	(-)	(+)
Option premium	Cash	Changes in fair value	Option premium	Loss	Option premium

Source Own processing, based on IPSAS, 2018/ 7

Conclusion

The aim of this contribution was to inform a reader how the financial derivatives are recording and presenting in the financial statement of the public entities. The basic of the public accounting comes from the accrual system, what means that financial assets and liabilities are recording immediately in the moment of their realization. This accrual principle is in comparison with cash accounting more clearly and transparent. Especially, for the public accounting is accrual principle more convenient because of effective management and distribution of the public sources. In the dynamic international development and particularly in the European countries, there is a requirement to harmonize the national accounting systems because of comparability of the financial statements in international level.

⁷ IFRS 9 replaced IAS 32, and is applied from 1st January 2018.

In this contribution, we dealt with reporting and disclosure of the financial operations, derivatives and hedging operations in the consolidated financial statement in the public sector according to the Slovak accounting standards and IPSAS. We focused on the problems of presenting derivatives, which are presented in the financial statements based on types of financial instruments (asset, liability or equity), and according to a purpose, how derivatives are used. In the last part of the article, we showed based on an accounting event how derivative operations are recording correctly. In the balance sheet, operations with derivatives, hedging operations and bank guarantees are presenting separately.

Literature

- [1] BECKER, S. JAGALLA, T., SKAERBAEK, P.: The translation of accrual accounting and budgeting and the reconfiguration of public sector accountants' identities. In: *Critical Perspectives on Accounting*. ISSN: 1045-2354. Roč. 25 (2014), s.324-338.
- [2] CAVANAGH, J., FLYNN, S., MORETTI, D.: *Guide to Implementing Accrual Accounting in the Public Sector*. IMF, 2016, s. ISBN: 9781513589466.
- [3] CIRSTEA, A.: The need for public sector consolidated financial statements. In: *Procedia Economics and Finance*. ISSN: 2212-5671. Roč. 15 (2014), s. 1289-1296.
- [4] HYNDMAN, N., CONNOLLY, C.: Accruals accounting in the public sector: A road not taken. In *Management Accounting Research*. ISSN: 1044-5005. Roč. 22 (2011), s. 36-45.
- [5] ICAEW.COM: *Public finances in practice: Insights from senior European public finance professionals*.
- [6] ILIE, E., MIOSE, N.-M.: IPSAS and the Application of These Standards in the Romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2012, vol. 62, p. 35-39.
- [7] International Standards for Public Sector: IPSAS 28, IPSAS 29, IPSAS 30.
- [8] MÜLLER-MARQUÉS BERGER, T.: European Harmonization and EPSAS. *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*, 2016, p. 1-9.
- [9] Measurement of Ministry of Finance of SR No. 419/2007
- [10] PEREIRA MONTEIRO, B.R., CORREA GOMES, R.: International Experiences with Accrual Budgeting in the Public Sector. In *Revista Contabilidade & Finanças*. Roč. 24 (2013), č. 62, s. 103-112. ISSN: 1806-057X.
- [11] Zákon o účtovníctve č. 431/2002 z.z.

Ing. Martina Regásková, Technical University of Košice, Faculty of Economics, Department of Finance, Némcovej 32, 040 01 Košice, e-mail: martina.regakova@tuke.sk

This research was supported by VEGA project No. 1/0311/17 on Measuring and Reporting Intangible Assets.

Customer satisfaction and its significance in the quality management

Petronela TARINOVÁ - Pavol GRMAN - Oksana SOKIL - Silvia Lenčేశová

Abstract

At this time of the mistake intolerance, when supply exceeds over demand and successful business is determined by the number of customers, is necessary to maintain every customer. More and more companies realized that today, it is a customer, who specify the actual market rules. All of the successful companies putting maximum effort into achieving satisfied customers by using quality management. Expectation, quality and especially price, are considered as the main attributes, which affect customers and their satisfaction. The primary objective of this scientific paper is evaluation of customer satisfaction in selected company. The systematic evaluation of customer satisfaction in order to obtain feedback from customers leads to customers' loyalty and company builds up long-term relationships with its customers.

Keywords (size 10pt bold, italic): quality management, customer satisfaction, ice cream market

JEL Classification: O 31, O 32, P 36

Introduction

Fundamental prerequisite of today's global market is satisfaction of customer needs. The conditions on the markets do not tolerate mistakes or low-quality. It is necessary to say that current customer is sophisticated and increasingly demanding, who plays a big role on the market because he is the one, who is the main source of money for every company. This situation causes companies fights on the market between each other and trying to attract customers, who can easily choose from wide offer. After all this it seems self-evident that companies should try to maintain every customer satisfied. On the other hand, to satisfy everyone is impossible. The words of Abraham Lincolns, which could be usefully modified for customer satisfaction are truthful - "You can satisfy all the people some of the time, and some of the people all the time, but you cannot satisfy all the people all the time".

Companies, which fulfil customer's expectations are successful and competitive not only on local but also on foreign markets. The questions are: how these companies become competitive or how they can maintain this competitiveness? To answer these questions isn't that easy how it could seem. Competitive market is dynamic system, which is changing and developing from day to day and therefore there is no simple solution. Resent management trends point to the fact that companies with established quality management systems belong to the most successful companies. So, quality and listening to customer's voice could be the right combination, how companies can improve their business performance. "Our customer, our boss" could seems as jaded phrase but on these changeable markets is truthful because customer is the one, who sets the rules. Customer is the one, who has choice and is not willing to pay money for something, what will not satisfy his expectations. Evaluate customer satisfaction in order to obtain feedback could build long-term relationships with customers. Therefor the primary objective of this scientific paper is evaluation of customer satisfaction in selected company.

Decision to evaluate of customer satisfaction came as a consequence of price change caused by qualitative research, which proved that our selected company offers higher quality product with the same or lower price compared to the competitors in the market. The whole qualitative research was realized in the year 2016 and our selected company required to measure the impact on their customers and their satisfaction. Also, we have pointed out the importance of the evaluation of the customer satisfaction. Such informal feedback is valuable in any company because this direct contact with customers work as an indicator of what company is doing right or where company is going wrong. To know the opinion of the customers is extremely important especially in production of the ice cream because to offer customers significantly different product compared to the competitors in the market is very difficult because it can be easily produce almost the same.

1 Literature overview

If we want to measure customer satisfaction we need a very clear definition of what exactly this term means. Many authors stated that the list, which describes the term customer satisfaction is endless but it is needless to say that it is just different words that describe the same phenomenon. Luckily for us, understanding the concept of customer satisfaction is easy. Let's divided this term into customer and satisfaction. Investopedia defines customer as an individual or business that purchases the goods or services produced by a business. On the other hand, to explain satisfaction is simple. If customer gets what he wanted and his requirements are met, customer is satisfied. If requirements are not met, he will not be satisfied. Resulting from above Hill- Brierley (2017) define customer satisfaction as a measure of how the organization's total product performs in relation to set of customer requirements. According to authors Hill-Roche-Allen (2007) we can understand customer satisfaction as the attitudes or feelings that customers form based on their experiences with an organization. In this scientific paper we decided to describe the term customer satisfaction by phrase "doing best what matters most to customers".

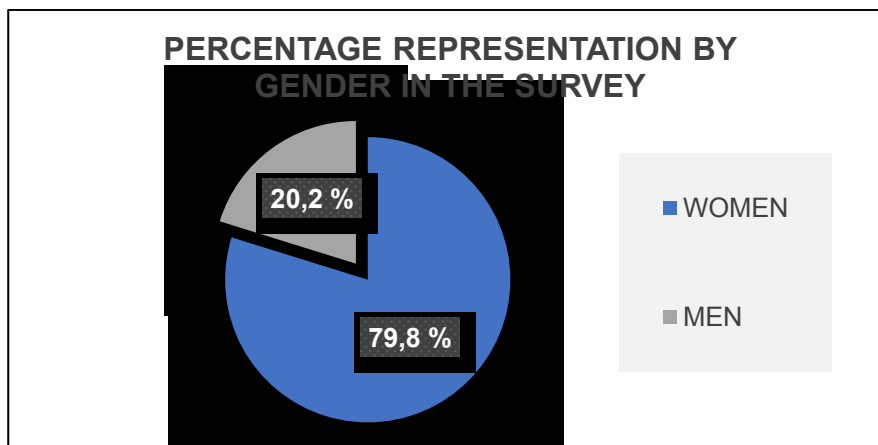
On the other hand, to define the term "quality" is more difficult. Evans- Lindsay (2016) said that quality can be confusing concept. At this time of the mistake intolerance, when supply exceeds over demand is quality motivating factor, which determine commercial success in the competitive markets. Companies operate in unstable and rapidly changing conditions, where customers specify the current market rules. Dora-Kumar et al. (2013) stressed that the importance of quality has significantly grown over the last decades as well in the food sector. Increasing consumers' expectations, governmental regulations and expanding competition in the market are reasons why food companies deal with the quality. Every customer perceives quality differently, what is high-quality for someone, might be low-quality for another's. In general, quality experts' definitions of quality can be categorized by Nanda (2016) into two main categories - Quality is satisfying applicable specification or quality is satisfying the customer. Siebels (2004) in the Quality Improvement Glossary defines quality as subjective term for which each person has his or her own definition. People understanding quality subjectively and in relation to different criteria based on their individual roles in production-marketing value chain. As a consequence of this fact, in this scientific paper we understand quality according to Kapsdorferová (2014) as meeting the needs of the customers.

2 Methods

The main goal of the presented scientific paper is evaluation of customer satisfaction in selected company as a consequence of price change caused by qualitative research. In this paper are presented data used from Statistical office in Slovakia, State Veterinary and Food Administration of the Slovak Republic, Ministry of Agriculture of the Slovak republic and own obtained data based on own research.

Besides of that in this research a large number of the methods have been used, but the most important of them is questionnaire survey, which was carried out on a sample of 100 respondents divided into four age categories: up to 18 years of age (1st category), from 18 to 29 years of age (2nd category), from 30 to 50 years of age (3rd category), over 50 years (4th category).

Graph 1 Percentage representation by gender in the survey



Source Own work based on the questionnaire survey

The survey was conducted specifically in December 2017 in Nitra using the questionnaire method. The questionnaire was anonymous, fairly simple and consisted of closed questions that focused on finding consumer satisfaction and the impact of the price change on customer satisfaction.

3 Paper results

Ice cream is defined based on Decree No. 4312/2 / 1999-100 Ministry of agriculture and rural development of the Slovak Republic and Ministry of Health of Slovak Republic (1999) as a patisserie of ductile and slightly slow-pacing consistency, which is produced by industrial way or in specialized small manufacturing equipment. The ice cream mixture thus prepared and frozen is intended for immediate consumption.

Marshall et al. (2012) define ice cream as frozen mixture of combination of components of milk, sweeteners, stabilizers, emulsifiers and flavoring. Other ingredients such as egg products, colorings and starch hydrolysates may be added also. This mixture is pasteurized and homogenized before freezing. Freezing involves rapid removal of heat while agitating vigorously to incorporate air, thus imparting the desirable smoothness and softness of the frozen product.

Talking about ice cream we also consider as important to explain the term frozen desserts to which refers as well ice cream and related products. This broad term includes ice cream and its lower fat varieties, frozen custard, frozen yogurt, mellorine (vegetable fat frozen dessert), sherbet, water ice and frozen confections. Some of these desserts are served either soft frozen or hard frozen.

In your research

3.1 The EU ice cream market

Ice cream production has increased rapidly in recent years in many countries of the world. The ice cream business is industry, which offers consumers a wide range of safe, high quality, great tasting and healthy products to serve consumers of all ages. One of the main reasons for the enduring popularity of ice cream is the sheer variety of products on offer from refreshing water ices and sorbets through to luxurious ice cream combined with any number of toppings, coatings and inclusions. There are ice cream products suitable for all occasions, to be eaten inside or outside of the home and which appeal to all consumers from the very young to the more mature.

According to the monitoring of The European Ice Cream Association (Euroglaces), the ice cream industry across the EU comprises circa 100 companies operating in the various Member States. The huge majority of these companies are small and medium-sized enterprises employing around 15.000 people. The market volume for industrial produced ice cream is estimated at 2. 2 billion litres and valued at 9 billion euro.

Nowadays is the ice cream market one of the most dynamic and innovative industry in the world. The annual average consumption per capita is approximately 6. 8 litres. The most powerful trend in these days across the EU ice cream market is strong interest in buying ice cream with locally sourced ingredients.

3.2 The Slovak ice cream market

Generally, essential for manufacture of ice cream of the highest quality are ingredients of excellent quality, a mix that formulated and balanced to provide proper function of each component and intelligent processing, freezing and hardening of the product. Despite of this on the Slovak ice cream market is currently dominated ice cream made from prefabricated elements. This kind of ice cream is considered as a semi product (blank), since the production is based on a pre-prepared paste which is mixed with additional raw materials as water or milk. Prefabricate is prepared as a specific flavour of the ice cream. In this fact ice cream made from prefabricated has any nutritional value. The costs of production of this kind of ice cream are at a very low level. These costs depend on the price of selected prefabricates.

Tab. 1 Percentage of inconvenient ice cream samples

	2011	2012	2013	2014	2015
Ice cream	12.4 %	10.6 %	8.9 %	15.5 %	17.8%

Source Own work, based on data from Green Report (2011-2015)

In the Fig. 1, we can firstly see decreasing character of inconvenient ice cream samples (2011-2013), but on the other hand in the last 2 years, (from 2014) was recorded enormous high increase 6.6 %, compared to the previous year. This number represents the highest growth and is the highest percentage of inconvenient ice cream samples during the monitored period. In the last monitored year (2015) we can easily see that the percentage of inconvenient ice cream samples is still growing.

3.3 Ice cream consumption in Slovakia

According to the Fig. 2 in recent years' consumption of the ice cream hasn't notice notable changes. One of the lowest levels, which were 2.1 kg, was recorded in 2012. The paradox is that this year, was one of the warmest years in the last 150 years. Ice cream is in general considered as a seasonal product, where the impact of seasonality plays important role in its consumption. According to the data from Public Health Authority of Slovak Republic, this year Epidemiological Information System (EPIS) informed about increasing danger of salmonella infection. Based on the above decreasing character of the consumption of the ice cream could be caused by the increased danger of salmonella infection.

Tab. 2 Development of ice cream consumption in SR per capita

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ice cream	3.0 kg	3.0 kg	3.4 kg	2.3 kg	2.1 kg	3.0 kg	2.1 kg	2.5 kg	2,9 kg

Source Own work, based on data from Statistical Office of the Slovak Republic- Food Consumption in the SR (2011-2016)

In the monitored period was average consumption about 2.7 kg per capita. In the last monitored year consumption of the ice cream is continually increasing, and this number is above the average so we can forecast that ice cream consumption in Slovakia per capita will increase as well in the upcoming years.

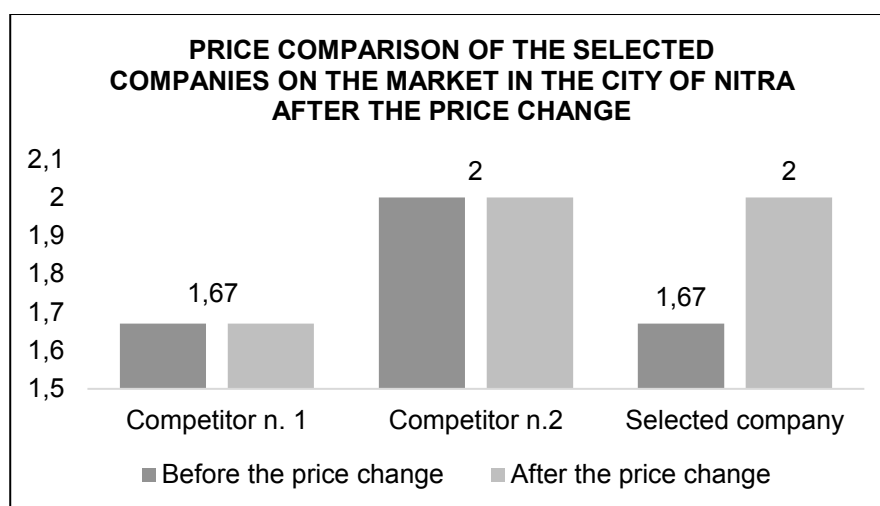
3.4 Price changes as the result of quality research

For scientific paper needs we visited all of the three selected companies on the market in city of Nitra and carried out a personal survey of prices and offer of ice cream. In our research, we focused just on the producers of artisanal ice cream on the marker in Nitra.

Based on the result of qualitative research, which was held in the 2016 we have come to a conclusion that our selected company was selling the highest quality product by the same or lower price as competitors in Nitra we recommend increasing the price of their ice cream. The company decided to increase their price to the same level as the most expensive competitor, Competitor n.2.

The graph 1 below shows a price comparison of the selected companies on the market in city of Nitra after the price change in € / 100 g. After raising the price of the ice cream in our selected company we can see that the price is now at the same level (2.00 € / 100 g) as the price of the ice cream of Competitor n.2, who was selling the product of the worst quality according to our previous qualitative research. The cheapest ice cream on the market among these three companies is now selling Competitor n. 1.

Graph 2 Price comparison of the selected companies on the market in Nitra after the price change in €/100 g



Source Own work based on the benchmarking in the city of Nitra

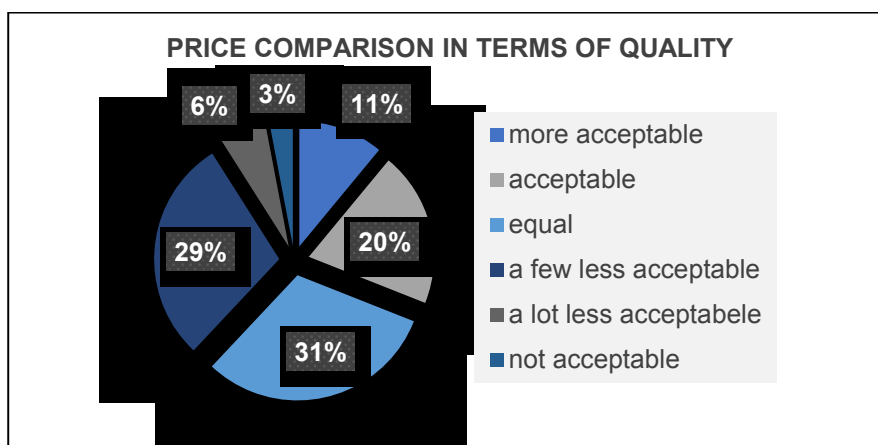
After this price change, our selected company had some doubts, whether customers would still buy their ice cream, so we recommended them to measure the impact of this price change on their satisfaction. After one-year company decided to accept our recommendation due to the decreasing sales. In questionnaire research, which was held in the year 2017 we collected the information about the problematic of customer satisfaction.

Based on the questionnaire survey we measure the customer satisfaction with the new price of the ice cream produced by our selected company compared to the competitors in city of Nitra. Selected competitors were the same as in previous qualitative research, which caused this price alternation. According to Graph 2 below we can see that 31% of respondents answered that the new price is equal to the other competitor on the market in Nitra city.

On the other hand, 29% of respondents answered that the new price is a few less acceptable compared to the competitors in Nitra. The difference between the opinions of customers is too low (2%), what might in the future indicate some problems, which could cause specific dissatisfaction from customers.

Very positive is that just 3% of the total number of respondents consider the new price of the product no acceptable compared to the other competitors on the market.

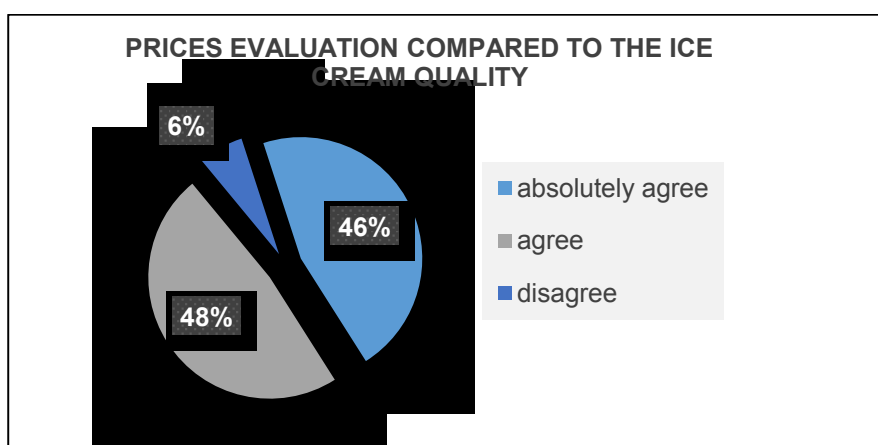
Graph 3 Price comparison in terms of quality



Source Own work based on the questionnaire survey

Based on the topic of our scientific paper, which is customer satisfaction and its significance in the quality management respondents were asked to evaluate the new price of ice cream of our selected company compared to its quality. Respondents were asked to express their opinion to the statement whether the new price of the ice cream corresponds to its quality. From the Graph 3 below results showed that more than 90% of respondent answered that the price is adequate to the quality of ice cream. On the other hand, just 6% from all of the respondents answered that the new price doesn't correspond to ice cream's quality.

Graph 4 Price evaluation compared to the quality ice cream

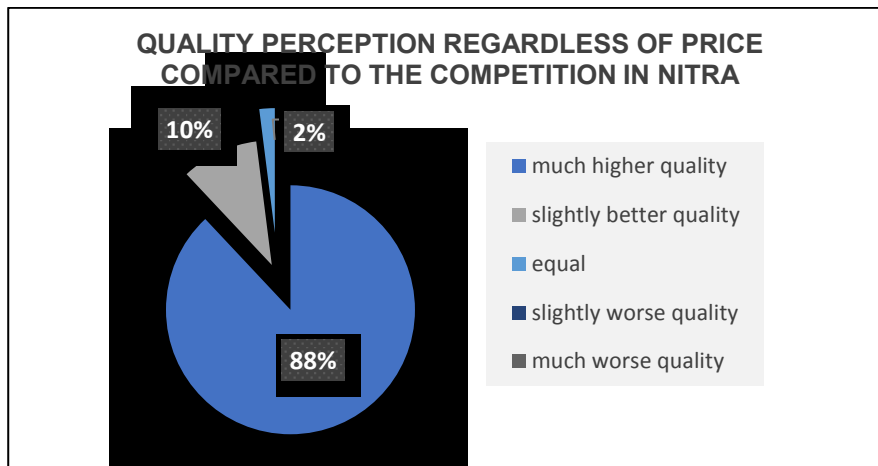


Source Own work based on the questionnaire survey

If the customers agreed with the statement that the offering quality is adequate to its selling price, they were asked to compare the quality of ice cream produced by our selected company regardless of price with the other competitor in Nitra.

The Graph 4 shows that 88% of respondents consider that the ice cream quality by our selected company is much higher than the quality of ice cream produced by other competitors in Nitra city. Regarding to our results we can state that the overall perception of the ice cream quality of our selected company regardless of its price compared with the competition in Nitra, is very positive.

Graph 5 Quality perception regardless of price compared to the competition in Nitra



Source Own work based on the questionnaire survey

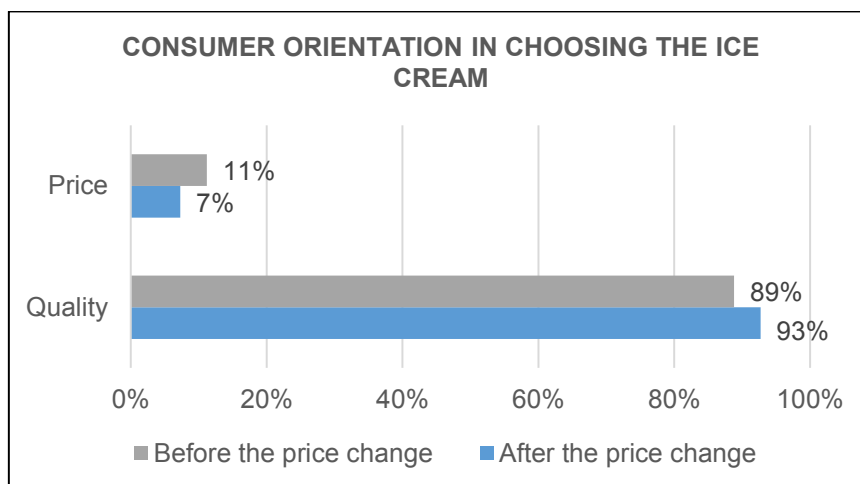
Based on our results from questionnaire survey, we have decided to carry out the additional research, which was oriented to what customers are focused on in the selection of the ice cream, whether on quality or on price. The survey was conducted as well as before and after the decision to increase the price.

It is necessary to inform that before this question was short introduction of the results of qualitative research, which caused this alternation in price. This was shown to the respondents after they answered the question “before the price change”. We consider it more straight to the customers to tell them the reason, why this was necessary to change.

Based on the Graph 5 below it can be stated that customers by this type of the ice cream focused primarily on quality and not on price. In general, it can be assumed that if the price increase does not exceed the tolerable level, it affects the overall satisfaction of the costumer minimally.

This research has shown that in this current condition customers are willing to pay more money if the product is in good quality. Finally, the impact of the price change on customers’ satisfaction is not negative, as respondents replied that despite of the higher price they will recommend our selected company to their friends.

Graph 6 Consumer orientation in choosing the ice cream



Source Own work based on the questionnaire survey

Conclusion

The submitted scientific paper is based on qualitative research conducted to identify customer requirements for ice cream quality in city of Nitra. On the basis of the obtained results in the year 2016, our selected company decided to increase the price of their ice cream. This price change was caused due to the finding that our company was selling ice cream with the same or lower price compared to the competitors in the market. On the other hand, decreasing sales in the year 2017 persuaded the company to evaluate the impact on their customers and their satisfaction with this new price.

The primary objective of this scientific paper is evaluation of customer satisfaction in selected company. This survey was carried out through a questionnaire survey on a sample of 100 respondents divided into four age categories.

Based on the results from questionnaire survey, where 90 % of respondents answered that the new price is adequate to its quality and consider this new price as acceptable compared to the competitors on the market in Nitra. Just 3 % of the responders answered that the new price is not acceptable. It can be stated that customers by this type of the ice cream focused primarily on quality and not on price.

In general, it can be assumed that if the price does not exceed the tolerable level, it affects the overall satisfaction of the customer minimally. This research has as well proved that in current condition customers are willing to pay more money for high-quality products. The impact of the price change on customers' satisfaction is not negative, as respondents replied that despite of the higher price they will recommend our company to their friends.

The decreasing sales in the year 2017 could be caused because of the weather condition in that year. It is generally known, that ice cream is seasonal product, which is influenced by weather. According to annual report of Slovak Hydrometeorological Institute was the year 2017 one of the three warmest years in the modern history of Slovak republic. From the interviews with employees, who said that during the tropical days customers came just during the evening hours, when temperature dropped and because of opening hours, we came to the conclusion that this could cause the decreasing sales. We can state that lower and as well higher temperatures influence the sales of the ice cream.

Recommendation:

- Publish public statements to clarify the reason of the price change.
- Started to awareness raising of inputs, which are used to produce the ice cream.
- Loyalty cards, as compensation of increased price (buy 10 get 1 free).
- Evaluation of customer satisfaction regularly.
- To keep on producing such quality product as is their artisanal ice cream.

Literature

- [1] DORA, M. et al.: Food quality management system: reviewing assessment strategies and a feasibility study for European food small and medium-sized enterprises. *Food Control*, 2013, 31.2: 607–616
- [2] EVANS, R. J. – LINDSAY, M. W. : *Managing for Quality and Performance Excellence*. USA: Cengage Learning, 2016. 784 p. ISBN 978-1-305-66254-4
- [3] HILL, N.- BRIERLEY, J.: *How to measure customer satisfaction*. USA: Routledge, 2017, 160 p. ISBN 978-0-566-08595-6
- [4] NANDA, V.: *Quality Management System Handbook for Product Development Companies*. USA: CRC Press, 2016. 352 p. ISBN 1-57444-352-6
- [5] SIEBELS, L. D.: *The Quality Improvement Glossary*. USA: ASQ Quality Press, 2004. 353 p. ISBN 0-87389-619-X
- [6] HILL, N.- ROCHE, G- ALLEN, R. *Customer satisfaction: The customer experience through the customer's eyes*. UK: Cogent Publishing, 2007. 314p. ISBN 978-0-9554161-1-8
- [7] MARSHALL, R. T - GOFF, H. D. - HARTEL, R. W. *Ice cream*. USA: Springer, 2012. 371p. ISBN 978-1-4613-4948-8
- [8] KAPSDORFEROVÁ, Z. *Manažment kvality*. SR: Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2014, 151s. ISBN 978-80-552-1250-0

- [9] Ministry of Agriculture and Rural Development – Green Report (2011-2017) [online]. [quot. 2018-01-20]. Available at: <http://www.mpsr.sk/index.php?navID=121>
- [10] State Veterinary and Food Administration of the Slovak Republic – Codex Alimentarius [online]. [quot. 2018-01-20]. Available at: <http://www.svssr.sk/>

Ing. Petronela Tarinová, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: xtarinova@uniag.sk

Ing. Pavol Grman, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: pavol.steven.grman@gmail.com

Ing. Oksana Sokil, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: xsokil@is.uniag.sk

Ing. Silvia Lenčesová, Slovenská poľnohospodárska univerzita, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Trieda Andreja Hlinku 609/2, 949 76 Nitra-Chrenová, e-mail: xlencesovas1@is.uniag.sk

Determinants of small and medium business development

František VOJTECH - Jarmila MIŽIČKOVÁ

Abstract

The aim of the paper is to analyze selected determinants (conditional variables) acting on the development of small and medium-sized business. How the public sector impinges on this development. Specifically, how does the state build on its economic policy to develop business. At the beginning, we evaluate the current state of development of small and medium-sized business, especially in conditions of digitization of the Slovak Republic. The next part focuses on a specific determinant, namely the application of the knowledge of science and technology in practice. What is the current state of information and communication technologies (ICT) and their impact on the development of small and medium-sized business. Finally, we evaluate the concrete measures that have started this process and its further direction.

Key words: determinants, small and medium-sized business, state, science and technology, electronization, financing, measures

JEL classification: O140

Introduction

If entrepreneurs want to do business, they must have the conditions. First of all, they have to have business. For this purpose, it serves the state that creates the conditions for the functioning of the market. "The state arises at a certain stage in the development of society as an organized system." [1,15] Part of this organized system is the market. "The market is a certain space where individual producers (economic entities) exchange the results of their activity, ie the goods." [1,15] Why does the state create conditions for business entities and their economic growth? "Business entities are fundamental elements of the economic mechanism and the carriers of the economic, technical and social development of society. They are the building blocks of the national economy, as well as the determinants of the development of the regional and local economy, the sustainable development of the national economy and the growth of employment of the rural population." [2,7]

1 Selected determinants for the development of small and medium-sized business (SMB)

"Economic development, and thus the resolution of regional disparities, whether between regions or within regions, has long been the exclusive role of national governments. Access is different from country to country and results from local conditions." [2,62] If we want to talk about the economic development of a particular small and medium-sized business, we first have to know the general conditional factors - the determinants of economic development. Then, we can select each determinant individually as needed and the magnitude of the action of a particular determinant.

Basic economic factors include economic growth, application of science and technology, qualification of labor forces, involvement in international labor distribution (landscape competitiveness) and the use of natural resources in the landscape. All these factors complement each other. If we look at them in more detail, we see that we can divide them into external and internal factors. Companies are heavily influenced by an external macro environment that can not be controlled. can only be exceptionally influenced by management decisions, because one of the factors beyond the control of SMB. [3.150] Internal factors are those that affect the ability of management to function effectively. Internal factors can include personal properties, skills and competencies of the owner, respectively. managers, which are critical to how well a company faces the potential crises that an enterprise is facing. It is important to keep in mind that these restrictions are under the control of the business owners.

All of these factors affect our country's competitiveness against other countries. It represents a complex of partial properties of objects (countries, enterprises, industries, products) that predestine their success in comparison with others. What is the competitiveness of our economy, which includes small and medium-sized business, on the Global Competitiveness Index (GCI) every year by the World Economic Forum in Switzerland (WEF). This index tells of the country's prospects of achieving sustainable economic growth over the medium term.

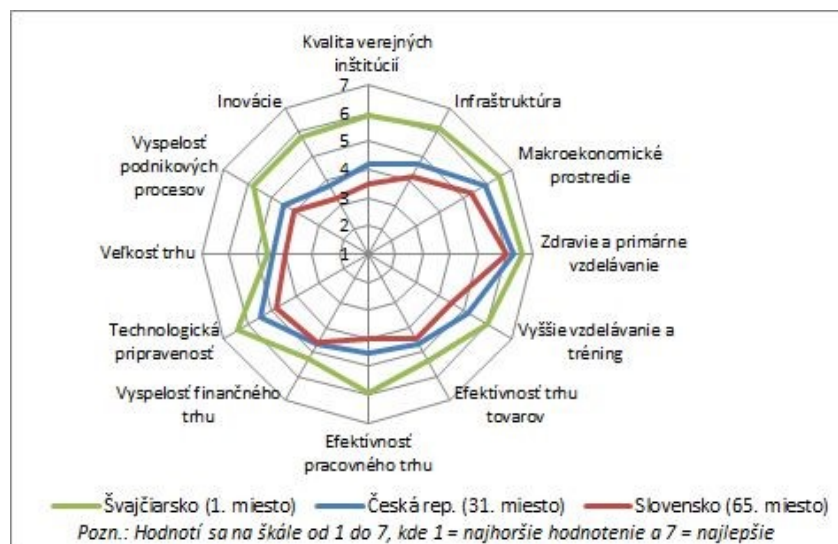
Tab. 1 Development of the position of the Slovak Republic in the ranking of competitiveness of the World Economic Forum

Rok	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pozícia	35	48	45	38	40	49	43	43	41	37	41
Zmena		-13	3	7	-2	-9	6	0	2	4	-4
Rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Pozícia	46	47	60	69	71	78	75	67	65	59	
Zmena	-5	-1	-13	-9	-2	-7	3	8	2	6	

Source Global Competitiveness Report 2017 -2018, pp. 26

This year, WEF included 137 countries from all continents. In the first tenth, European economies predominate, with Switzerland in the first place for the ninth year. Singapore was replaced by the United States, followed by the Netherlands and Germany. From 9th to 6th, Hong Kong jumped, Israel shifted considerably (from 24th to 16th), Russia (from 43rd to 38th) turned Qatar (from 18th to 25th), from Central European countries is the highest in Austria (19th), the Czech Republic retained again 31st place, Poland (39th) dropped Lithuania, Latvia or Kuwait. Slovakia has shifted this year significantly in the ranking of competitiveness that the World Economic Forum in Switzerland (WEF) creates. On the basis of the key economic data, Slovakia moved to 59th place in 2017, compared to the sixth step upward. The Global Competitiveness Index consists of twelve evaluation pillars.

Graph 1 Competitiveness pillars assessed



Source Global Competitiveness Report 2017 -2018, pp. 264

"The assessment of Slovakia has improved especially this year in the chapters Macroeconomic Environment and Technology Preparedness, where we are historically one of the best in the world. Unfortunately, in areas of institutional quality or innovation, we have not made progress. The biggest problem of business in Slovakia is traditionally considered corruption. Second, this year's unnecessary state bureaucracy has shifted, which worries managers more than tax rates. Other items that companies complain

about are tax and levy laws, the labor market, or inadequate employee training. Moving six feet up is a success, but Slovakia should have the ambition to get to the first 30th. If the government were to push for faster reforms and to radically improve the business environment, the country would once again become an attractive investment destination in Central European competition. "[4,264]

2 The current situation of small and medium-sized business in terms of digitization

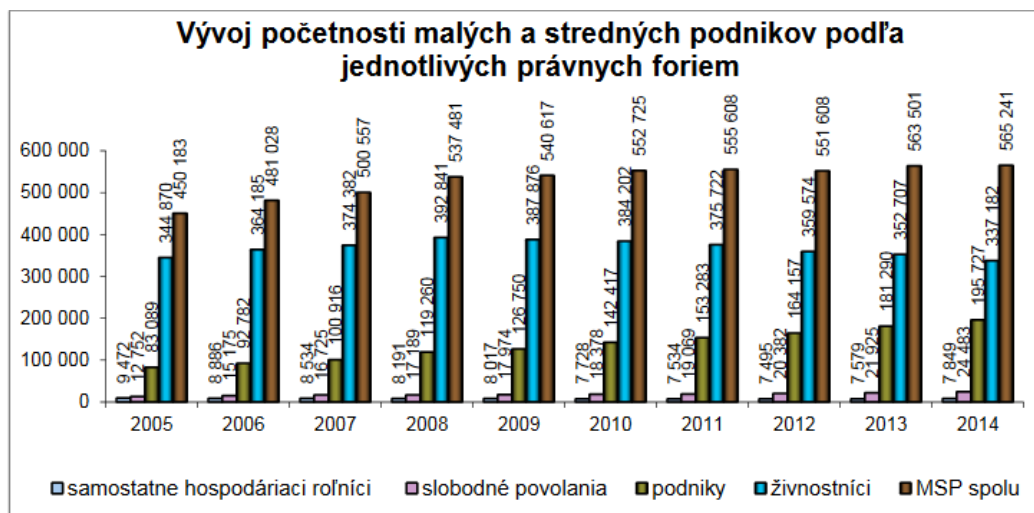
The basis of the determinants of economic development is the application of science and technology. Looking at the Global Competitiveness Index and its twelve evaluation pillars, we find that the application of science and technology knowledge is crucial in most of them. Let us, for example, evaluate the innovation pillar. Switzerland in this pillar reached a score of 5.8 out of seven and ended on the 1st of March. The second Singapore achieved a rating of 5.3 in this area. The Slovak Republic achieved a rating of 3.3. Czech Republic 3.9, Hungary 3.4 and Poland 3.4. This evaluation shows us that we are in last resort in the Visegrad Four. As our small and medium-sized businesses are building up on this issue, we are only discussing when we analyze developments over a certain period of time.

According to data of the Statistical Office of the SR / SO SR /, 531,729 active business entities were registered in Slovakia in the year 2015, of which 531,063 were small and medium-sized enterprises (SMEs). The largest share in this category was made up of micro-enterprises (96.9%), small enterprises (2.4%) and medium-sized enterprises (0.5%). Physical persons - entrepreneurs account for almost two thirds (63.7%) of the total number of active SMEs in Slovakia. [5,20]

Since 2009, the overall number of small and medium-sized enterprises has been characterized by different developmental trends that are recorded in the different legal forms. While the number of small and medium-sized enterprises - legal persons grows every year, the number of natural persons - entrepreneurs has declined over the past six years. The decline of natural persons - entrepreneurs is mainly related to the decrease in the number of tradesmen. [6,20] A significant decline in small and medium-sized enterprises between 2014 and 2015 could be caused by several factors. However, in the study of these statistical data, we found out that the data of the SO SR did not count all the entities that were created and expired for the second half of 2015.

When comparing the evaluation in the Reports on the state of small and medium-sized business in the Slovak Republic for individual years, I can also compare the development of the use of ICT in enterprises. This use is evaluated by the Statistical Office of the Slovak Republic through a survey. According to the results of the survey, 80% of micro-enterprises (1-9) used the Internet in 2014. Other enterprise size categories have a higher share of Internet usage. The share of small businesses using the Internet reached 97% and medium-sized businesses 100%. The share of sellers and online shoppers is directly dependent on the size of the business. The use of e-commerce is also increasing with a higher category. In 2014, only 6.3% of all microenterprises sold their online business results, but 11.5% of all micro-businesses bought online. In 2014, small businesses had higher-level indicators (12.3% of small businesses selling online, 14.3% of small buyers online). Among SMEs, the highest ecommerce values in 2014 were medium-sized businesses (19.5% of medium-sized online sellers, 20.8% of online shoppers).

Graph 2 Developments in the number of small and medium-sized enterprises according to different legal standards



Source Statistical Office of the Slovak Republic

Another indicator on the basis of which knowledge of science and technology is applied in the conditions of small and medium-sized enterprises is innovation. According to the results of the "Community Innovation Survey (CIS) 2012" conducted by Eurostat in cooperation with the national statistical institutes of the EU member states, both SMEs in Slovakia and the EU-28 countries experienced a decline in innovation activity. According to the data, it is clear that the highest level of innovative activities is characterized by SMEs (10-249) operating in the industry (29.9%), in the services sector (29.7%) and the lowest innovation activity is reported by SMEs in construction (15, 7%). The innovation activity of Slovak SMEs does not show any signs of improvement nor in comparison with other EU countries. Slovakia is still included among countries with under-innovative innovation activity of SMEs. According to Eurostat data, almost every third small and medium-sized enterprise (32.3%) was innovative in Slovakia in 2012. However, almost every second SME (47.9%) shows the implementation of innovation activities. The Slovak SME ended with a comparison of SMEs from Lithuania, Hungary, Latvia, Bulgaria, Poland and Romania. On the other hand, the most innovative SMEs are from Germany and Luxembourg. [6,39]

In 2015, innovative activities were supported by an amendment to Act 595/2003 Coll. on Income Tax, which became effective on 1.1.2015. It introduced the deduction of costs (costs) from R & D from the tax base (so-called super-deduction). It represents a perverse step in the government to stimulate the development of research, development and innovation in the business environment. In the framework of the Scheme for the Support of the Cooperation of Business Entities and Scientific Research Centers in the form of Innovative Vouchers, 66 innovative SME projects were supported in 2015 in a total volume of 327.7 thousand. euros. Under the Industrial Cluster Support Scheme, 7 cluster organizations were supported in a total amount of 130,000. euros. Through the Innovation Fund, repayable financial assistance was provided to five business entities in the total amount of CZK 750,000. Eur. An interesting activity in the field of linking R & D with business practice, especially in relation to SMEs, is the University Center for Innovation, Technology Transfer and Intellectual Property Protection (UCITT) of the Technical University in Košice. The Center set up in 2014 provided SMEs with advisory services on copyright protection, industrial law protection as well as cooperation in the preparation of contracts for the creation of works, licensing contracts, filing of applications and representation in the administrative proceedings before the Industrial Property Office of the Slovak Republic. In 2015 Industrial Property Office of the Slovak Republic registered 32 patent applications, 56 utility model applications and 1 design application, and granted 7 patents and registered 24 utility models. [5,17]

3 The impact of ICT on business development and concrete measures

To the present state, the Parliament reacts with the adoption of Act no. 374/2016 Z. z. , amending Act no. 305/2013 Coll. on the electronic form of performance of powers of the public authorities and on the amendment and supplementation of some laws (the e-Government Act), as amended. Under this Act of 7 December 2016, the obligation to have an activated electronic mailbox for communication with the State for commercial companies has shifted from 1 January 2017 to 1 July 2017. According to the explanatory memorandum to the amendment, the proposal aims to achieve two changes in relation to the onset of activation of electronic mailboxes. The first is to facilitate the situation when activating the electronic mailbox for all subjects legally activated by law, especially legal entities. The rule is 10 days. After the mailbox administrator makes an effort to deliver it, a ten-day deadline will begin, during which the mailbox owner has time to organizationally secure the retrieval of electronic messages. The second change is the transitional provision that for electronic mailboxes that are not activated at 31 December 2016, the deadline will be up to 30 June 2017.

The largest Slovakian digitizer is the IT Association of Slovakia (hereinafter referred to as IT AS), which cooperates very closely with the Office of the Deputy Prime Minister of the Slovak Republic for Investment and Informatization. It advocates informatisation as a prerequisite for building a knowledge society. The members of IT AS contribute to the productiveness of the company's functioning through the application of information technologies to life. Their vision in the ICT sector was presented in the IT Strategy AS 2020. The content of the strategy is ICT education according to the needs of the labor market, ICT implementation, digital economy, active involvement in the European structures that promote the digitization of Europe [7,1]

"The efforts of IT representatives in the area of the promotion of digitization of Slovakia resulted in the signing of the Memorandum establishing the Digital Coalition on September 26, Each of the 21 Memorandum signatories presented their detailed goals. They aim to improve the digital skills of students and to increase the digital literacy of employees, as well as the unemployed or entrepreneurs. "[8,1] "If we want to be at the technology center of Europe, we need to be ahead and prepare ourselves for the digital transformation ahead of us. Otherwise, we are haggling with our future, because we can end up as an EU manufactory. Digital transformation is not an option for Slovakia, but a necessity. The goal of our joint, long-term initiative is to ensure that our citizens can apply to a changing labor market, business, leadership, research, innovation, and the ability to compete in the digital age. "[9,1]

Slovakia was thus committed to a Europe-wide Digital Skills and Jobs Coalition / Coalition of Digital Skills and Jobs. This coalition brings together Member States, companies, social partners, non-profit organizations and education providers who have taken steps to tackle digital skills shortages in Europe The EU currently has 17 digital coalitions and is expected to be established this year.

Conclusion

The most significant support for small and medium-sized enterprises is the improvement of the business environment, where the administrative and legislative barriers to business start-up are minimized, the growth of the company in particular in terms of competitiveness (access to finance, employment of employees, innovation, law enforcement, rapid legal proceedings, etc.) and the disappearance of the company (rapid bankruptcy and settlement process, bankruptcy decriminalization, etc.). Such forms of aid are nationwide, do not discriminate or favor different groups of companies and do not distort competition.

We have evaluated selected determinants, namely the application of knowledge in science and technology in practice. We have found that the current state of information and communication technologies for the needs of small and medium-sized enterprises is not at the required level. It is therefore necessary to continuously analyze its status and to monitor the development. On the basis of this knowledge, propose changes to existing administrative measures and legislative frameworks. This is to allow rational and predictable intervention by state authorities into the existing system. At the same time, this knowledge needs to be used to prepare support programs to make them as effective as possible. Support programs should only focus on areas where the market is failing. On the basis of our partial findings, innovation is an appropriate development of R & D for SMEs

References

- [1] Cibáková ,V. a kolektív,: Ekonomika verejného sektora, str. 15, 2012, edícia Ekonóm, Bratislava , ISBN 978-80-8078-473-7
- [2] Gozora, V. a kolektív.: Regionálne disparity v malom a strednom podnikaní, str.7, 2011, Merkury s.r.o., Bratislava, ISBN 978-80-89458-17-2
- [3] MORRISON, Janet, Frederic DELMAR a Johan WIKLUND. The international business environment: Global and local marketplaces in a changing world. Edition 2nd ed. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2006. , 226 p. ISBN 14-039-3691-9
- [4] The Global Competitiveness Report 2017–2018, Klaus Schwab, World Economic Forum, ISBN-13: 978-1-944835-11-8 /Správa o globálnej konkurencieschopnosti 2017 -2018/, s..264
- [5] Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2015, SBA, Bratislava 2016
- [6] Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2014, SBA, Bratislava 2015
- [7] Stratégii ITAS 2020/5
- [8] Úrad podpredsedu vlády SR pre investície a informatizáciu, 26.9.2017, tlačová správa,
- [9] TA SR
- [10] Prejav Petra Pellegríniho na otvorenie Digitálnej koalície 26.9.2017 v Bratislave,
www.digitálnakoalicia.sk

Ing. František Vojtech, PhD., Ústav ekonómie a manažmentu, Katedra malého a stredného podnikania, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: frantisek.vojtech@vsemvs.sk

Mgr. Jarmila Mižičková, Ústav ekonómie a manažmentu, Katedra malého a stredného podnikania, Furdekova 16, 851 04 Bratislava, e-mail: jarmila.mizickova@vsemvs.sk

EFFECTS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN RURAL AREAS

PROCEEDINGS OF SCIENTIFIC PAPERS

Editors	Ing. Michal Levický, PhD. Ing. Janka Beresecká, PhD.
Number of pages	121
Published in e-form	
Published by	Białostockie Wydawnictwo Naukowe E-BWN.com Ul. Szeroka 18 m. 18 15 – 760 Białystok Poland
ISBN	978-83-950152-8-1