

0-b

Ekonomický časopis
Journal of Economic

2112

89420

ISSN 0013-3035

12 ⁴⁴/₁₉₉₆

EKONOMICKÝ ÚSTAV SAV
INSTITUTE OF ECONOMICS SAS

PROGNOSTICKÝ ÚSTAV SAV
INSTITUTE OF FORECASTING SAS



HLAVNÝ REDAKTOR

Zdeno Jaura

REDAKTORKA

Katarína Rybanská

TAJOMNÍČKA REDAKCIE

Marta Korcová

REDAKČNÁ RADA

Ladislav Adamiš

Peter Baláž

Jana Černá

Rudolf Filkus

Vladislav Garaj

Egon Hlavatý

Felo Hutník

Ivan Jakúbek

Pavol Kárász

Elena Kohútiková

Zora Komínková

Mikuláš Luptáčik

Jozef Makúch

Jozef Markuš

Lubomír Michník

Eduard Mikelka

Viera Mokrášová

Jaroslav Němec

Valéria Nináčová

Juraj Renčko

Brigita Schmögnerová

Vincent Sniščák

Milan Šikula

Ladislav Unčovský

Viliam Vaškovič

Karol Vlachynský

POKYNY PRE AUTOROV

Rukopisy prijíma redakcia Ekonomického časopisu, Šancová 100, 831 04 Bratislava. Články uverejňujeme v slovenskom, českom alebo anglickom jazyku; majú mať teoretický charakter zodpovedajúci zameraniu časopisu, ich názov má byť stručný a výstižný. K článkom prosíme priložiť resumé v anglickom jazyku (resp. k anglickému textu slovenské) v rozsahu najviac 30-40 riadkov. Príspevky sa predkladajú v 3 exemplároch (1 originál a 2 kópie), napísané podľa platnej ČSN (60 úderov v riadku, maximálne 30 riadkov na jednej strane). Rozsah článkov je 20 strojom písaných strán, hodnotiacich recenzií (podľa rozsahu knihy) 4-7 strán, informatívnych recenzií 1-2 strany, správ 3-5 strán. Poznámky, ktoré patria pod čiaru, čísloujú sa poradovým číslom v texte a takisto sa v texte označujú obrázky, grafy a schémy. Bibliografické citácie musia zodpovedať ČSN 01 0197 - Bibliografické citace. Odvolania na literatúru sa označujú v texte alebo v poznámkach pod čiarou príslušným poradovým číslom v hranatej zátvorke; zoznam použitej literatúry sa uvádza na konci článku. Matematické vzorce a výrazy majú byť napísané, pokiaľ je to možné, zreteľne (strojom alebo na PC) a podľa zaužívaných zvyklostí. Autor má uviesť presnú adresu svojho pracoviska, bydliska a tituly. Príspevky nie sú honorované. Zo svojho príspevku autor dostane niekoľko separátnych výtlačkov.

ADRESA REDAKCIE

Šancová 100, 831 04 Bratislava
telefón 214 569

Číslo bolo redakčne spracované
v decembri 1996.

OBSAH

<i>Ivan PRACHÁR</i> : Niektoré problémy nerovnováhy slovenskej ekonomiky a jej súvislosti s transformáciou systému	907
<i>Dana TKÁČOVÁ</i> : Prestavba bankovníctva na Slovensku	924
<i>Jana GAŠPARÍKOVÁ</i> : Management of Change and the Role of Technology	936
<i>Jaroslav KITA</i> : Marketing a dizajn v podniku	948
<i>Marian GÚČIK</i> : Metodologické otázky tvorby marketingového informačného systému cestovného ruchu	959
 Nekrológ	
Za Jánom Feriancom	967
 Obsah 44. ročníka Ekonomického časopisu	 969

CONTENTS

<i>Ivan PRACHÁR</i> : On Some Problems of Disequilibrium of the Slovak Economy and its Connection with Transformation of the System (in Slovak)	907
<i>Dana TKÁČOVÁ</i> : Reconstruction of Banking in Slovakia (in Slovak) . .	924
<i>Jana GAŠPARÍKOVÁ</i> : Management of Change and the Role of Technology (in English)	936
<i>Jaroslav KITA</i> : Marketing and Design in the Enterprise (in Slovak) . . .	948
<i>Marian GÚČIK</i> : Methodological Questions of Marketing Information System Creation in Tourist Industry (in Slovak)	959
 Necrology	
Ján Ferienc in Memoriam	967
 Contents of the 44th Volume of <i>Ekonomický časopis</i>	 969

Niektoré problémy nerovnováhy slovenskej ekonomiky a jej súvislosti s transformáciou systému

Ivan PRACHÁR*

Úvod

Môže sa zdať zvláštnym zaoberať sa v súčasnom období ekonomickou nerovnováhou. Najmä po tom, čo sa relatívne pevne udomácnil názor o zastavení prehlbenia nerovnováhy, ktorá sa spájala s predreformnou vývojovou dráhou ekonomiky, samotnými systémovými zmenami. Liberalizovali sa ceny, váha súkromného sektora a s tým spojená sociálna zmena prekročili kritickú hranicu návratu k pôvodnej podobe systému, a napriek prekážkam sa jeho váha a vplyv na stav ekonomiky naďalej zväčšujú. Aj domáce trhy sa otvorili zahraničnej konkurencii viac, než je ona ochotná uznať. O pokročilosti systémových zmien svedčia nie na poslednom mieste i rozbehnuté integračné procesy s vyspelými trhovými ekonomikami. To všetko dokazuje, že predchádzajúca vývojová dráha sa opustila. Okrem toho slovenská ekonomika dosahuje v porovnaní s inými transformujúcimi sa ekonomikami také makroekonomické ukazovatele, ktorými sa zaraďuje medzi nimi na popredné miesto. To značí, že trhová ekonomika sa tu nepresadzuje už len v podobe jej princípov, ale jej samotné princípy v ich vlastných dôsledkoch.

Otvoriť otázku ekonomickej nerovnováhy v súčasnej situácii teda znamená polemizovať s názorom o zastavení prehlbovania ekonomickej nerovnováhy, a to výmenou pôvodného mechanizmu regulovania ekonomiky, s ktorým sa spája jej príčina, za trhový mechanizmus. K otvoreniu tejto stránky danej problematiky vedie najmä skutočnosť, že určujúcu úlohu v postavení podnikov v novom systéme zohráva predovšetkým konkurenčne schopné technologické vybavenie výroby, všeobecne povedané, trvale udržateľná schopnosť podnikov vyrábať pre trh. To však predpokladá, vzhľadom na technologické zaostávanie výroby založené v predchádzajúcom systéme, predovšetkým masívne investičné procesy. Na ich uskutočňovanie však podniky nielenže nedisponujú dostatočnou úrovňou zdrojov, ale ani vlastných zdrojov. V tomto zmysle všeobecne a v novom systéme zvlášť každá dekapitalizácia, ku ktorej dochádza počas transformačného procesu, nevyhnutne musí viesť k prehlbovaniu ekonomickej nerovnováhy založenej východiskovým systémom. Najmä vtedy, ak sa s výrobou spájajú náklady, ktoré sa v cenách vyspelých trhových ekonomík (s ktorými sú konfrontované prostredníc-

* Ing. Ivan PRACHÁR, CSc., Prognostický ústav SAV, Šancová 56, 811 05 Bratislava

tvom liberalizácie) nevyskytujú. To sa prejavuje v novovznikajúcich podmienkach výroby v rôznych odvetviach rozdielne, ale spoločným menovateľom týchto rozdielov je prehlbujúci sa nedostatok zdrojov vzhľadom na reprodukciu pôvodného potenciálu ekonomiky. Okrem toho, s transformačným procesom sa spájajú náklady, ktoré sú síce z hľadiska trhovej ekonomiky nevyhnutné, ale s prechodom k nej vystupujú ako nové. Napríklad už na začiatku reformy pre liberalizáciu zahraničného obchodu boli nútené transformujúce sa ekonomiky, Česko-Slovensko nevyvímajúc, využívať pre prekleňovacie obdobie cudzie zdroje. Aj na vytvorenie peňažného kapitálu spojeného s novou ekonomickou štruktúrou výroby, ktorý v súkromnej ekonomike vystupuje v podobe súkromnej zásoby, nie sú v ekonomike nejaké osobitné, inak nepoužiteľné zdroje.

Skutočnosť, že zatiaľ u nás reštrukturalizácia výroby uskutočňovaná kapitálom v zásadnom smere ešte nenastúpila, svedčí zároveň o tom, že zatiaľ sa jej náklady v plnej miere neprejavili, a teda ako také ani nezačali ovplyvňovať jednotlivé stránky rovnováhy. Ale aj o tom, že tieto náklady vo forme ich odloženia sa v značnej miere v čase kumulujú a aj takto prehlbujú všeobecnú nerovnováhu medzi zdrojmi a potrebami.

Predmetom príspevku, ako sme uviedli už v nadpise, sú súvislosti medzi ekonomickou nerovnováhou a zmenou hospodárskeho systému. Z nich sa tu zameriavame najmä na súvislosti špecifické pre súčasné obdobie, ktoré možno charakterizovať ako skúšobné. A to v tom zmysle, že v ňom ide o to, či sa dlhoočakávané efekty transformačného procesu "zožnú" v dohľadnom čase, alebo sa jeho dôsledky obmedzia len na zmenu formy rozdeľovania výsledkov súčasného potenciálu. Cieľom príspevku je identifikovať, aký je vôbec stav ekonomickej rovnováhy v slovenskej ekonomike. Príspevok si teda nekladie za cieľ zaoberať sa opatreniami hospodárskej politiky zodpovedajúcimi súčasnej situácii.

1. Prechod k trhovým cenám a s tým spojená súčasná situácia slovenskej ekonomiky

Otázky okolo rovnováhy sa najčastejšie viažu ani nie tak na zmenu vlastníckeho systému, uskutočňovanú privatizáciou majetku a vlastníckych práv. k nemu, ale na prechod k liberalizovaným (trhovým) cenám a na ich pôsobenie. Zrejme je to preto, lebo s týmto hospodárskopolitickým krokom sa všeobecne spája predpoklad, že sa ním predovšetkým mení systém ekonomickeho postavenia dôchodkových a rozvojových možností podnikov, kým privatizáciou predovšetkým systémové ohraničenie vplyvu politiky na ekonomiku. Ukazuje sa však, že aj keď s liberalizáciou cien v oblasti tovarov a služieb prestáva byť postavenie podnikov z hľadiska ich dôchodkov viazané na rozhodnutia centrálnych orgánov a začína byť závislé od čerpania dôchodkov výlučne z predaja tovarov a služieb či z výnosov finančných aktív, čiže od transakcií medzi ekonomickými subjektmi, vplyv politiky na ekonomiku sa počas privatizácie ňou samou umocňuje. Z toho

vyplýva, že často sú to nielen trhové ceny, ktoré rozhodujú o dôchodkových a rozvojových možnostiach ekonomických subjektov, o stave pomeru zdrojov k potrebám. Aktuálnosť hodnotenia stavu ekonomiky pomocou pomerov nákladov a cien oslabuje okrem liberalizácie cien a privatizácie tretí rok trvajúce oživenie ekonomiky, ktoré môže vyvolávať presvedčenie, že ceny umožňujú aj investovať. Názor, že tento rast "ťahany" vonkajším dopytom a neskôr domácim dopytom umožnilo na strane ponuky prevažne využitie pôvodných kapacít výroby uvoľnených transformačnou krízou, čiže všeobecne možnosti využitia pôvodného potenciálu v nových podmienkach, a nie potenciál vytvorený v nových podmienkach, prinajmenšom uvedené presvedčenie koriguje. Možno namietnuť, že už v roku 1995, ale i v roku 1996 je miera investícií v slovenskej ekonomike relatívne vysoká. Je však relatívne vysoká v pomere k zníženému hrubému domácejmu produktu (HDP), z ktorého sa miera investícií odvodzuje.

Pozrime sa na stav jedného z vlastných investičných zdrojov v podmienkach trhového mechanizmu, ktorým sú *odpisy*. Ak vezmeme do úvahy rast cien priemyslu (za priemysel spolu vzrástol cenový index v roku 1994 oproti roku 1989 na 241.2 %), potom v dôsledku ich rastu vzniká podhodnotenie nákladov z hľadiska odpisov základných prostriedkov v roku 1994 vo výške 29 813 mil. Sk (za rok 1994 uvádza Štatistická ročenka SR odpisy v nominálnej hodnote 51 022 mil. Sk, čo je len o 52.2 % viac než odpisy v roku 1989, ktoré boli 33 514 mil. Sk). Ako je známe, zmena v ocenení fixného kapitálu, ktorý je vo výrobnom procese, je možná len na základe celoštátne platných predpisov. Tie však vychádzajú v našom súčasnom účtovníctve z historických cien. Uvedené podhodnotenie reprodukčných nákladov fixného kapitálu je také značné, že v žiadnom prípade sa nedá predpokladať jeho kompenzovanie vo fáze oživenia samotnými procesmi ponuky a dopytu. Ukazuje, že transformujúce sa podniky nemôžu rátať s automatickou kompenzáciou strát "inkasovaných" počas transformačnej krízy, ani vo fáze oživenia. Naopak, straty sú takej povahy, že vo významnej miere oslabujú ich postavenie i vo fáze oživenia.

Potvrďuje to aj pohľad na stav druhého vlastného zdroja pre investovanie. Podľa toho istého prameňa vykazovali v roku 1994 nefinančné (hospodárske) organizácie hospodársky výsledok pred zdanením vo výške 30 019 mil. Sk. Pri zohľadnení 40% zdanenia hospodárskeho výsledku tieto dva vlastné zdroje investičného procesu nepredstavujú ani odpisy pre jednoduchú reprodukciu. Pritom treba vziať do úvahy, že reprodukčné ceny technológií, ktoré majú umožniť odstránenie zaostávania v produktivite (pokiaľ bude vôbec možné sa k nim dostať), nie sú určované našimi cenovými úrovňami, pričom - pravda, pri abstrahovaní od vonkajšieho zadĺženia - ich je možné kupovať za zdroje vytvárané použitím súčasných domácich technológií a nimi podmienenej produkcie a produktivity. Ceny nových technológií sú určované cenovou úrovňou vyspelých trhových ekonomík, ktoré sú v porovnaní s cenovou úrovňou SR v priemere trojnásobne vyššie. Podľa OECD dosahuje v roku 1993 cenová úroveň na

Slovensku v pomere k Rakúsku 30 % jeho cenovej úrovne. Úplne inak to môže byť za jednotlivé odvetvia, technológie alebo stroje.

Napríklad ceny výkonných traktorov sa odhadujú v porovnaní s cenami pred ôsmimi rokmi 8–10-krát vyššie. Podobný údaj sa uvádza za textilný priemysel, kde sa rozdiel medzi cenami strojov a zariadení, z ktorých sa tvoria odpisy a za ktoré sú v súčasnosti dostupné, uvádza 5–10-násobný. Napokon pri týchto reláciách sa ani neoplatí investovať.

Problém oceňovania fixného kapitálu (jeho obstarávacej ceny, oprávok, odpisov) a ním podmienené prehlbovanie rozdielu medzi zdrojmi a potrebami jeho obnovy, ktorý zostáva v podmienkach meniacej sa kúpnej sily peňažnej jednotky neriešený od začiatku reformy, nesúvisí ani tak s prechodom systému plánovaných cien na systém trhových cien ako skôr so systémovo neohraničenou možnosťou znižovať hodnotu tohto druhu majetku. Ak sa jeho riešenie ponechá v systémovo nesformovanom prostredí na spontánne procesy, ukáže sa, že trhové ceny jednak neumožňujú jednoduchú reprodukciu fixného kapitálu, zároveň však, že každé ich premietnutie do nákladov by viedlo k ďalšiemu zníženiu kúpyschopného dopytu a s ním spojeného poklesu výroby.

Štátom iniciovaný prechod z plánovaných cien na trhové ceny teda umožňuje nanajvýš úhradu prevádzkových nákladov, a to tej ich časti, ktorá sa nedá odložiť, ale len redukovať zníženým rozsahom výroby alebo nezaplatiť. Aj rast cien, s ktorým sa spája vplyv devalvácií z roku 1990 a 1993 na náklady, ceny výrobkov a následný pokles kúpyschopného dopytu, týkal sa prevažne materiálových nákladov. Z toho vyplýva, že i počas súčasného obdobia, pokiaľ sa oživenie ekonomiky zakladá prevažne na využití pôvodných kapacít výroby, mohli podniky, ak nie sú v monopolnom postavení, spojiť rast výroby v podmienkach rastúceho dopytu s takým rastom cien, ktorý umožňoval kryť hlavne prevádzkové náklady. Len v prípade monopolného postavenia podniku (napr. výroba a rozvod elektriny, plynu a vody) môže sa zdôvodňovať a premietnuť do ceny napríklad aj časť potreby tvorby zdrojov pre budúce investície. V opačnom prípade oživenie výroby spojené s rastom dopytu neumožňuje premietnutie rastu cien fixného kapitálu do ceny finálneho výrobku, odvodenéj z historických cien fixného kapitálu. Rozdiel medzi starými účtovnými cenami fixného kapitálu a jeho reprodukčnými cenami, určenými vyspelými trhovými ekonomikami potiaľ, pokiaľ ich výlučne ony určujú, nadobúda v podmienkach prechodu na nové technológie podobu potreby dodatočného zdroja. Podhodnotenie odpisov sa však prejavuje v nadhodnotení hospodárskych výsledkov podnikov, v dôsledku čoho sa hodnota fixného kapitálu stáva súčasťou druhotných rozdeľovacích procesov. Tak sa podstatnou prekážkou riešenia tohto problému stáva dlhotrvajúci deficit štátneho rozpočtu. Zmena odpisovej metódy tento problém nerieši, pretože mení len rozdelenie odpisov v čase, ktorých suma je daná cenou fixného kapitálu.

Podobne, ako presun časti odpisov do sféry druhotného rozdelenia, na zníženie ekonomickej podstaty majetku vplyva i doteraz trvajúci značný rozsah stra-

tovosti podnikov. Ich pretrvávanie a rozsah ukazujú, že nie sú len záležitosťou jednotlivých podnikov, ale okrem nich sa týkajú aj na ne napojených prosperujúcich podnikov, ich veriteľov, zamestnanosti, štátneho rozpočtu, čiže - ako to býva v určitom organickom celku - každej jeho časti. Preto je zložitá i v tomto prípade o hovoriť rovnováhe, pokiaľ strata na hodnote majetku nie je jedným z podstatných momentov fungovania systému.

Problém tvorby zdrojov na reprodukciu výroby v trhových podmienkach ďalej sťažujú počas transformácie i dôsledky predchádzajúceho systému. Z nich možno z hľadiska trhovej ekonomiky za významné pokladať zhoršenie vekovej štruktúry základných prostriedkov, ku ktorému došlo počas rokov 1977 až 1987. Údaje o vývoji tejto vekovej štruktúry za odvetvia spolu uvádza tabuľka 1.

T a b u ľ k a 1

Podiel základných prostriedkov vo vekových skupinách (v %)

	0-6-ročné	7-11-ročné	12-16-ročné	17-ročné a viac
K 31. 12. 1976				
Základné prostriedky spolu	38.4	20.6	14.1	26.9
budovy	33.1	19.5	14.2	33.2
stroje a zariadenia	51.1	23.3	13.7	11.9
K 30. 6. 1987				
Základné prostriedky spolu	26.4	23.3	16.5	33.8
budovy	23.1	20.9	16.0	40.0
stroje a zariadenia	33.1	28.3	17.7	20.9

Prameň: Štatistická ročenka 1991. Bratislava, Štatistický úrad SR 1992.

Významný dôsledok na postavenie podnikov v novom systéme má okrem uvedeného všeobecného zastarávania fixného kapitálu aj rozdeľovanie investičných zdrojov. Tieto zdroje fixného kapitálu nemali návratný charakter na miesto ich tvorby z miesta ich použitia. V dôsledku toho podniky vstupovali do trhového prostredia z jeho hľadiska s náhodným podielom krytia aktív vlastnými a cudzími zdrojmi. Len čo sa však začali cudzie peňažné zdroje oceňovať v podmienkach absolútneho nedostatku peňazí, stáva sa toto rozdelenie vlastných a cudzích zdrojov podstatným momentom ďalšej existencie podniku.

Problémy, s ktorými sa stretáva ekonomika pri prechode zo systému plánovaných cien na trhové ceny, sú teda rôzne, no ich spoločným znakom je, že prehĺbujú východiskový rozdiel medzi zdrojmi a potrebami obnovy výroby a jej reprodukcie. Spájajú sa s liberalizáciou ekonomiky, ale i s pretrvávajúcim nezainteresovaným postojom k zvyšovaniu ekonomickej podstaty majetku tak zo strany hospodárskej politiky, ako aj podnikov. V tomto smere novovznikajúca subjektivita ekonomických subjektov neprinesla efekty očakávané transformáciou.

T a b u l k a 2

Podiel stálych aktív, obežných aktív, vlastného imania a cudzích zdrojov na aktívach celkom v roku 1995

OKEČ	Stále aktíva	Obežné aktíva	Vlastné imanie	Cudzie zdroje	Hospodársky výsledok/náklady	Hospodársky výsledok/celkové aktíva
A, B	59.2	30.0	57.7	41.4	-4.88	-2.63
C	56.1	20.6	69.3	29.4	9.98	5.68
D	40.3	41.2	43.8	52.5	1.80	1.62
DA	40.5	41.6	42.2	54.0	1.95	2.18
DB	42.9	45.9	43.3	54.3	-1.87	-1.78
DC	30.9	54.5	26.7	70.1	-6.38	-6.71
DD	48.7	32.2	39.2	56.2	-6.38	-5.77
DE	51.2	40.8	44.9	39.8	11.75	8.62
DF	27.7	45.8	72.6	25.3	11.36	10.74
DG	49.1	32.0	58.1	40.0	5.78	4.94
DH	41.3	35.9	43.9	53.5	5.84	6.49
DI	48.1	32.6	56.2	42.3	3.08	2.07
DJ	36.8	41.1	30.9	56.5	1.92	2.00
DK	42.9	41.9	34.3	62.8	-10.82	-6.21
DL	27.6	49.3	32.9	65.2	-1.71	-1.37
DM	32.3	47.0	53.4	42.2	1.70	1.81
DN	46.5	38.1	42.9	56.3	-1.87	-2.01
E	59.2	16.6	80.4	19.1	26.31	10.47
F	18.2	71.3	28.1	67.0	1.82	1.42
G	29.5	60.4	31.9	63.2	2.17	4.75
spolu	44.0	29.1	56.7	40.7	4.56	3.28

Vysvetlivky:

Kategória ekonomických činností (OKEČ):

A, B - Poľnohospodárstvo, lesníctvo; C - Ťažba nerastných surovín; D - Priemyselná výroba; DA - Výroba potravín, nápojov a spracovanie tabaku; DB - Textilná a odevná výroba; DC - Spracovanie kože a výroba kožených výrobkov; DD - Spracovanie dreva a výroba výrobkov z dreva; DE - Výroba celulózy, papiera a výrobky z papiera; vydavateľstvo a tlač; DF - Výroba koksu, rafinovaných ropných produktov a jadrových palív; DG - Výroba chemikálií, chemických výrobkov a chemických vlákien; DH - Výroba výrobkov z gumených a plastových; DI - Výroba ostatných nekovových minerálnych výrobkov; DJ - Výroba kovov a výroba kovových výrobkov; DK - Výroba strojov a zariadení i.n.; DL - Výroba elektrických a optických zariadení; DM - Výroba dopravných prostriedkov; DN - Výroba inde neklasifikovaná; E - Výroba a rozvod elektriny, plynu a vody; F - Stavebníctvo; G - Veľkoobchod, maloobchod, opravy motorových vozidiel, motocyklov a spotrebného tovaru.

Stále aktíva sú bez finančných investícií. Nefinančné organizácie podľa odvetví (podniky s 25 a viac pracovníkmi) sú bez príspevkových organizácií.

Prameň: [1]

Hlbšie charakterizovanie prehlbovania nerovnováhy sa pokúsime dokladovať údajmi o nákladovej rentabilite a miere zisku (časť 1.1), o závislosti výroby od cudzích zdrojov (časť 1.2) a o produktivite práce (časť 1.3). Použitá údaje sú za nefinančné organizácie (podniky s 25 a viac pracovníkmi) bez príspevkových organizácií. Použili sme jednak

súhrnné údaje za uvedené organizácie spolu, ako aj v odvetvovom členení podľa odvetvovej klasifikácie ekonomických činností (OKEČ). Východiskové údaje o podiele stálych a obežných aktív na aktívach spolu, údaje o podiele vlastného imania a cudzích zdrojov na pasívach spolu, ako aj údaje o nákladovej rentabilite (pri použití hospodárskeho výsledku za bežné účtovné obdobie) a o miere zisku meranej pomerom hospodárskeho výsledku k aktívam spolu sú uvedené v tabuľke 2. Dokladovanie prehľbovania nerovnováhy sa opiera najmä o údaje za rok 1995, v ktorom sa dosiahlo doteraz najvyššie tempo rastu ekonomiky, ale i preto, lebo podrobnejšie údaje o finančnom hospodárení nefinančných organizácií sú k dispozícii až od tohto roka.

1.1 Nákladová rentabilita a miera zisku

Údaje o nákladovej rentabilite a miere zisku je možné pokladať za základné informácie o hospodárení v trhovej ekonomike. Podľa údajov uvedených v tabuľke 2 priemerná nákladová rentabilita za nefinančné organizácie v roku 1995 bola 4.56 %. V porovnaní s rentabilitou v predreformnom období, ktorá sa pohybovala okolo 10 % (podľa Štatistickej ročenky SR z roku 1991 dosahovala za hospodárske organizácie 9.8 % v roku 1980, 9.6 % v roku 1985, 10.7 % v roku 1988 a 7.5 % v roku 1989), je to zhruba dvojnásobný pokles nákladovej rentability výroby. Podobný pokles možno konštatovať i pri miere zisku, ktorá bola v predreformnom období zhruba 6 %.

Pri použití odvetvových údajov za uvedené ukazovatele možno rozlíšiť rozčlenenie odvetví na skupinu s *nadpriemernými* ukazovateľmi a *podpriemernými* ukazovateľmi pri zjavnej absencii skupiny odvetví s *priemernými* ukazovateľmi. Najbližšie k uvedeným priemerným ukazovateľom je priemyselné odvetvie DI - výroba ostatných nekovových minerálnych výrobkov. Od priemerného ukazovateľa nákladovej rentability 4.56 % je v tomto odvetví rentabilita nižšia o 1.5 bodu a miera zisku o 1.2 bodu.

Do skupiny s *nadpriemernou* nákladovou rentabilitou a mierou zisku patria v poradí tieto odvetvia:

- E - výroba a rozvod elektriny, plynu a vody: 26.31 % a 10.47 %;
- DF - výroba koksu, rafinovaných produktov a jadrových palív: 11.36 %, resp. 10.74 %;
- DE - výroba celulózy, papiera a výrobkov z papiera, vydavateľstvo a tlač: 11.75 %, resp. 8.62 %;
- C - ťažba nerastných surovín: 9.89 %, resp. 5.68 %;
- DH - výroba výrobkov z gumy a plastov: 5.84 %, resp. 6.49 %;
- DG - výroba chemikálií, chemických výrobkov a chemických vlákien: 5.78 % a 4.94 %.

V rámci uvedených odvetví, zameraných prevažne na výrobu medziproduktov, zvlášť dominantné postavenie, merané uvedenými ukazovateľmi, má výroba a rozvod elektriny, plynu a vody. Toto odvetvie realizuje pri 16.7% podiele jeho aktív na aktívach spolu (za hodnotené organizácie v roku 1995 dosiahli hodnotu 1 134 634 mil. Sk) 23 875 mil. Sk zisku, t. j. 53.4 % z hospodárskeho výsledku za hodnotené organizácie).

Do skupiny s *podpriemernými* ukazovateľmi patria odvetvia:

- A, B - poľnohospodárstvo, lesníctvo so stratou 4.88 % na nákladoch a 2.63 % na celkových aktívach;
- D - priemyselná výroba s nákladovou rentabilitou 1.80 % a mierou zisku 1.62 %;
- F - stavebníctvo s rentabilitou 1.82 % a mierou zisku 1.42 %;
- G - veľkoobchod, maloobchod, opravy motorových vozidiel, motocyklov a spotrebného tovaru sa do tejto skupiny vzhľadom na vyššiu obrátkovosť aktív než je priemer začleňuje len z hľadiska nákladovej rentability, pričom mierou zisku prevyšuje priemer o 1.5 bodu.

Z priemyselnej výroby (označenej D) do podpriemernej skupiny patrí:

- DK - výroba strojov a zariadení inde neklasifikovaná (i.n.); je to odvetvie, ktoré vykazuje najvyššiu stratu spomedzi všetkých hodnotených odvetví (a teda vyššiu než poľnohospodárska výroba), a to na nákladoch 10.82 % a na celkových aktívach 6.21 %;

do nej ďalej so stratou spadá:

- DC - spracovanie kože a výroba kožených výrobkov;
- DD - spracovanie dreva a výroba výrobkov z dreva;
- DN - výroba inde neklasifikovaná;
- DB - textilná a odevná výroba;
- DL - výroba elektrických a optických zariadení;

podpriemernú, ale kladnú rentabilitu a mieru zisku dosahuje:

- DA - výroba potravín, nápojov a tabaku;
- DJ - výroba kovov a výroba kovových výrobkov;
- DM - výroba dopravných prostriedkov.

O veľkosti straty informuje triedenie podnikov na ziskové a stratové podniky. Po odpočte zisku za odvetvie výroba a rozvod elektriny, plynu a vody (23 913 mil. Sk) od zisku za hodnotené organizácie spolu (71 057 mil. Sk), strata za ostatné odvetvia (-26 296 mil. Sk) znižuje v nich dosiahnutý zisk 47 144 mil. Sk o 55.7 %.

Pohľad na údaje za roky 1993 a 1994, disponibilné za nákladovú rentabilitu jednotlivých odvetví, potvrdzuje, že pozícia výrobných odvetví v roku 1995 nemá náhodnú povahu, ale trvalý charakter.

Podľa [1] bola v roku 1993 priemerná nákladová rentabilita za nefinančné organizácie 3.24 % a za jednotlivé odvetvia sa pohybovala od -10.64 % (poľnohospodárstvo) po 23.76 % (výroba a rozvod elektriny, plynu a vody).

V roku 1994 bola priemerná rentabilita 3.68 % a pohybovala sa v rozpätí od -13.7 % (výroba strojov a zariadení i.n.) až po 25.94 % (výroba a rozvod elektriny, plynu a vody). Priemyselná výroba, stavebníctvo, obchodné a opravárenské organizácie sa pohybovali na hranici nulovej rentability tak v roku 1993, ako aj v roku 1994. Na negatívnom a pozitívnom hospodárskom výsledku sa v týchto rokoch podieľali tie isté odvetvia ako v roku 1995.

Trvalý pokles reálnej hodnoty zisku, ktorý je syntetickým výsledkom hospodárenia, potvrdzujú údaje od roku 1990. Za priemyselné organizácie s 25 a viac

pracovníkmi Štatistická ročenka SR 1995 vykazuje v roku 1990 zisk (v bežných cenách) 21 975 mil. Sk, ďalej 29 261 mil. Sk v roku 1991, 14 946 mil. Sk v roku 1992, 26 366 mil. Sk v roku 1993 a 25 493 mil. Sk v roku 1994. Pri prepočte cenovým indexom priemyselných výrobcov spolu s bázou v roku 1990 ich reálna hodnota je nasledujúca: v roku 1991 (pri cenovom indexe 168.9 %) je reálna hodnota zisku pred zdanením 13 010 mil. Sk, v roku 1992 (cenový index 177.8 %) 8 406 mil. Sk, v roku 1993 (cenový index 208.5 %) 12 646 mil. Sk, v roku 1994 (cenový index 229.3 %) 11 118 mil. Sk.

1.2 Závislosť odvetví od cudzích zdrojov

Nasledujúca analýza závislosti výrobných odvetví od cudzích zdrojov poukazuje na jej súvislosť s nákladovou rentabilitou a mierou zisku. S uvedenými podpriemernými/nadpriemernými ukazovateľmi sa spája nadpriemerná/podpriemerná závislosť od cudzích zdrojov. Zároveň však poukazuje na možnosti ich získania v ďalšom období. (Použitie údaje sú opäť za rok 1995 a nefinančné organizácie s 25 a viac pracovníkmi bez príspevkových organizácií.)

Nižší než priemerný podiel cudzích zdrojov na celkových aktívach, a teda i najväčšiu dostupnosť k nim, a z tohto hľadiska i predpoklad pre rozšírenú reprodukciu, vykazujú odvetvia s nadpriemernými ukazovateľmi nákladovej rentability a miery zisku. Pri priemernom 40.7% podiele cudzích zdrojov na celkových pasívach za všetky odvetvia sa tento podiel v odvetviach s nadpriemernou tvorbou vlastných zdrojov pohybuje od 19.1 % (odvetvie C - výroba a rozvod elektriny, plynu a vody) do 40.0 % (DG - výroba chemikálií, chemických výrobkov a chemických vlákien), pričom nadpriemerný podiel z nich dosahuje DH - výroba výrobkov z gumených a plastových materiálov. Je zrejmé, že postavenie uvedených odvetví v nových podmienkach tvorby cien umožnilo vyhnúť sa nerovnováhe medzi vnútornými a vonkajšími zdrojmi prostredníctvom krytia nákladov cenami vrátane tvorby zisku, a to práve vtedy, keď došlo k zvýšeniu ceny vonkajších (úverových) zdrojov.

Z údajov, ktoré zachycujú finančnú situáciu počas najvyššieho tempa rastu ekonomiky, podopretého konjunkciou západných ekonomík, vyplýva preukázateľné zataženie reprodukcie cudzími zdrojmi práve v odvetviach, ktoré sa podľa ukazovateľov rentability a miery zisku javia ako neefektívne. Práve tieto odvetvia by mali prispôsobiť štruktúru výroby zmenenej štruktúre dopytu pri súčasnom vyššom zhodnotení vstupov, na uskutočnenie tejto zmeny však nedisponujú ani vlastnými, ani cudzími likvidnými zdrojmi. Likvidné zdroje sa teda tvoria na inom mieste, než sa požadujú a aj pre investovanie cudzích zdrojov sa javia najefektívnejšie práve odvetvia, ktoré sa doteraz s problémami dokázali vyrovnáť i bez cudzích zdrojov. No inak je to v týchto odvetviach pri obnovovaní investičného procesu. Svedčia o tom aj v súčasnosti uskutočnené pôžičky pre Slovaň a atómovú elektrárňu v Mochovciach. Ani v týchto prípadoch sa teda nevytvára dostatok zdrojov na rozšírenú reprodukciu v rámci cenového systému,

a preto vstupujú do úverových vzťahov. Nedostatok peňažných zdrojov na investovanie nie je relatívny, ale absolútny. V dôsledku toho nemožno predpokladať, že uvedené odvetvia budú vytvárať v dohľadnom čase zdroje pre rozšírenú reprodukciu v iných odvetviach, ktoré sú dlhodobé stratové a obnova ich reprodukcie čoraz viac závisí od cudzích zdrojov. Z uvedeného vyplýva, že výrobná sféra vcelku nedisponuje kapitálovými úsporami na dlhodobé investovanie.

Mieru zataženosti cudzími zdrojmi v roku 1995, vyjadrenú ich podielom na celkových pasívach, konkretizuje porovnanie nákladových úrokov s hospodárskym výsledkom, ktoré vyjadrujú rozdelenie celkového zisku medzi výrobnú a bankovú sféru. Údaje o splátkach úverovej istiny štatistika neposkytuje. Je však zrejmé, že sú niekoľkonásobne vyššie než nákladové úroky a rovnako je zrejmé, že súčasná výkonnosť ekonomiky ich splácanie z čistého zisku neumožňuje. Pomer nákladových úrokov k hospodárskemu výsledku zachytáva teda len časť problematiky úverových vzťahov.

V roku 1995 predstavovali nákladové úroky za hodnotené organizácie spolu 56.4 % z vykazovaného hospodárskeho výsledku (nákladové úroky dosahovali 25 205 mil. Sk a hospodársky výsledok 44 724 mil. Sk). Tento ukazovateľ je dokonca vyšší ako podiel hospodárskeho výsledku za výrobu a rozvod elektriny plynu a vody na hospodárskom výsledku za hodnotené organizácie spolu, ktorý je 53.4 %. Pri odpočte vykazovaného zisku za toto odvetvie od zisku za organizácie spolu (44 724 mil. Sk mínus 23 875 mil. Sk) je pomer nákladových úrokov za ostatné odvetvia (25 205 mil. Sk mínus 1 074 mil. Sk) k ich zisku 1.15, čiže prevyšujú ich zisk o 15 %. Na celkovom zisku (zisk nefinančných organizácií pred zdanením a nákladové úroky) sa podieľajú komerčné banky viac než polovicou.

Dominantné postavenie bankovej sféry v pomere k výrobnej sfére dokresľuje i úroková miera. Ak vyjdeme zo zjednodušeného predpokladu, že po odpočte záväzkov od cudzích zdrojov (ktoré sa podľa platnej súvahy členia na rezervy, dlhodobé a krátkodobé záväzky a bankové úvery a výpomoci) dostaneme bankové úvery (cudzíe zdroje 555 217 mil. Sk, záväzky 327 057 mil. Sk), potom pomer úrokov k bankovými úverom za hodnotené organizácie spolu je 11.05 %. Tieto úroky v pomere k aktívam za hodnotené organizácie spolu predstavujú 1.8 %, pričom miera zisku z aktív, ako je možné vidieť z tabuľky 2, je 3.28 %. Z uvedeného vyplýva, že tak hospodársky výsledok (44 724 mil. Sk) v pomere k úrokom (25 205 mil. Sk), ako aj miera zisku (3.28 %) v pomere k úrokovej miere (11.05 %) sú v nerovnovážnom pomere, v dôsledku čoho dochádza vo výrobnej sfére úmerne týmto nerovnovážnym pomerom k podstatnému prehlbovaniu dekapitalizácie výrobnej sféry. Toto prehlbovanie vyplýva, ako sme už konštatovali, zo vzniknutého pomeru medzi vlastnými a cudzími zdrojmi v reformovanom systéme, ktoré sa počas prechodného obdobia kombinuje s absolútnym nedostatkom peňažnej formy kapitálu a s tým spojeným nárastom ceny pôžičkového kapitálu.

Úroková miera v doterajších podmienkach nie je určovaná mierou zhodnotenia výrobného kapitálu, ktorú prekračuje i podľa spriemerovaných údajov viac než trojnásobne. Skôr odráža uskutočňovanú - viac spontánne než organizovane - štruktúrnú zmenu postavenia peňažnej formy kapitálu ako absolútneho tovaru voči jeho výrobným formám, ktorá sa spája s prechodom centrálne organizovanej výroby na výrobu pre trh. Vyjadruje teda prevažne kapitálovú štruktúrnú nepripravenosť výrobnej a obchodnej sféry na predaj produkcie na trhu. Vymedzenie hraníc pohybu úrokovej miery pohybom ziskovej miery prostredníctvom konkurencie je zrejme dlhodobější proces, ktorý v sebe zahŕňa prekonanie neúmernej, od začiatku reformy pretrvávajúcej závislosti výrobnej a obchodnej sféry od cudzích zdrojov v ich najlikvidnejšej forme. To však predpokladá, ako sme už spomenuli, aj schopnosť podnikov splácať i splátky úverov z čistého hospodárskeho výsledku, ak má investičný úver fungovať ako zdroj zvyšovania hodnoty majetku. Tento predpoklad sa však opäť viaže na vzťah medzi nákladmi a cenami.

Pomer úrokov k hospodárskemu výsledku za jednotlivé odvetvové agregáty, ako aj ich zaťaženosť cudzími zdrojmi, meraná úrokovou mierou v sledovanom období, ktoré odrážajú postavenie nefinančných organizácií pri úverových transakciách, je nasledujúci:

- poľnohospodárstvo vykazuje stratu 2 805 mil. Sk pri nákladových úrokoch 2 090 mil. Sk, čo je 74.5 % zo straty; pri odpočte záväzkov od cudzích zdrojov (44 166 mil. Sk cudzie zdroje, 27 343 mil. Sk záväzky) pripadá na bankové úvery úroková miera vo výške 12.4 %; toto odvetvie významne stráca na vlastných zdrojoch tak v transakciách kúpy a predaja, ako aj pri úverových transakciách, takže tu dochádza k ich vzájomnému pôsobeniu;

- za priemyselnú výrobu je pomer nákladových úrokov k hospodárskemu výsledku 183.6 % (úroky 14 757 mil. Sk a zisk 8 036 mil. Sk), čiže nákladové úroky sú vyššie než vykazovaný vlastný výsledok hospodárskej činnosti; úroky v pomere k bankovým úverom (cudzie zdroje 260 390 mil. Sk, záväzky 139 417 mil. Sk) sú 12.2 %;

- za potravinársky priemysel pomer úrokov (2 455 mil. Sk) k hospodárskemu výsledku (1 470 mil. Sk) dosahuje 167 %; ich pomer k bankovým úverom (cudzie zdroje 36 408 mil. Sk a záväzky 18 786 mil. Sk) je 13.9 %;

- za výrobu a rozvod elektriny, plynu a vody je pomer úrokov (1 074 mil. Sk) k zisku (23 875 mil. Sk) 4.5 %, ich pomer k bankovým úverom (cudzie zdroje 43 470 mil. Sk a záväzky 22 901 mil. Sk) je 5.2 %;

- za stavebníctvo je pomer úrokov (908 mil. Sk) k zisku (969 mil. Sk) 93.7 %, ich pomer k bankovým úverom (cudzie zdroje 45 281 mil. Sk, záväzky 37 839 mil. Sk) je 11.4 %;

- za veľkoobchod, maloobchod, opravy motorových vozidiel, motocyklov a spotrebného tovaru je pomer úrokov (3 647 mil. Sk) k zisku (4 695 mil. Sk) 77.6 %, ich pomer k bankovým úverom je 17.49 % (cudzie zdroje 62 505 mil. Sk, záväzky 41 662 mil. Sk).

Tento odvetvový agregát, zahŕňajúci odvetvia obchodu, obsahujúci v pomere k výrobným odvetviami vyšší podiel rýchlejšie sa obracajúceho kapitálu, a teda i zhodnotenia, vykazuje najvyššiu úrokovú mieru a z hľadiska umiestnenia nových úverov z hľadiska ich

návratnosti patrí k odvetviam doteraz najpreferovanejším bankovou sférou. Pri ziskovej miere 4.75 % dosahuje podiel cudzích zdrojov na celkových pasívach 63.2 %. Nadmerný podiel cudzích zdrojov v odvetví obchodu dokazuje, že ani obchodnej sfére ceny neumožňujú zodpovedajúcu tvorbu vlastného kapitálu.

Z uvedenej analýzy pomeru medzi ziskom a úrokom, ako aj ich mierami vyplýva, že tieto pomery nie sú prejavom náhodných pomerov ponuky a dopytu vo finančnej sfére, ale v rozhodujúcej miere dôsledkami nedostatku kapitálu, vyplývajúceho z transformácie ekonomiky.

1.3 Postavenie ekonomiky a jej produktivita

Prechod k určitej štruktúre výroby a tým koniec-koncov k produktivite, určovaný vonkajšou nevyhnutnosťou v podobe trhu, ako bolo snahou ukázať, nie je priamočiary. Keďže tento prechod v sebe obsahuje systémové zmeny, zahŕňa ich aj s ich dôsledkami. Tieto sa často prejavujú skôr, než sme na ne pripravení. Napriek tomu však ukazujú určitú postupnosť, i keď skrytú v často rozporných prejavoch.

V časti 1.1 išlo o dokladovanie skutočnosti, že investičný proces si vyžaduje určitú rovnováhu medzi nákladmi a cenami, ktorých systémová štruktúra sa s prechodom na trhovú ekonomiku podstatne odlišuje od štruktúry nákladov a cien predchádzajúceho systému. V dôsledku toho sa náklady a ceny nemenia len kvantitatívne, ale ich zmeny zahŕňajú i zmeny kvalitatívneho charakteru. Za tohto predpokladu vystupuje problém rentability a miery zisku ako problém systémovej zmeny ceny.

V časti 1.2 išlo o identifikovanie jej súvislosti s úverom a úrokom v podobe jeho vzťahu k zisku a jeho miere. Poukazuje sa tam na jeho súvislosť so ziskom vo výrobe, ktorého mieru úroková miera značne prekračuje. Za týchto podmienok sa ani prevádzkový, ani investičný úver nemôžu javiť ako dodatočný zdroj výroby, a to potiaľ, pokiaľ sa nehradí splátka úveru a úrok z hospodárskeho výsledku. V opačnom prípade sa úver javí ak nie ako zdroj zúženej reprodukcie, tak nanajvýš ako zdroj jednoduchej reprodukcie.

Časť 1.1 sa snažila dokladovať, že ceny nekryjú náklady nezávisle od vzťahu medzi ziskom a úrokom, teda od úverovej sústavy založenej na vzťahoch medzi výrobnou sférou a komerčnou bankovou sférou, čiže ako samostatný zdroj prehlbovania nerovnováhy. V tomto zmysle možno konštatovať, že ceny nekryjú náklady nielen preto, lebo nekryjú úroky a splátky úverov, ale ani nákladové zložky ceny, čo sme ukázali na odpisoch.

Medzi systémové rozdiely, s ktorými sa stretáva transformujúca sa ekonomika, treba však zahrnúť i existujúce rozdiely vo vecnej štruktúre výroby a v produktivite práce, a teda i tie treba považovať za rozdiely systémovej povahy. Riešenie týchto rozdielov sa preto taktiež spája so zmenami systémovej povahy a je nimi podmienené.

Zámerom tejto časti je snaha priblížiť, ako sa doterajšie systémové zmeny prejavili v produktivite slovenskej ekonomiky, v jej štruktúrnej odvetvovej podobe, čiže v pozíciách jednotlivých odvetví v ekonomike. Predpokladáme, že s ich postavením sa súčasne mení i postavenie ekonomiky ako celku. Vychádzame tu opäť z údajov roku 1995 za nefinančné organizácie bez príspevkových organizácií. Ako ukazovateľ sme použili podiel výnosov spolu v bežných cenách na jedného prepočítaného pracovníka. Po uvedení odvetvovej štruktúry produktivity konfrontujeme pozíciu jednotlivých odvetví s ich pozíciou vo vyspelej trhovej ekonomike.

Ako sa uvádza v [2], na jedného prepočítaného pracovníka pripadalo v priemere 990 197 Sk výnosov. Pomocou toho dostávame nasledujúce rozdelenie agregovaných odvetví:

Nadpriemernú produktivitu 326.11 % za odvetvové agregáty dosahuje veľkoobchod, maloobchod, opravy motorových vozidiel, motocyklov a spotrebného tovaru, po ktorom nasleduje odvetvie výroba a rozvod elektriny, plynu a vody s produktivitou 264.78 % oproti celkovej priemernej produktivite. Produktivita za priemyselnú výrobu 992 830 Sk na jedného prepočítaného pracovníka je takmer totožná s celkovou priemernou produktivitou, od ktorej je vyššia len o 0.3 %. Stavebníctvo dosahuje podpriemernú produktivitu, a to 62.12 %. V porovnaní s priemerom za odvetvia spolu najnižšiu produktivitu 38.47 % dosahuje poľnohospodárstvo a lesníctvo. Rozdiel medzi najnižšou produktivitou a najvyššou produktivitou je viac než 8-násobný.

Najvyššia produktivita v rámci priemyselných odvetví je vo výrobe koksu, rafinovaných ropných produktov a jadrových palív s výnosom na pracovníka 6 018 979 Sk, t.j. 607.86 %. So značným odstupom za týmto odvetvím nadpriemernú produktivitu dosahuje skupina odvetví s rozpätím 153.81 % až 148.41 %, kde patrí výroba chemikálií, chemických výrobkov a chemických vlákien, výroba potravín, nápojov a spracovania tabaku, výroba kovov a kovových výrobkov. Výroba celulózy, papiera a výrobkov z papiera, vydavateľstvo a tlač, výroba výrobkov z gumy a plastov a výroba dopravných prostriedkov sa pohybujú medzi 135.12 % a 125.83 %.

Podpriemernú produktivitu počnúc najnižšou vykazuje textilná a odevná výroba 33.56 %, spracovanie kože a výroba kožených výrobkov 38.30 %. Výroba strojov a zariadení, spracovanie dreva a výroba výrobkov z dreva, výroba i.n., výroba elektrických a optických zariadení dosahujú produktivitu 50.81 % až 64.63 % a výroba ostatných nekovových výrobkov 80.02 %.

Na posúdenie, či a ako sa ekonomika prostredníctvom zmien v produktivite doteraz približuje k produktivite vo vyspelej trhovej ekonomike, je nevyhnutné vziať do úvahy, že uvedené ukazovatele vyjadrujú produktivitu, ktorej predchádzal pokles výroby, navyše spojený s pomalším poklesom zamestnanosti.

Podľa Štatistickej ročenky SR 1995 v roku 1993, ktorý je rokom najväčšieho poklesu výroby, poklesla v porovnateľných cenách roku 1994 výroba tovaru za

priemysel spolu v podnikoch s 25 a viac pracovníkmi na 55.3 % jej úrovne z roku 1990. Výroba tovaru za priemyselnú výrobu klesla za rovnaké obdobie na 54.3 % jej úrovne z roku 1990. Stavebníctvo za to isté obdobie pokleslo na 47.8 % a ak za kritérium použijeme pokles úrovne výroby tovaru za priemysel spolu, patrí do skupiny s väčším než priemerným poklesom. Poľnohospodárstvo s poklesom výroby meranej hrubou poľnohospodárskou produkciou na 63.6 % v roku 1993 v porovnaní s rokom 1989 (v roku 1990 oproti roku 1989 klesla na 92.9 %) patrí do skupiny s menším než priemerným poklesom výroby.

K priemyselným odvetviam s *menším než priemerným poklesom* patrí výroba chemikálií, chemických výrobkov a chemických vlákien so 61.6 %, výroba výrobkov z gumy a plastov so 64.6 %, výroba a rozvod elektriny, plynu a vody so 71.4 %, výroba kovov a výroba kovových výrobkov so 73.6 %, výroba celulózy, papiera a výrobkov z papiera; vydavateľstvo a tlač so 73.8 %, výroba koksu, rafinovaných ropných produktov a jadrových palív so 77.3 %.

Do skupiny s *väčším než priemerným poklesom* výroby v roku 1993 patrí odvetvie výroba strojov a zariadení i.n., v ktorom je pokles 31.2 % najväčší. Toto odvetvie z hľadiska veľkosti výroby bolo v roku 1990 s jej úrovňou 83 192 mil. Sk druhým v poradí za odvetvím výroba potravín, nápojov a spracovanie tabaku s úrovňou výroby 98 783 mil. Sk. V roku 1993 dosiahlo úroveň výroby 22 489 mil. Sk a kleslo na šieste miesto. Pred ním sa v tomto roku, okrem potravinárskeho priemyslu s úrovňou výroby 52 722 mil. Sk, nachádza výroba kovov a výroba kovových výrobkov s výrobou tovaru 58 077 mil. Sk, výroba a rozvod elektriny, plynu a vody s 45 205 mil. Sk, výroba chemikálií, chemických výrobkov a chemických vlákien s 28 532 mil. Sk a výroba koksu, rafinovaných ropných produktov a jadrových palív s 27 074 mil. Sk.

Podľa M. Picka [10] pozícia strojárskoho priemyslu vo vyspelejšej trhovej ekonomike je podstatne iná, čo ukazuje na údajoch ekonomiky USA. Toto odvetvie patrí medzi odvetvia s najvyšším podielom duševných pracovníkov. V USA bol v roku 1986 tento podiel na počte pracovníkov zamestnaných v strojárskom priemysle 32 %. Tomu zodpovedá i produktivita práce, ktorá je v tomto odvetví v porovnaní s inými odvetviami najvyššia. Umiestnenie slovenského strojárskoho priemyslu v skupine s podpriemernou produktivitou a najväčším poklesom výroby však ukazuje opak.

Podľa členenia podnikov na ziskové a stratové dosahuje výroba strojov a zariadení i.n. v roku 1995 z priemyselných odvetví najvyššiu stratu 5 238 mil. Sk, čo je 26.2 % z výnosov za stratové podniky tohto odvetvia a 35.2 % zo straty za priemyselnú výrobu spolu, ktorá v tomto roku bola 14 876 mil. Sk.

O vážnosti situácie slovenského strojárskoho priemyslu svedčí i zamestnanosť v stratových a ziskových podnikoch tohto odvetvia. Z priemerného počtu pracovníkov 72 324 tohto odvetvia je v stratových podnikoch zamestnaných 64.7 % pracovníkov, pričom v priemyselnej výrobe je takto vyjadrená zamestnanosť opačná, hoci aj túto štruktúru treba považovať za nepriaznivú. Z priemerného

počtu pracovníkov 457 077 za priemyselnú výrobu je v stratových podnikoch zamestnaných 39.7 %.

Medzi odvetvia s najvyšším podielom sofistikovanosti patrí ďalej (pozri [10]) chemický a gumársky priemysel (32 %). V prípade týchto oboch odvetví sa uplatňuje predpoklad priamej úmery medzi podielom sofistikovanosti a produktivitou, keďže obe patria do skupiny s nadpriemernou produktivitou, no rozdiel medzi produktivitou chemického a gumárskeho priemyslu je v prospech prvého 20.1 bodu. Podobný záver platí aj o potravinárskom priemysle, kde podľa [10] dosahuje podiel duševnej práce 28 %. Aj toto priemyselné odvetvie patrí do skupiny s nadpriemernou produktivitou (151.77 %), ktorá sa približuje produktivite chemickej výroby.

Na opačnom konci podľa uvedeného kritéria sofistikovanosti výroby sa nachádza textilný, odevný priemysel a spracovanie kože (17 % podiel duševnej práce) a drevospracujúci priemysel (21 %). Tieto odvetvia v súlade s predpokladanou priamou úmerou medzi sofistikovanosťou a produktivitou sa zaraďujú do skupiny s podpriemernou produktivitou. Textilná a odevná výroba, ako aj spracovanie kože a výroba kožených výrobkov dosahujú viac než 4-krát nižšiu produktivitu ako výroba chemikálií, chemických výrobkov a chemických vlákien a viac než 15.9-krát nižšiu produktivitu ako výroba koksu, rafinovaných ropných produktov a jadrových palív.

Z porovnaní rozdielov v produktivite medzi odvetvovými agregátmi (8-násobný rozdiel) s jej rozdielmi v rámci priemyslu vyplýva, že v rámci priemyselnej výroby dochádza k podstatne väčšiemu rozdielom v úrovni produktivity práce než medzi odvetvovými agregátmi.

Záver

Súčasný stav ekonomiky, na rozdiel od jej východiskového stavu, je poznačený okrem značného poklesu výroby i prehĺbenou nerovnováhou medzi zdrojmi a potrebami. Prejavom tejto nerovnováhy je predovšetkým nízka rentabilita výroby (ktorú sme analyzovali za jednotlivé odvetvia OKEČ v časti 1.1), neumožňujúca rozšírenú reprodukciu, ďalej zadlženosť výrobných odvetví (analyzovaná v časti 1.2), ako i nepriaznivá pozícia jednotlivých odvetví na vnútorných a vonkajších trhoch, posudzovaná z pohľadu odvetvovej štruktúry produktivity práce (časť 1.3).

V súčasnosti existujúce oživenie ekonomiky, ktoré sa spojilo s rýchlejšie rastúcim dovozom v porovnaní s vývozom, relatívne rýchlo vyúsťuje do vonkajšej nerovnováhy ekonomiky. Záporné saldo zahraničného obchodu za prvý polrok 1996 dosiahlo 26.9 mld Sk. Ukazuje sa, prinajmenšom prostredníctvom spomalenia hospodárskeho rastu v roku 1996 oproti roku 1995, že ani oživenie samo osebe nie je tým postačujúcim momentom, vnášajúcim do ekonomiky relatívne stabilný a dlhodobý rozvoj.

Naopak, súčasné opatrenia Národnej banky Slovenska majú skôr reštrikčný charakter, než by smerovali k zrýchľovaniu rastu. V tomto zmysle sa teda stáva oživenie skôr faktorom nerovnováhy a ako také je skôr prekážkou než prostriedkom dosahovania rovnováhy, o ktorý by bolo možné oprieť i hospodársku politiku. To však znamená, že s oživením nemožno rátať ako s výlučným prostriedkom, ktorým by sa vyriešili doteraz naakumulované problémy, z ktorých počas oživenia najmä rastúci nesúlady medzi zdrojmi a potrebami sa javí ako najakútnejší nielen vo výrobnej, ale i v bankovej sfére. Absolútny nedostatok peňazí v ich rozličných formách sa stáva čoraz zjavnejším hlavne vtedy, keď sa existujúce úvery stávajú nedobytnými (obchodný úver v podobe platobnej neschopnosti nevynímajúc) a potreba výmeny technológií, týkajúca sa takmer všetkých odvetví, sa stáva nevyhnutnou. Za týchto okolností sa ukazuje, že nedostatok zdrojov sa týka i odvetví, ktoré sú v relatívne najvýhodnejšom postavení. Potvrdzujú to súčasné zvýšenia cien elektrickej energie, plynu a vody, výrobkov z nafty, ale aj úvery poskytnuté týmto odvetviami.

Rozpornosť súčasnej ekonomickej situácie na Slovensku, pozorovaná vo svetle makroekonomických a mikroekonomických údajov, ukazuje, že prechod k efektom z transformácie je aj naďalej viazaný na dovršenie samotného transformačného procesu.

Došlo 30. 9. 1996

Literatúra

- [1] Hospodárske výsledky nefinančných organizácií vo 4. štvrťroku a v 1.-4. štvrťroku 1993. Bratislava, Štatistický úrad SR 1994.
- [2] Hospodárske výsledky nefinančných a finančných organizácií za 1. až 4. štvrťrok 1995. Bratislava, Štatistický úrad SR 1996.
- [3] Ekonomický monitor stavu hospodárstva Slovenskej republiky. Časť II, 1996, č. 7. Bratislava, Štatistický úrad SR 1996.
- [4] Štatistická ročenka Slovenskej republiky 1995. Bratislava, Štatistický úrad SR 1995.
- [5] CONDÍK, Š.: Reštrukturalizácia produkcie v SR stagnuje. Trend, 1996, č. 38.
- [6] FERIANEC, J.: Vývinové tendencie ekonomiky Slovenskej republiky vo fáze recesie a oživenia v rokoch 1994-1996. [Štúdia.] Bratislava, Prognostický ústav SAV 1995.
- [7] NĚMEC, J.: Privatizácia v Slovenskej republike a jej aktuálne problémy. [Štúdia.] Bratislava, Prognostický ústav SAV, 1994.
- [8] NĚMEC, J.: Vplyv privatizácie na ekonomiku Slovenskej republiky. Ekon. Čas., 43, 1995, č. 2.
- [9] OKÁLI, I.: K vzniku a možnostiam prekonania transformačnej recesie. Ekon. Čas., 42, 1994, č. 11.
- [10] PICK, M.: Alarmujúca ekonomická nerovnováha. Ekonom, 1996, č. 38.
- [11] TUREK, O.: Protekcionizmus proklínaný, a pŕece živý. Ekonom, 1994, č. 25.

ON SOME PROBLEMS OF DISEQUILIBRIUM OF THE SLOVAK ECONOMY AND ITS CONNECTION WITH TRANSFORMATION OF THE SYSTEM

Ivan PRACHÁR

The subject of the paper is the analysis of the connection between the Slovak economy disequilibrium and the transformation of its system. A question is raised concerning deepening the economic disequilibrium in the transformation process. The conclusions on the disequilibrium deepening are based on the analysis of the indicators such as depreciation, economic returns, cost profitability and profit rate, interest and interest rate, as well as upon the change of individual industries position assessed by labour productivity and production decrease.

Deepening of the disequilibrium of the Slovak economy basically change conditions of its revival. The role of these conditions is played primarily by the inevitability to match costs and prices, this being the prerequisite of hindering further decapitalization of production, of resolving the problems of debt among enterprises having the form of insolvency within production sphere and indebtedness of production sphere with respect to banking sphere.

Even a partial analysis of present positions of individual industries of the economy shows the diversity from position that enable growth of the economy working under the conditions of market economy environment that comprise its internal and external relations. In this connection a deteriorated position of manufacturing industries is stated and that of engineering industry especially.

Prestavba bankovníctva na Slovensku

Dana TKÁČOVÁ*

Úvod

Transformácia slovenskej ekonomiky sa okrem iného dotýka aj bankovej sústavy. Vytvorenie vyspelej trhovej ekonomiky je bezprostredne spojené s vyspelou bankovou sústavou, ktorá sa stáva nevyhnutnou podmienkou jej ďalšieho fungovania.

Banková sústava na Slovensku musela prejsť radikálnou prestavbou, vyplývajúcou z prechodu od centralistického typu riadenia ekonomiky na systém, v ktorom prevládajú prvky samostatného rozhodovania jednotlivých podnikateľských subjektov.

Transformačný proces, ktorý sa začal v roku 1990, znamenal predovšetkým liberalizáciu hospodárskeho života, prejavujúcu sa v procese postupnej demonopolizácie ekonomiky, privatizáciu štátneho majetku, cenovú liberalizáciu, liberalizáciu zahraničného obchodu a iné. Kvantitatívne a kvalitatívne zmenil aj bankovú sústavu.

1. Adaptácia bánk na súčasné podmienky

Pred rokom 1990 bankovú sústavu v Česko-Slovensku predstavoval monolitický systém s jednou štátnou bankou, ktorá bola zároveň centrálnou bankou, jednou sporiteľničnou bankou, jednou investičnou bankou a jednou zahranično-obchodnou bankou. Tie boli špecializované tak, aby si nekonkurovali. Takmer celý zisk tak centrálnej banky, ako aj ostatných bánk sa odvádzal do štátneho rozpočtu.

Uvedený jednostupňový bankový systém znamenal spojenie emisného obchodného bankovníctva do jednej inštitúcie a tým podriadenie meny hmotným tokom, vopred plánovaným centrálnou administratívou.

Prestavba bankovníctva - ako proces - sa reálne začala na základe zákonov č. 130/1989 Zb. a 158/1989 Zb. Prestavbou v bankovníctve rozumieme významné zmeny, ku ktorým dochádza aj v tejto sfére a ktoré sa týkajú predovšetkým zmien vlastníctva, postavenia bánk v ekonomike, nových foriem podnikania v bankovníctve, nových bankových produktov a pod.

* Ing. Dana TKÁČOVÁ, Ekonomická univerzita v Bratislave, Dolnozemska cesta 1, 852 19 Bratislava

Prestavba v podmienkach členských štátov Európskej únie vychádza z cieľa realizovať jednotný trh tovarov, služieb, kapitálu a iných činností, ktorý podstatne podmieňuje okrem iného zjednocovanie niektorých činností bánk, napríklad zjednocovanie pravidiel bankového dohľadu, stanovenie výšky kapitálovej primeranosti, zjednocovanie základných bankových obchodov, noriem obchodnej činnosti a pod. Zrejme v podmienkach členských štátov EÚ ide o prestavbu vyššieho typu, keď banky pôsobiace v štandardných trhovo-ekonomických podmienkach a poskytujúce štandardné služby a produkty, musia svoju činnosť v určitom slova zmysle "zjednotiť" v rámci integračného zoskupenia.

2. Etapizácia vývoja bankovej sústavy

Prvá etapa - zmena postavenia a funkcií bánk

Najvýznamnejšou zmenou, ku ktorej došlo na základe uvedených zákonov, bola demonopolizácia komerčného bankovníctva, ktorej podstatou je proces postupného zmenšovania zásahov štátu (štátneho monopolu) do činnosti komerčných bánk. Proces postupnej demonopolizácie bankovníctva v ČSFR sa začal rozdelením Štátnej banky Československej (ŠBČS) na emisnú banku s rovnakým názvom (na určité obdobie) a na tri komerčné banky: Komerčnú banku, a.s., Praha, Investičnú banku, a.s., Praha a Všeobecnú úverovú banku, a.s., Bratislava. Okrem týchto bánk u nás už existovali špecializované banky: Živnostenská banka, a.s., Československá obchodná banka, a.s., Česká štátna sporiteľňa, š.p.ú. a Slovenská štátna sporiteľňa, š.p.ú.

Banková sústava sa týmto krokom pretransformovala z jednostupňovej na štruktúrovanú-dvojstupňovú, kde jeden stupeň tvorí národná, emisná banka, a druhý stupeň tvoria komerčné banky. Inými slovami, makroekonomické riadenie centrum stelesňovala centrálna banka - ŠBČS so sídlom v Prahe, mikroekonomický, obchodnopodnikateľský stupeň tvoria komerčné banky. Došlo vlastne k oddeleniu emisného bankovníctva od bankovníctva obchodného.

Čo sa týka vlastníctva, niektoré banky v prvej etape vývoja prešli do vlastníctva akciových spoločností, iné sa na súkromné akciové spoločnosti pretransformovali v prvej vlne kupónovej privatizácie.

Vznikom neštátnych komerčných bán bol zrušený monopol štátu v podnikateľskej činnosti bánk. To malo za následok univerzalizáciu bankovej činnosti, ako logickú reakciu na dovtedajšiu výlučnú špecializáciu. Veľmi zjednodušene môžeme univerzalizáciu chápať ako poskytovanie širokej škály bankových produktov rozmanitej, resp. širokej klientele. Univerzalizácia však neznamená, že banka je, resp. že musí byť univerzálna vo všetkom. V rámci svojej univerzalizácie sa môže špecializovať na určitý typ produktov, resp. na určitých klientov, v ktorých je konkurencieschopná, resp. môže dosiahnuť až monopolné postavenie. Banky však boli hlboko podkapitalizované a ich úverové portfólio bolo z veľkej časti nekvalitné.

Hoci uvedené zákony umožňovali podnikat' komerčným bankám v nových ekonomických podmienkach, boli nedostatočné, keďže nevymedzovali, nedefinovali pravidlá podnikania, čo viedlo k vytvoreniu neprehľadného podnikateľského prostredia a tým aj k vysokej miere neistoty.

Druhá etapa - vlastnícka zmena štátnych peňažných ústavov v komerčnej zložke bankovej sústavy

Ďalším medzníkom vo vývoji a v prestavbe nášho bankovníctva bolo prijatie zákonov č. 21/1991 Zb. o bankách a č. 22/1991 Zb. o ŠBČS, ktoré vytvorili legislatívny rámec vymedzujúci činnosť emisnej banky a komerčných bánk.

Pre toto obdobie (zhruba od februára 1992 do konca kalendárneho roka) bolo charakteristické, že banky boli kapitálovo podhodnotené, podiel vlastného kapitálu k rizikovo váženým aktívam sa pohyboval v rozpätí 0,84–1,22 % s výnimkou bánk pôsobiacich v devízovej oblasti - Československej obchodnej banky a Živnobanky.

Ukazovateľ kapitálovej primeranosti za celú bankovú sféru predstavoval 1,72 %, pričom na základe Bazilejských dohôd štandardom je 8 %.

Ďalšou charakteristickou črtou tohto obdobia bola skutočnosť, že viac ako 90 % všetkých zdrojov, to znamená vkladov a poskytnutých úverov, bolo sústredených v štátnych peňažných ústavoch. Novovznikajúca sieť komerčných bánk mala spoločné problémy - išlo predovšetkým o nestabilné a ešte sa len transformujúce ekonomické prostredie, ako aj nedostatočné personálne vybavenie bánk, hlavne z hľadiska pripravenosti pracovníkov na nové prístupy v bankovníctve, nedostatočné technické vybavenie, absentujúci softvér, nedostatočná banková sieť.

Východiskom prvej etapy prestavby bankovníctva bolo oddelenie emisnej činnosti centrálnej banky od činnosti obchodných bánk. Hlavným cieľom bolo vytvorenie podmienok pre fungovanie trhu peňazí a trhu kapitálu ako protipól trhu tovaru a trhu práce.

V rámci vytvorenej štruktúrovanej, dvojstupňovej bankovej sústavy išlo o posilnenie úlohy a zodpovednosti ústrednej, emisnej banky v oblasti menového vývoja a stability meny a o posilnenie podnikateľskej činnosti komerčných bánk, ako aj zlepšenie bankových služieb s cieľom zvýšiť dynamiku a efektívnosť bankovej sústavy.

Zákon o bankách z decembra 1991 mal eliminovať nedostatky vyskytujúce sa pred jeho prijatím, aby bol v budúcnosti vylúčený vznik veľmi malých a kapitálovo slabých bánk a aby sa vytvárali podmienky pre banky schopné prežiť v tvrdých podmienkach konkurencie. Uvedený zákon vymedzuje banku ako podnik, ktorého prvoradým cieľom je dosahovanie zisku. Špecifikom bánk na rozdiel od iných podnikov je však spôsob jeho nadobúdania.

Komerčná banka nakupuje/prijíma peniaze od klientov najčastejšie vo forme vkladov, ktoré potom predáva/poskytuje vo forme úverov. Rozdiel medzi cenou,

za ktorú peniaze nakupuje, a cenou, za ktorú ich predáva, je zisk (aj keď príjmy z úrokov nie sú jedinými a mnohokrát ani hlavnými zdrojmi dlhodobých príjmov bánk).

Zvláštnosťou banky ako podnikateľského subjektu je to, že profituje z cudzích zdrojov, pretože výška vlastného kapitálu banky je z kvantitatívneho hľadiska zanedbateľná.

Podľa zákona je banka právnickou osobou, ktorá môže byť založená buď ako akciová spoločnosť, alebo ako štátny peňažný ústav a ktorá ako jediný subjekt v národnom hospodárstve môže prijímať vklady od verejnosti a poskytovať úvery. Vkladmi rozumieme peňažné prostriedky zverené banke, ktoré predstavujú záväzok banky voči vkladateľovi; úvery sú v akejkoľvek forme bankou dočasne poskytnuté peňažné prostriedky.

Vznik nových bánk je prísne regulovaný. Na získanie bankovej licencie je potrebné splniť prísne kritériá. Navyše, v súčasnosti sa podmienky na založenie novej banky zjednocujú v medzinárodnom meradle. Podľa zákona bola výška vlastného zakladateľského kapitálu stanovená na 500 mil. Sk.

Nemenej dôležitou požiadavkou je ekonomická účelnosť banky. V tomto prípade ide zrejme o "spornú požiadavku", keďže na jednej strane by mala byť nová banka povolená v prípade, ak uspokojuje na určitom území určitý počet klientov určitými službami. Zmyslom tohto opatrenia je zamedziť prebujenosť bankovej sústavy a následným krachom v dôsledku veľkého počtu bánk. Na druhej strane zakladatelia banky by zrejme svoj kapitál neinvestovali do činnosti, keby neboli vopred presvedčení o úspešnosti svojho projektu. V tejto súvislosti vyvstáva aj otázka konkurencie. So zvyšovaním počtu bánk sa zvyšuje konkurencia, ktorá vyvíja tlak na zlepšovanie činnosti bánk. Naopak, menší počet bánk do určitej miery "ochraňuje" existujúci bankový trh pred konkurenciou. Z týchto dôvodov by sa mali zvoliť objektívne a exaktné meradlá na posudzovanie ekonomickej potreby nových bánk.

V priebehu rokov 1991 a 1992 na Slovensku vzniklo a pôsobilo 11 komerčných bánk.

Zahraničný kapitál v tomto období prenikal do bankovníctva vo všetkých možných formách. Išlo predovšetkým o zakladanie zahraničných reprezentácií, kapitálovo zmiešaných bánk, zakladanie pobočiek, prípadne afiliácií zahraničných bánk.

Pokiaľ ide o teritoriálne rozmiestnenie zahraničného kapitálu, ten smeroval hlavne do českého bankovníctva - predovšetkým do hlavného mesta republiky - Prahy. Na Slovensku bol zastúpený zahraničný kapitál len skromne, napríklad v Tatra banke, v Ludovej banke, v Prvej stavebnej sporiteľni. Reprezentácií zahraničných bánk bolo málo a pobočky zahraničných bánk na Slovensku v podstate chýbali.

Pre každú vyspelú trhovú ekonomiku je vlastná banková sieť, tvorená národnou bankovou sústavou, skladajúcou sa z určitého počtu bánk, ktoré sa môžu

členiť podľa rôznych hľadísk. Môže to byť napríklad rozsah a druh vykonávaných bankových obchodov, ich vlastnícke formy, ich teritoriálne rozmiestnenie, územná pôsobnosť a iné.

Neberúc do úvahy medzinárodné banky a národnú banku, ktorá vykonáva menovú politiku a voči iným bankám vystupuje ako menová autorita, spravidla národnú bankovú sústavu vyspelých trhových ekonomík tvoria: obchodné banky, sporiteľne, úverové družstvá, sporiteľníčné družstvá, hypotekárne ústavy, splátkové banky, investičné banky, banky so špeciálnymi funkciami.

Na Slovensku z kvantitatívneho hľadiska prevažovali banky obchodné, organizované v prevažnej miere ako akciové spoločnosti. Ako štátne peňažné ústavy boli organizované Slovenská štátna sporiteľňa, Slovenská záručná banka a Konsolidačná banka. Posledné dve sú banky so špeciálnymi funkciami, čomu plne zodpovedá forma ich vlastníctva. Ich privatizácia by nemala význam.

Napriek tomu, že ide o banky univerzálneho charakteru z hľadiska ich činnosti, v každej z nich možno badať popri univerzálnosti aj väčšiu či menšiu mieru špecializácie; mnohokrát ako pozostatok ich niekdajšieho zamerania.

Charakteristickou črtou našej bankovej sústavy v tomto období bola aj jej určitá nevyváženosť. Tak ako v predchádzajúcom období, aj v súčasnosti u nás dominujú predovšetkým Všeobecná úverová banka (VÚB), Slovenská štátna sporiteľňa (SŠSP), Investičná a rozvojová banka (IRB), ktoré sú aj kapitálovo najsilnejšími bankami na Slovensku.

V týchto bankách stále pretrváva paradox zdedený z predchádzajúceho obdobia, že SŠSP, aj naďalej sústreďuje najviac vkladov a VÚB a IRB poskytujú najviac úverov.

Čo sa týka geografického rozmiestnenia bánk, ich centrom je Bratislava. Až koncom roka 1992 vznikla prvá banka mimo tohto bankového centra. Rovnomernejšiemu rozmiestneniu komerčných bánk na Slovensku pomohli predovšetkým české banky, ktoré si otvorili svoje pobočky predovšetkým mimo Bratislavu.

Celkovo môžeme toto obdobie hodnotiť ako obdobie, v ktorom naďalej pretrvávajú problémy spojené nielen s prestavbou bankovníctva, ale celej ekonomiky. Pozostatkom minulého vývoja je do určitej miery monopolistická štruktúra nášho bankovníctva, dôsledky ktorej budú zrejme ešte dlho ovplyvňovať činnosť našich bánk.

V ekonomickej teórii tohto obdobia sa predpokladalo, že pretrvávajúca monopolistická štruktúra našich bánk, a pritom nedostatočná úroveň rozvoja bankovej sústavy zabráni vzniku konkurencie. Ale ani nerovnaké "štartovacie" podmienky novovznikajúcich bánk (ide hlavne o získavanie cudzích zdrojov, problémy technického vybavenia, kvalitu a kvantitu pracovných zdrojov, zvýšené investície do zriaďovania nových pobočiek a iné) v porovnaní s už existujúcimi bankami nezabránil v mnohých oblastiach vzniku ostrej konkurencie, ktorá sa najvypuklejšie začala prejavovať predovšetkým v oblasti získavania dočasne voľných zdrojov ekonomiky.

"Staré banky", teda tie, ktoré existovali aj v minulom systéme, hoci mali už vybudovanú sieť pobočiek, a spravidla i overený a fungujúci systém získavania kapitálu - cudzích zdrojov, boli brzdené vo svojej podnikateľskej činnosti zlou štruktúrou v minulosti poskytnutých úverov, neskôr zväčša nedobytných. Získané cudzie zdroje museli častokrát používať na splácanie záväzkov voči svojim klientom, a nie na poskytovanie nových úverov.

Novovznikajúce banky mohli problém "kapitálovej chudoby" riešiť "nákupom" zahraničného kapitálu, ktorý však v tomto období narážal na neúplnú konvertibilitu koruny a relatívnu ekonomickú a politickú nestabilitu našej krajiny.

Preto v tomto období došlo k absolútnemu nedostatku úverov a dopyt podnikateľskej sféry po úveroch nebol uspokojený. Banky z dôvodu obozretnosti volili menej rizikové investície prevažne do nákupu štátnych cenných papierov, dlhopisov.

Nedostatok zdrojov spolu so zadlženosťou a platobnou neschopnosťou podnikov posunul do popredia otázku likvidity a solventnosti našich bánk.

Kapitálová primeranosť bola podstatne narušená. Banky v našej bankovej sústave boli buď podkapitalizované - týkalo sa to predovšetkým bývalých štátnych peňažných ústavov, ktoré boli pretransformované na akciové spoločnosti. V tomto prípade výška vlastného kapitálu v porovnaní s výškou cudzích zdrojov bola zanedbateľná. Na druhej strane, prevažne novovznikajúce banky boli nadkapitalizované, mali problémy získať cudzie zdroje, čo znamená, že mali vysoký podiel vlastných zdrojov.

Ďalšie problémy, ktoré postihovali predovšetkým novozniknuté banky, boli problémy technického vybavenia, personálneho zabezpečenia, zriaďovania nových bankových priestorov, vybavovania bánk novým informačným systémom a iné.

Tretia etapa - činnosť bánk v samostatnej Slovenskej republike

Tretím medzníkom či tretou etapou vo vývoji bankovníctva na Slovensku bol vznik Slovenskej republiky.

Na základe zákona 566/1992 Zb. vznikla 1. 1. 1993 Národná banka Slovenska (NBS) ako emisná banka novovzniknutého štátu. Jej základnou úlohou bolo vytvoriť a stabilizovať menu a pokračovať vo vytváraní a formovaní ekonomického a podnikateľského prostredia pre sústavu komerčných bánk. Uvedený proces bol mimoriadne náročný, pretože celý komplex činností, napríklad z oblasti menovej politiky, devízových operácií, bankového dohľadu a iné činnosti riadenia meny, sa celé roky tvoril a vykonával v ústredí ŠBČS v Prahe.

S odstupom času však môžeme konštatovať, že NBS sa uvedených úloh zhostila veľmi dobre, čo dokumentujú také skutočnosti, ako je vytvorenie novej meny, jej vzťah k zahraničným menám, vytváranie podmienok pre postupný prechod k úplnej konvertibilite, pomerne úspešné riadenie inflácie. Takisto pri vytváraní a formovaní podnikateľského prostredia pre komerčné banky dosahuje NBS štandard bežný vo vyspelých ekonomikách.

V priebehu roka 1993 a v priebehu nasledujúcich rokov vznikli ďalšie banky. V dôsledku rozdelenia republiky sa zvýšil aj počet pobočiek zahraničných, prevažne českých a moravských bánk, ale i počet zastúpení zahraničných bánk v Slovenskej republike. Je to však len zlomok z počtu zahraničných zastúpení pôsobiacich na území Českej republiky.

V porovnaní s predchádzajúcimi dvoma etapami prestavby slovenského bankovníctva, ani tretia - týkajúca sa štruktúry bankovej siete - nepriniesla prevratné zmeny. Aj naďalej je banková sieť v porovnaní s vyspelými ekonomikami pomerne úzka. Tvoria ju obchodné banky, sporiteľne a banky so špeciálnymi funkciami.

Čo sa týka vlastníctva, naďalej prevažujú banky, ktorých vlastníkmi sú akciové spoločnosti. Majú predovšetkým univerzálny charakter, ale viaceré z nich sa začínajú špecializovať. Za pozitívum je možné pokladať záujem bánk o poskytovanie dlhodobých hypotekárnych úverov, zabezpečených nehnuteľnosťami. Z doterajších prezentácií bánk možno konštatovať, že najväznejšími kandidátmi na poskytovanie takýchto úverov sú VÚB, Slovenská sporiteľňa (SLSP), Istrobanka a Prvá komunálna banka. Je zrejmé, že NBS stanovením výšky základného imania (zakladateľského kapitálu) na 1 mld Sk dopredu vylúčila kapitálovo slabšie banky z účasti na hypotekárnych obchodoch.

Špecializovanými štátnymi peňažnými ústavmi sú Konsolidačná banka a Slovenská záručná banka, ktoré neprijímajú vklady a neposkytujú úvery, teda nemôžeme ich z hľadiska ich činnosti porovnávať s ostatnými bankami. Ďalšími špecializovanými bankami sú Prvá stavebná sporiteľňa, a.s., a Stavebná sporiteľňa VÚB Wüstenrot, a.s., ktoré môžeme na základe ich činnosti porovnať s inými bankami len v niektorých parametroch.

Ak z teoretického hľadiska chápeme univerzálnosť ako uskutočňovanie a poskytovanie širokého sortimentu bankových služieb širokému okruhu klientov (patria sem aj obchody s cennými papiermi, ktoré existujúcu univerzálnosť ešte rozširujú), potom môžeme všetky ostatné banky, ktoré pôsobia na slovenskom bankovom trhu, považovať za univerzálne.

Podľa NBS je slovenský bankový trh už nasýtený bankami univerzálneho charakteru. Táto skutočnosť pravdepodobne donúti niektoré menšie banky zamerať sa vo svojej činnosti na špecifické služby, aj keď tento trend je v súčasnosti ešte nevýrazný.

Na slovenskom bankovom trhu sú aj naďalej dominantnými bankami už klasické banky: VÚB, SLSP a IRB, pričom sú to aj kapitálovo najsilnejšie banky, s už spomínaným niekoľko rokov pretrvávajúcim paradoxom - naďalej majú monopolné postavenie tak pri získavaní cudzích zdrojov (SLSP), ako aj pri poskytovaní úverov, spravidla zaručených vládou (VÚB a IRB). Slovenská sporiteľňa, a.s., spravuje takmer 89 % úspor domácností, podiel VÚB a IRB na trhu úverov je 42 %, pričom ich podiel na celkových aktívach bankového sektora predstavuje viac ako 90 %.

Uvedené banky okrem toho vlastní 94 % všetkých pobočiek pôsobiacich na celom území Slovenska. Na základe toho môžeme konštatovať, že aktivity sú v slovenskom bankovníctve naďalej vysoko koncentrované.

Napriek tomu, že Slovensko je malá krajina, a teda priestor aj v oblasti bankového podnikania je ohraničený, je potešiteľné, že bankový sektor sa prirodzene internacionalizuje. Na našom území pôsobia banky so zahraničnou majetkovou účasťou, pobočky zahraničných bánk z Českej republiky, Rakúska, Francúzska, Holandska, Veľkej Británie, Nemecka. V najbližšom období majú na Slovensku otvoriť svoje pobočky americké banky.

3. Súčasné problémy reštrukturalizácie bankovníctva na Slovensku

Mohli by sme povedať, že banková legislatíva v SR je vcelku uspokojivá. Začiatkom roka 1996 bola schválená novela zákona o bankách: zákon o bankách č. 62/1996 Zb. Do platnosti vstúpila podstatná časť opatrení NBS nadväzujúcich na novelu zákona. Od 1. júla 1996 vstúpil do platnosti viac ako dva roky pripravovaný zákon o ochrane vkladov č. 118/1996 Zb. a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Problémy, ktoré vznikli v procese bankového podnikania od začiatku 90. rokov, sú však okrem iného spôsobené aj nedostatočnou legislatívou platnou v tomto období. Ide najmä o pretrvávajúci problém komerčného bankovníctva u nás, ktorým je kvalita úverového portfólia, vyjadrená mierou jeho návratnosti a reprodukcie. V našich bankách už dlhodobo narastá podiel úverov, ktorých splácanie oproti pôvodne dohodnutým splátkovým termínom mešká. Väčším problémom je však nárast úverov, ktoré nie sú splácané vôbec, teda z pohľadu banky ich klasifikujeme ako stratové. Likvidita a efektívnosť komerčných bánk priamo závisia od návratnosti úverov, a to tým viac, čím je podiel úverov na celkových aktívach banky vyšší.

V našom bankovom sektore dochádza k nesúladu medzi štruktúrou pasív a aktív z hľadiska času. Ide hlavne o nesúlad medzi získavaním zdrojov najmä z vkladov a ich využitím vo forme úverov. Táto skutočnosť sa v bankovej praxi prejavuje tým, že viac ako 50 mld aktív s dlhšou dobou splatnosti je krytých krátkodobými zdrojmi. Z toho dôvodu musí banka získavať dodatočné zdroje na zabezpečenie likvidity, čím si podstatne znižuje svoju rentabilitu.

Uvedený časový nesúlad spôsobujú predovšetkým také úvery, ktoré dosahujú vysokú mieru nenávratnosti a oneskoreného splácania. Čím je viac úverov, ktoré sa nesplácajú, tým má banka viac viazaných zdrojov a tým sa zväčšuje časový nesúlad medzi pasívami a aktívami bánk. Ten spôsobuje nedostatok dlhodobých úverových zdrojov, čo má dopad hlavne na podnikateľskú sféru. Banky v záujme zabezpečenia likvidity znižujú podiel úverov na celkových aktívach v prospech menej rizikových aktív. Takto sa znižujú zdroje použiteľné na poskytovanie úverov, čím sa výnosovosť aktív znižuje a banky sú nútené zvyšovať úrokové

sadzby za poskytované úvery. Teda ďalším dôsledkom nesplácania úverov je ich vysoká cena.

Keďže uvedené poruchy sa dotýkajú nielen bánk, ale celého podnikateľského sektora, je nevyhnutné zrýchliť proces ozdravenia úverov. Zo strany komerčných bánk ide o reštrukturalizáciu úverového portfólia slovenských bánk, ktorá sa začala z iniciatívy NBS v marci 1995, a to prijatím opatrení o pravidlách klasifikácie pohľadávok podľa rizík a tvorby zdrojov na ich krytie.

V súčasnej publicistickej, ale aj odbornej literatúre sa sporadicky stretávame so zúženým chápaním reštrukturalizácie bankovníctva. Pričom sa za reštrukturalizáciu bankovníctva považuje už spomínaná reštrukturalizácia úverového portfólia slovenských komerčných bánk.

Opatrenia NBS poskytli reálny obraz o rozsahu problémov v slovenských komerčných bankách. Približne 125 mld Sk, ktoré banky poskytli klientom vo forme úverov, je klasifikovaných, čo znamená, že ich návratnosť je ohrozená; z toho viac ako 90 mld Sk banky považujú za stratové.

Riešenie uvedených problémov je zrejme v nedohľadne, pretože slovenský legislatívny poriadok nie je dokonalý a deklarovaná, ale doteraz neuskutočnená pomoc zo strany vlády SR zabraňuje reštrukturalizácii úverových portfólií bánk. Ďalším negatívom je, že náklady reštrukturalizácie sa prenášajú na bankových klientov a tým na celú ekonomiku. Dôvodom je skutočnosť, že najväčšie slovenské banky sú nútené tvoriť zdroje na krytie rizík v podmienkach, keď ich tvorbu musia zdaňovať. Zvýšené náklady znášajú klienti prostredníctvom vysokých úrokových sadzieb za poskytnuté úvery, pričom úrokové miery buď stagnujú, alebo klesajú pomalšie, ako by sme pri poklese inflácie očakávali.

Stagnácia návratnosti úverov sa v činnosti banky prejavuje nevytváraním zdrojov na reprodukciu úverového portfólia. Výšku zdrojov, ktoré by bolo možné použiť na poskytovanie úverov, znižuje nevyhnutnosť vytvárania zdrojov na krytie očakávaných, možných úverových strát zablokovaných voči aktívam.

Uvedené skutočnosti majú na činnosť bánk niekoľko negatívnych dopadov:

- klesá rentabilita postihnutých bánk, znižuje sa objem aktív, ktoré by bolo možné predat vo forme úverov, čím sa znižuje celkový objem výnosových úrokov;
- úverové straty spôsobujú znižovanie celkového objemu čistej úrokovej marže, čím sa znižuje priestor pre výraznejší pokles úrokových sadzieb;
- vysoká rizikovosť úverových obchodov núti banky presúvať zdroje z úverov do menej rizikových obchodov s cennými papiermi.

Banky pritom investujú do nákupu takmer bezrizikových štátnych dlhopisov. Na Slovensku štátne dlhopisy nakupujú takmer výlučne banky, pričom minulý rok umiestnili do nových emisií dlhopisov takmer 37 mld Sk.

Snaha a povinnosť bánk vyplývajúca zo zákona o štandardnej úrovni likvidity a návratnosti sa stáva ďalším faktorom, znižujúcim objem kapitálu, ktorý môže byť poskytnutý vo forme úverov.

Ďalším kľúčovým problémom bánk v súčasnom období je ich povinnosť zaraďovať do výnosov aj nesplácané úroky z poskytnutých úverov. Banky takto vykazujú skreslené zisky, ktoré nezodpovedajú skutočnosti. Tým, že tento problém sa nerieši, zdaňovanie fiktívnych ziskov oslabuje postavenie bánk, čo negatívne vplyva na celé národné hospodárstvo. Uvedenú situáciu by mohla vyriešiť novela zákona o účtovníctve, ktorá by umožnila bankám neúčtovať nesplácané úroky do výnosov, a tak by zabránila umelému zvyšovaniu ziskov a odvodov do štátneho rozpočtu.

Tým, že banky tvoria zdroje na krytie rizikových úverov, príp. investujú do menej rizikových obchodov v porovnaní s poskytovaním úverov, riešia len dôsledky. Banky takto v podstate absorbujú neefektívnosť dlžníkov, pričom sa táto neefektívnosť prenáša do ich činnosti.

Úverové portfóliá najväčších bánk sú odrazom ekonomickej úrovne celého národného hospodárstva. Z toho dôvodu je ozdravenie ekonomiky nevyhnutnou podmienkou ozdravenia bankového sektora. Jedno z riešení by mohlo predstavovať prijatie zákona o mimosúdnom vyrovnaní, ktorý by riešil proces reštrukturalizácie tým, že by zrýchlil likvidáciu zlých podnikov. Existujúci zákon o konkurze a vyrovnaní aj po prijatí noviel naďalej brzdí proces ozdravenia bánk i podnikovej sféry.

Významným legislatívnym krokom v tretej etape reštrukturalizácie nášho bankovníctva je prijatie zákona č. 118/1996 Zb. o ochrane vkladov, ktorý bol schválený 20. marca 1996. Zákon upravuje povinnú minimálnu úroveň zákonnej ochrany vkladov jedného občana v jednej banke vo výške 30-násobku priemernej mesačnej mzdy v SR, čo na rok 1996 predstavuje 216 tisíc Sk. Povinná ochrana vkladov sa týka všetkých bánk pôsobiach na Slovensku a len vkladov fyzických osôb.

Prijatím tohto zákona sa vyrovnali konkurenčné podmienky pre banky pri získavaní vkladov od klientov. Uvedené podmienky však budú čiastočne deformované až do decembra 1997, keď sa skončí ručenie štátu za vklady vo Všeobecnej úverovej banke, v Slovenskej sporiteľni a v Investičnej a rozvojovej banke.

Pre tretiu etapu reštrukturalizácie slovenského bankovníctva je charakteristická skutočnosť, že bankový sektor má zrejme za sebou rozhodujúce obdobie konštituovania štruktúrovanej bankovej sústavy, resp. dvojstupňového systému, pri realizácii ktorého dochádzalo k uplatňovaniu najmä extenzívnych prvkov rastu. Na základe analýzy bankových aktív a ich účasti na celkovej hodnote makroekonomických finančných tokov je možné konštatovať, že sústava komerčných bánk je inštitucionálne nasýtená. Z toho logicky vyplýva záujem bankových subjektov orientovať sa na intenzifikačné faktory rastu.

Komerčné banky v súčasnosti poskytujú svoje služby na kvalitatívne novej úrovni, vyplývajúcej z kvalitatívne nových druhov bankových produktov. Banka výrazne rozšírila záber svojej podnikateľskej činnosti o netradičné podnikateľské aktivity. Ide predovšetkým o aktívne obchody komerčných bánk, kde hlavne pri

úverových obchodoch existuje celý rad nových produktov, prevažne takých, ktoré banky u nás pred rokom 1990 neposkytovali. Z nich majú významné miesto zmenkové úvery a ich modifikácie. Nie nepodstatné sú v našej bankovej praxi tzv. bankové finančné úverové obchody - factoring, forfaiting a leasing a ich prípadné kombinácie s inými úvermi, napríklad hypotekárnymi.

Banky s devízovou licenciou prekračujú hranice a podnikajú na zahraničných finančných trhoch - či už prostredníctvom platobného styku, napríklad prostredníctvom bankových prevodov, platobných a úverových kariet, dokumentárnych inkás a akreditívov, alebo prostredníctvom devízových obchodov.

V ekonomickej literatúre sa sporadicky vyskytuje názor, že banky v súčasnosti profitujú hlavne z nových obchodov, pričom zhodnocovanie bankového kapitálu prostredníctvom poskytovania klasických úverov je zrejme minulosťou.

Môžeme konštatovať, že v súčasnom období plní bankový sektor niekoľko funkcií:

- vytváraním novej štruktúry bankovej sústavy jednak budujúc sám seba, jednak zabezpečuje finančné prostriedky pre novovznikajúce podnikateľské subjekty a pre väčšinu už existujúcich výrobných a iných činností;
- na kvalitatívne novej úrovni rozvíja peňažný, kapitálový a finančný trh;

Pre celý proces reštrukturalizácie bankovníctva je však charakteristické, že legislatívne pravidlá a podmienky nevyhnutné na podnikanie bánk v novom prostredí sa vytvárajú dodatočne.

Záver

V rámci našej bankovej sústavy sa v priebehu krátkeho obdobia - šiestich rokov - uskutočnili radikálne zmeny tak kvalitatívne, ako aj kvantitatívne. Došlo k podstatnej zmene vo vlastníctve bánk. Štátne peňažné ústavy sa zväčša pretransformovali na súkromné akciové spoločnosti, pričom sa zároveň podstatne zvýšil ich počet. V súčasnosti pôsobí na Slovensku viac ako 30 komerčných bánk, z ktorých len dve sú štátnymi peňažnými ústavami.

Radikálne sa zmenilo postavenie a fungovanie bánk v národnom hospodárstve. Banky sa z pasívnych vykonávateľov úzko vymedzených činností transformovali na významné podnikateľské subjekty, v šírke a kvalite svojej činnosti porovnateľné so štandardom vo vyspelých ekonomikách.

Došlo 14. 10. 1996

Literatúra

- [1] POLIDAR, V.: Management úverových obchodů bank. Praha, Economia 1991.
- [2] POLIDAR, V.: Management bank a bankovních obchodů. Praha, Ekopress 1995.
- [3] SAMUELSON, P. A. - NORDHAUS, W.: Ekonomía I., II. Bratislava, Bradlo 1992.

- [4] WILSON, J. S. G.: Manažment bankových aktív a pasív. Bratislava, Elita 1995.
- [5] Banky a poisťovne. Mimoriadna sekcia Trendu. Trend, 1994, č. 37.
- [6] CHOVANCOVÁ, B.: Vo svete pravidlo, u nás želanie. Hospod. Nov., Príloha, 25. októbra 1995.
- [7] CHOVANCOVÁ, B.: Komerčné banky na kapitálovom trhu SR. In: Perspektívy bankovníctví po roce 2000 ve svete a v České republice. [Zborník z medzinárodného seminára.] Karviná 1996, s. 60-62.
- [8] PETRJANOŠOVÁ, B.: Banková sústava. I. časť. Biatec, 2, 1994, č. 2. Príloha, s. 11-18.
- [9] PREISINGER, D.: Správanie komerčnej banky ako subjektu ekonomického prostredia. Biatec, 3, 1995, č. 3, s. 4-7.
- [10] BABINCOVÁ, S.: Transformácia bankového sektora. [Rozhovor s viceguvernérom Národnej banky Slovenska J. Mudříkom.] Biatec. 1995, 3, č. 12, s. 2-3.

RECONSTRUCTION OF BANKING IN SLOVAKIA

Dana TKÁČOVÁ

Banking reconstruction is a process that has began in 1989 having its foundation in the laws No 130/1989 Coll. and 158/1989 Coll.

Under the notion of banking reconstructions the significant changes in banking are meant primarily concerning changes in ownership, position of banks in the economy, new forms of banking, development of new products and others.

The most significant change that occurred under the given laws, was the demonopolization of commercial banking, the core of which is the process of gradual diminishing of the role of state in the commercial banks activity.

The process of gradual demonopolization - the first stage of banking reconstruction in the Czechoslovak Federal Republic - began by separation of the Czechoslovak State Bank (ŠBČS) into a bank of issue and three commercial banks.

Another landmark of the development and reconstruction of our banking meant the enactment of the law No. 21/1991 Coll. on banks and No. 22/1991 Coll. on ŠBČS (Czechoslovak State Bank) that gave a legislative framework to the activities of the bank of issue and commercial banks.

The third stage in the development of banking in Slovakia was establishment of the Slovak Republic. Under the law No. 566/1992 Coll. National Bank of Slovakia was founded as a bank of issue of the newly created state. The basic role of the Bank was to create and stabilize currency, to establish economic and entrepreneurial milieu for the system of commercial banks.

The third stage of Slovak banking reconstruction is characterized by the fact that, evidently, the banking sector has already resolved the problems of creating a structural banking system (duble-level system, respectively), in realization of which the extensive elements of growth were applied. Because of the fact that the system of commercial banks seems to be institutionally saturated the banking units start to orientate towards intensification factors of growth.

Management of Change and the Role of Technology¹

Jana GAŠPARÍKOVÁ*

Management of change

The conceptual and methodological problem of management of change has recently become very important for research of transition of contemporary socioeconomic reality (based on system changes) and also for research concerning management of companies which need to be organized on a very flexible basis.

We need to distinguish various concepts of management. Management is the theory and practice of managing (control and regulation) in developed countries characterized by market economy. Management is also the system of principles, methods, techniques and procedures used in firm operations. It is based on skill of managers, impact of new technology on organization of work and human resources. (This understanding of management is classical and concerns the problems of management of firms and other institutions.)²

Management of change is based of the problems of change-structural temporal technological etc. and understanding of new role of human potential in it.

It means management of change is linked also with the massive impact of new technologies on socioeconomic life and consequently with the changes in human potential reacting to these changes in general. In this sense it is important to take into account a new concept of technology related to the behaviour of human potential - as the challenge asking for new organizational behaviour in different fields of activities - social, economical etc.

In order to understand the impact of technology on management and human resources, it is necessary to understand the new role that technology plays in recent times in modern economies.

¹ The paper was written for the program COST A-3 Management and New Technologies and gives a brief survey about the management of change, management and the role of technology.

Technology is understood in general term (low, middle and high technology). If it is necessary to point out which kind of technology I mean, I give necessary explanation in the paper.

* PhDr. Jana GAŠPARÍKOVÁ, CSc., Prognostický ústav SAV, Šancová 56, 811 05 Bratislava

² The original works of Slovak economists dealing with this topic are for instance works by [18; 19] or works by [20].

We can distinguish different theories of management: a) traditional or classical theory of management; b) behavioristic theory (based on neoclassical or interpersonal relations); c) modern theory of management; d) theory with pragmatical (empirical) approach to management [21].

The role of technology in economies

The accepted argument in economy is that technological change accompanying technological progress is perhaps one of the most important single determinants of a nation's rate of economic growth. It increases productivity of labour, quality of living standard etc. This impact of new technology on socio-economic life is resulting in new understanding of technology and in new understanding of management and technology policy.

The role of technology is very important also on the microeconomic level (its link with organizational and managerial aspects of firms and enterprises). In this way we will use the concept of technology as a socio-technical system, as it was originally used by the Tavistock Institute.³

New concept of technology

It is necessary to see not only the importance of technology for global economy, but also its new dimension linked with the wild use of new high technologies. It is important to understand technology in the postindustrial society as a very special system concerning not only the use of technologies (low, middle and high technologies) as technical instruments, but also as a system taking into account importance of technological strategy which is linked on the microeconomic level (i.e. on the level of enterprises and companies) with the management and organization of work.⁴

This technological strategy is based on a new perception of technology understood as one complex system which must be strategically manouvered. The concept of technology as a system of artifacts is misleading: the social, institutional and structural needs of a country should also be considered in judging the appropriateness of a technology. Technologies are more than mere gadgets of physical instruments, they are embodiments of ideas. It means, technologies do not represent any technological orientation based only on technological progress, but also on social, managerial and organizational changes. We pointed out what important role technology plays for the whole socioeconomic life. It is

³ By the beginning of the 1960-ies the Tavistock Institute in London had arrived as: "(1) the concept of socio-technical system; (2) a view of the organization as an open system; (3) the principle of organizational choice - the need to match social and technical systems together in the most appropriate way; (4) a recognition of the importance of autonomous and (5) better understanding of the problems of work alienation" [1, p. 20].

⁴ Technological strategy needs a special research strategy which is called systems approach. The systems approach is based on understanding of the socio-technological system as a complex system, where it is possible to redesign the complexity of reality through its reduction to most strategic elements which we need to investigate. On the other hand technology strategy represents that aspect of strategy which is concerned with exploiting, developing and maintaining the sum total of the organization's knowledge and competencies [2, p. 4].

also very interesting to see what important role technology has played in the recent Slovak economy. That is why we need to concentrate also on the transition period in Slovakia and then we can pass the judgement whether these system changes are connected with the new role of technology and technological strategy and the importance of management of change.

Transition process in the Slovak Republic

The transition process in the Slovak Republic depends on large system changes which influence the transition of the closed socioeconomic system characterizing the command economy to open socioeconomic system with pronounced market economy. On the macroeconomic level the transition process is accompanied by restructuring the entire economy, regress of non competitive economy sector, fast development of new economy sectors (for instance sector of services etc.), restructuring of finance and banking sector, independence of enterprises and a new position of the state, development of small and middle enterprises, the privatization process on a large scale, conversion of heavy industries, a new monetary policy etc.

All these changes are dictated by other very important macroeconomic regulations: • by the economic liberalization of prices which can be achieved by curtailing the money supply and balancing the state budget • by the strict monetary and budgetary policy • by internal convertibility of currency • by liberalization of foreign trade.

All these changes cause the changes in the institutional and organizational system in enterprises and in the production system and also in their structural adjustment [3].

In this sense all these system changes are the results of the socioeconomic activity of people, but still very much influenced by the role of the state as a coordinator and mediator of these changes (for instance due to the impact of different kinds of economic policies, e.g. technology policy).⁵

⁵ System changes: After the foundation of an independent Slovak Republic in 1993 there existed influences, which had negative effects on the new economic basis of Slovakia.

We can speak about the period 1992-1993 where the decline in GDP in 1993 was -3.7 % in comparison with 1992 and GDP in 1993 in USD per capita according official ex. rate was 2079.7 USD. Afterwards in 1994 GDP was in constant prices based on annual rate in +4.9 % and GDP per capita was 2576.3 USD. The year 1995 is in this respect the most prosperous, GDP in constant prices is 7.4 % and per capita 3263.9 USD [4].

First of all there was a shortage of investment which modified the status quo of management in general (also for the very simple reason there is not enough financial means for the import of new technologies and consequently the need for new management). What are the main reasons for the shortage of this investment? The split of Czecho-Slovakia in 1993 and a devaluation of currency had a negative impact on the growth of the GDP. The largest impact on decline of GDP in 1993 is attributed to macroeconomic policy (6.6%), the collapse of the CMEA - the common market for former socialist countries (5.8%) and the price liberalization (5.1%). Decline in investment was mostly influ-

Technology policy and the role of technology

Technology policy and the role of technology in general is also connected with the impact of the new technology on socioeconomic life resulting in a new understanding of technology and new understanding of management and technology policy.

This new type of technology policy in general promotes the development of different kind of technologies on macroeconomic level, development of innovation potential, the support of small and medium business development, industrial policy, development of R&D potential etc. Taking in account this concept we need to concentrate on the technology policy in the Slovak Republic and comparison with radical changes influencing the new understanding of technology policy in general (as it is reported in OECD bulletins).

The recent tendencies in technology policies, in general in the sense of global economy as well as in the sense of the transition period in the Slovak Republic need to be completed by other different kinds of policies.

"Much of technology policy nonetheless still focuses on the generation of industrial technology in large manufacturing firms. There may be considerable scope for improving long-term economic performance by shifting the policy balance towards broad diffusion of information and knowledge, not least to smaller firms, to complement policies aimed at technology generation ... A further-balancing of technology policy is required to make its objectives more coherent with other policies, including those which affect employment and human capital" [6, p. 5].

We see that technology policy must be connected also with the management of human capital and organization of labour especially in the sphere of enterprises (on the microeconomic level).

In this way technology policy is based on a very broad concept of technology which concerns the problems of technological transfer, the problems of import and export of technologies and also with the development of R&D and with industrial policy linked with a positive technological orientation.

The latter is reflected on microeconomic level as a creative mindset of people for understanding the role of technology as a positive factor in a firm, but also the tendency for understanding the necessity of technological strategy based on the importance of technological planning and technological management which is connected with the importance of the management on the microeconomic level.

enced by currency devaluation (19,7%), in addition to a restrictive macroeconomic policy (13,9%). Inflation was largely influenced by price liberalization (43%) and currency devaluation (15,1%). All these factors had a negative influence on macroeconomic policy. The rate of inflation was 25,1% in 1993 according to Statistical Office of the Slovak Republic in Bratislava [5, p. 29].

It means that this new approach in technology policy is related especially with socioeconomic changes in general (and consequently with changes on microeconomic level) and the financial situation promoting development of technology policy in general.

The financial situation resulting from technological policy and its influence on the innovation potential in Slovakia

In the case of Slovakia the financial situation in the sphere of expenses for science and technology policy is not very optimistic. The most negative trend is in the sphere of applied research which has negative impact on innovations (more than 50 % less financial means in comparison with the year 1989). This fact threatens the revival of innovation activities of industrial sectors of the Slovak Republic (most negative is this situation in the sphere of enterprises).

Table 1

The General Expenditures for R&D - (for Investment and Noninvestment Purposes) in Different Sectors (in mil. Slovak Crowns)

Year	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
SAS	806	701	714	668	438	403	571
ME	261	213	300	378	286	249	320
Industry	7 235	2 483	4 145	3 316	2 839	2 712	2 934
Other sectors	2 068	1 461	2 026	1 909	2 099	1 109	863
General	10 370	4 859	7 185	6 241	5 662	4 473	4 692

Sources: [7: 8, p. 22; 9, p. 26, 27, 29]

The meaning of abbreviations: SAS (Slovak Academy of Sciences); ME (Ministry of Education)

We see the situation in research and development is not very promising for a new intellectual potential in human resources and a new technological orientation and strategy of the country and for new managerial tasks in enterprises.

This factor also influences the potential for the future orientation in human resources of management, and intellectual potential for using different management techniques. It is necessary to give technology education, and education in general, higher profile through promotion of R&D, innovation and flexibility potential in industry.

More efforts we needed to link the technological development with the economic growth and employment by promoting investments in R&D, in industries of long-term strategic importance, by improving links between industry and university, and by overhauling support to innovation to enhance its effectiveness.

The other very important factor influencing the type of management and management techniques in the field of industrial policy as a part of technology policy is the import of new types of technologies. When we concentrate on this topic we can see very important use of new technologies, especially in the

banking sector which promotes the new management (because especially the contact with new technologies requires a new managerial approach).

The situation is very good in the sphere of telecommunications. These figures reflect the situation in telecommunication technologies in 1994. The largest foreign investment was allocated in the field of telecommunications: Siemens (27,5 mil. DEM, approximately 19,6 mil. USD) and Alcatel Sel (33,4 mil. DEM, approximately 23,8 mil. USD), the digital exchange companies, TRT Philips (120 mil. FFR, approximately 23,9 mil. USD) and Northern Telecom (1,815 mil. GBP, approximately 2,72 mil. USD). This level of foreign investment provides a very solid base for the informatization process in firms and enterprises [5, p. 6]. However this import of new technologies is negatively influenced by not very well balanced economic strategy due to the import and export incompetency of members of Council for Promoting Export [10, p. 1, 5]. The figures we can offer in general in the field of middle technologies are figures of import and export for machines and transport machinery.

The import of machines and transport machinery influences to a certain degree the technical standard of our economy. We show the data in Table 1 illustrating what share of import of machines and transport machinery is in the increase of productivity of labour. This comparison also reveals the technological standard of our economy.

We can see the share of machines and transport machinery in general investments approaches 50 %. Productivity of labour in 1994 and in 1995 increases quicker than the gross domestic product, what is consequently influenced by the import of machines and transport machinery.

Table 2

Investment, Import of Machines and Import of Consumption Goods (in mil. Slovak Crowns) and Productivity of Labour

Year	Investment	Import of transport machinery and machines	Import of consumption goods	Labour productivity
1991	74 409	26 449	84 415	100
1992	98 997	36 013	74 038	96
1993	115 909	58 828	142 717	97
1994	124 760	58 609	155 460	107
1995	149 474	73 059	179 252	108
1996	37 200	26 724	50 803	107

Source: [11, p. 4].

As I said before the integration of technology policy into industrial policy still has to be improved, particularly in rationalizing and coordinating support for management especially in the field of low and middle technologies. (Paradoxically the figures show that the technological standard of Slovak economy is quite good as far as productivity of labour is concerned, but it is still not very

promising from different reasons which I will mention later in the link with privatization process in Slovakia.) It is also necessary to support this impact of a different kind of technologies with efficient managerial and organizational changes.

T a b l e 3

The Structure of Imports and Exports

Year	Export of machines and transport machinery	Import of machines and transport machinery
1991	96 800	26 449
1992	104 915	36 013
1993	167 724	58 828
1994	214 375	58 609
1995	254 009	73 059
1996	61 800	26 724

Source: [11, p. 4]

When this situation in the field of technologies (specially import) is not supported by efficient managerial approach, the insufficient managerial approach has negative influence on the microeconomic sphere - on the sphere of enterprises and companies.

A further very important factor influencing technology and industrial policy in Slovakia is the privatization process.

One of the presumptions of the privatization process has not only been the legalization status of private owners, but also restructuralization of enterprises, new management and use of new technologies. All these changes ask for many financial resources. Taking into account these facts, we must point out the real financial and economic situation is complicated and is not favorable for the use of new (specially low and middle) technologies.

Generally, the privatization process in Slovakia does not result in strengthening the independent economic position of enterprises as economic units with strong financial capital.

Many of these privatized enterprises struggle for survival and it is difficult to answer whether the real process of this type of privatization will help to revive the economic life of the enterprise culture. But in considering the rising number of credit risks in banks for privatized enterprises we see a very negative development, that the priority will be given to the payment of privatized ownership and not to the process of reviving the technological base [12, p. 14]. The financial consequences resulting from the privatization process on the level of enterprises negatively influence the technological provision of firms and their future technological standard.

One of the reasons, how to promote the future technological policy in connection with enterprises, is financial support of innovation centers and their institutional networking. We can notice the existence of several such innovation centers in Slovakia, but their function is not sufficient enough for the effective development and support of innovations in small and medium enterprises in Slovakia. It will be necessary to find some parallels with the activity of the state in this sense with the comparison of its activity in different countries of European Union: "... to find clear distinctions between state aid and general measures, so as to establish criteria which are more transparent to companies and government. Government schemes for promoting innovation and research horizontally, without favouring specific partners or production (e.g. tax relief for intangible investment, applicable to all businesses, horizontal training schemes for researchers, etc.) constitute general measures" [13, p. 23].

The management of firms in Slovakia

Technological and economical situation is much varied in different enterprises (see above mentioned figures concerning the import of high technologies in Slovakia). And there is no possibility to receive any data on the level of firms and enterprises in general. It is also an explanation for why we will concentrate on the theoretical approach to management and will speak later about strategic management and dynamic planning, and we will not offer any real figures.

The situation in enterprises is not very promising. Two important drives - the market and technological progress are the crucial points for development in the sphere of enterprises. The real situation shows that both drives are not much developed in Slovak economy. It is difficult to speak about the real open market and technological development (because especially technological development in firms and enterprises is combined with the efficient R&D and good strategic management).

The import of new technologies in the sphere of firms and enterprises is not sufficient enough (if we do not speak about telecommunications and computer technology). The real process of restructuralization is oriented towards the elimination of unemployment, liquidation of R&D base and networking system of innovation centers etc. If we want to speak in real terms about the economic potential of enterprises, we state following figures: 35-45 % of enterprises have good and stable position in the market and potential for investment in the field of new technologies, other firms have problems to survive [14].

All these problems concerning management in the sphere of enterprises are also connected with the above mentioned negative economic situation in enterprises. But as for the prosperity of prosperous firms and enterprises it is important to apply a modern type of management linked with technology policy.

Different types of management

The new management is connected with the strategic management⁶ which is not primarily focused on grand strategy (macrolevel), but it is focused on the management on the tactical level and on the management of operations (microlevel) in firms. It is connected with logtemp planning taking in account not only firm's behaviour, but also their environment. The concept of strategic management of industrial companies has undergone a characteristic development during the last 30 years in general. In the early postwar period the strategic problem in a firm was formulated as a technical-economic mis-match between the products, on one side, and the demand of the market on the other side. The solution of the problem was strategic planning based upon rational analysis of the company's strengths and weaknesses in relation to the environmental trends. Recently, strategic planning has been changed for strategic management. It is combination of two facts in the company's relation to the environment: "firstly its competitive behaviour is characterized by creating profits (performing regular and well known activities based upon experience from earlier managerial and economic operations with a relative small risk of failure, especially due to the impact of new technologies on organizational and managerial set up of firms) and entrepreneurial behaviour. In short, the competitive behaviour aims at creating results while entrepreneurial behaviour aims at creating the potential for results. In this way technology and organization are intertwined in a very complicated way" (COST A-3) [16, p. 162-163].

Other very important factors are management styles of firms and corporate governance. Management in this sense is not only the board of representatives of owners, but also the board of people, who with their personal activities represent the competitiveness of firms and the use of technologies and possibilities of the organization of firms as learning organizations to enable to change the activity of firms.

The innovation and technology management techniques - such as the quality approach, participative management, value analysis, design, economic intelligence, just-in time production, reengineering, performing rating etc. - give the firms concerned and undeniable competitive advantage.⁷

⁶ The main goal of strategic management is to give basic knowledge from the theory of strategic management of firms and companies and to learn the necessary know how and to learn how to formulate and implement strategies. It is necessary to know how to think strategically and to use the methods of strategic analysis, procedures and how to formulate and evaluate strategic variants and processes of realization of strategies etc. Strategic managers made stand firms as open systems. We need to illustrate works from [22; 23].

⁷ The competitive advantage of the country is influenced by various factors, first of all, by the domestic economic capacity - measured in the macroeconomic level, by government, by finances (the effectiveness of capital markets and the quality of financial services), by infrastructure (the extent according to which enterprises are managed from innovative, effective and adequate point of view of

These managerial changes are also connected with dynamic planning. This dynamic planning is very important for a small business development, because it is based on learning activities of members of the team involved in dynamic planning. Dynamic planning in this way adds a new dimension to strategy formulation - the explicit recognition and incorporation of a process integrating information technology and systems with the elements of traditional business strategy formulation. It means that technological approach in a broad sense is connected with business approach and strategy and organization of labour in small and middle enterprises.

We can speak about managerial techniques, which influence the strategy of companies and on the other hand, the management techniques are influenced by the entire privatization process in Slovakia and by the restructuralization of industry and by the character of the relationship between management and trade union movement.⁸

All the general trends in a new understanding of technology policy connected with a new understanding of management are very important if we want to see this transition process in Slovakia from the point of view of system changes (and of course of the view of the management of change). The last paragraph will concentrate on perspectives of technological policy in the nearest future.

The current situation

The further development of science, particularly of fundamental research and technological transfer is inconceivable without state subsidies. But it is only the first step to keep up effective development in the support of the state technology policy. It is important to understand the importance of managerial and organizational courses in enterprises which will help to manage the transformation of economy on the microlevel, on the level of medium and small enterprises. And specially the promotion of this kind of technology policy is very important for system changes in general and as well for the transformation of enterprises on the microlevel. In the technology policy⁹ leading to institutional restructuring it is necessary that consolidation of the institutional guarantee of

science and technology - scientific and technological capacity together with the efficiency of basic and applied research and human resources). What is very important is the role of management for the competitiveness of the country - it means on the macro and also microlevels as well [15, p. 20].

⁸ One of the components resulting from good management in enterprises is the growth of incomes. On the other hand it is important to recognize that the management in the sphere of enterprises is motivated by regulation from the General Contract (concerning the employment policy, the policy of incomes etc., which indirectly influence also the type of management techniques important for the human resources).

⁹ According to the latest situation 1,5 % finances from state budget of the Slovak Republic is reserved for financing science and technology. The most elaborated concepts speak about gradual increase of financial means reaching the level of 2,5 % of GDP.

the technological transfer, internal and external is achieved. The realization of this involves the radical improvement of the economic environment through implementing economic measures for enhancement of innovation initiatives, the creation and revitalization of the institutional structure with the aim of managing the transfer of technological situation, knowledge and experience from the theoretical creation sphere to the sphere of practical realization [17, p. 39]. It means the importance of managerial approach. And one of these steps is, as I mentioned before the promotion of networking in the field of innovation centers and also participation on trans-European networks [12, p. 32].

It is necessary to understand the importance of new technology policy and its impact on the transition of market economy with positive results accompanied by the use of new technologies and managerial and organizational changes on the microlevel. The system changes in transition period in Slovakia depend also on the new understanding of technology and its new applications and consequences of the transition of the microeconomic sphere. But what is also very important and one of the presuppositions of the successful transformation is the functioning market with existing market institutions and infrastructure, because only in this case the enterprises have interest for the new managerial changes.

Received on September 17, 1996

Bibliography

- [1] SANDBERG, A. - BROMS, G. - GRIP, A. - SUNDSTROM, L. - STEEN, J. - ULLMARK, P.: Technological Change and Co-determination in Sweden. Philadelphia. Temple University Press 1992.
- [2] Business Futures. Bellville. South Africa, Institute for Future Research, University of Stellenbosch 1994.
- [3] MIKLOŠ, I. - ŽITŇANSKÝ, E.: Economics. In: Slovakia 1995. [General Report on Conditions of Society.] Bratislava, Nadácia S. Máraiho 1996.
- [4] Main Economic Indicators of Slovak Economy. Bratislava, Statistical Office Survey 1993-1996.
- [5] KLAS, A.: Analysis of the Information and Telecommunication Infrastructure and its Significance for the Process of Transformation in Slovakia. Bratislava, Institute of Economics SAS, June 1994.
- [6] PAYE, T.: Technology, Employment and Structural Change. Paris, OECD Observer 1995.
- [7] The Government Draft of the Science and Technology Policy Concept. No. 3471/1994-321. Bratislava, Slovak Government Annex, p. 3. August 1994.
- [8] Selected Indicators for Organizations R&D in the Slovak Republic. Bratislava, Statistical Office 1995.
- [9] Selected Indicators for Organizations R&D in the Slovak Republic. Bratislava, Statistical Office 1996.
- [10] TOKÁROVÁ, L.: Export nie je hrou na slepú babu. Hospodárske noviny, 26th June 1996.

- [11] SOJKA, J.: Too Few Machines. [Economic Papers.] Bratislava, Economical University in Bratislava, 12th July 1996.
- [12] NĚMEC, J.: Spontánna povaha transformácie štátneho vlastníctva a problém privatizačnej politiky. *Journal of Economics*, 43, 1995, No. 1.
- [13] Green Paper on Innovation. [Bulletin of the European Union. Supplement 5/1995.] Brussels-Luxembourg, European Commission 1996.
- [14] STANEK, P.: Bariéry a možnosti revitalizácie podnikovej sféry. *Journal of Economics*, 43, 1995, No. 4.
- [15] The Europeans Face the Hard Competitiveness. In: *European Dialogue. The Newspaper for European Integration*, November, December 1995, vol. 1, No. 5.
- [16] JACOBSEN, H.: Macro and Micro-Strategic Management of Technology. COST A-3, Design, Networks and Strategies. Brussels, December 1994.
- [17] ŠARMÍR, E.: Institutional Changing of the Slovak R&D System. In: *COST Action 3. The Transition Process in Slovakia and its Technological Development towards Accented Trends in European Union*. Bratislava, Institute for Forecasting SAS 1996.
- [18] SEDLÁK, M.: *Základy manažmentu I*. Bratislava, Alfa 1993.
- [19] SEDLÁK, M.: *Základy manažmentu*. [Skriptá.] Bratislava, Edičné stredisko EU v Bratislave 1994.
- [20] MAJTÁN, M.: *Základy manažmentu*. Bratislava, Edičné stredisko EU v Bratislave 1994.
- [21] SEDLÁK, M.: *Základy manažmentu. Vybrané kapitoly*. [Skriptá.] Bratislava, Edičné stredisko EU v Bratislave 1991.
- [22] PAPULA, J. a kol.: *Strategický manažment podniku*. [Skriptá.] Bratislava, Edičné stredisko EU v Bratislave 1992.
- [23] PAPULA, J. a kol.: *Strategický manažment. [Prípadové štúdie]*. Bratislava, Edičné stredisko EU v Bratislave 1993.

MANAŽMENT ZMENY A ÚLOHA TECHNOLOGIE

Jana GAŠPARÍKOVÁ

Autorka sa zaoberá problematikou manažmentu a vplyvu technológií na koncepciu manažmentu. To má za následok nové organizačné správanie a myslenie, ktoré sa prezentuje na úrovni firiem ako nová organizačná a manažérska kultúra.

V období transformácie ako období neistoty je preto veľmi dôležité a konzekventné použiť koncepciu manažmentu ako zmeny. Ide o koncepciu manažmentu ľudských zdrojov, ktoré sa usilujú v týchto organizačných a manažérskych zmenách nájsť optimálnu mieru a zmenu chápu ako výzvu. Nová koncepcia manažmentu, ktorá je ovplyvnená technologickou politikou a manažmentom zmien, si takisto nevyhnutne vyžaduje nový prístup, ktorý sa odráža v strategickom manažmente a dynamickom plánovaní. Aby však bolo možné tieto zmeny pochopiť, je nevyhnutné zobrazit predovšetkým systémové zmeny ako základ socioeconomickej transformácie na Slovensku a v neposlednom rade úlohu technologickej politiky, ako aj nové chápanie technológií v nej.

Marketing a dizajn v podniku

Jaroslav KITA*

Úvod

Dizajn je problematikou, ktorá nikdy nenechávala teoretikov a praktikov marketingu ľahostajných. Podniky prostredníctvom dizajnu vplyvajú na prostredie alebo sa mu prispôsobujú na základe analýzy módných trendov.

Dizajn prispieva k dosiahnutiu jedinečnosti produktu, plní funkciu estetickú a robí produkt lepšie obsluhovateľným, ľahko opraviteľným a výrobitelným a tým zabezpečuje väčší ekonomický úspech podniku. Dotýka sa rôznych oblastí aktivity podniku, pretože produkt sa stáva privilegovaným prostriedkom vzťahu medzi podnikom a trhom.

Z tohto hľadiska sa článok zamýšľa nad charakterom vzťahov marketingu a dizajnu, ktoré v podmienkach spomaľujúceho sa rastu trhov, intenzívnej konkurencie sú významným nástrojom reagovania na zmeny trhového prostredia podniku.

1. Oblasti aplikácie dizajnu v podniku

Dizajn môže byť predmetom záujmu početných útvarov v podniku, od útvaru technického výskumu a rozvoja, až po vedenie podniku alebo marketingový útvar. Hrá rozdielnu úlohu, a dokonca sa môže stať hlavným smerom marketingovej stratégie. Často sa definuje ako tvorivý proces, v priebehu ktorého sa zhmotňuje myšlienka dokonalého výrobku [7, s. 16-19].

Samotný termín *dizajn* má dnes neobyčajne široké významové spektrum, ktoré zahŕňa takmer akúkoľvek tvorivú činnosť dávajúcu tvar, resp. konkrétny návrh hromadne vyrábaného výrobku, až po "dizajn distribučného kanála" (pozri [2, s. 41]).

V podniku existujú štyri základné oblasti aplikácie dizajnu [9, s. 476-488]. Na základe toho hovoríme o rôznych typoch dizajnu a dizajnérov. Rozličné aplikácie toho istého pojmu môžu viesť na jednej strane k nejasnostiam, ktoré sa týkajú druhov dizajnu, a na druhej strane k redukcii funkcií dizajnu na funkciu estetickú, resp. na výber konečnej úpravy a farby nových výrobkov alebo na riešenie problémov grafickej komunikácie.

* doc. Ing. Jaroslav KITA, CSc., Ekonomická univerzita v Bratislave, Dolnozemska cesta 1, 852 19 Bratislava

1.1 Priemyselný dizajn

Je najznámejším typom dizajnu. Jeho analytický, interdisciplinárny a metodický prístup mu umožňuje aplikáciu na všetky druhy sériovo vyrábaných výrobkov. Na druhej strane jeho použitie vo výrobe niektorých výrobkov na spracovateľské účely (suroviny, chemické produkty) je v niektorých prípadoch málo preukázateľné. No aj v prípade sériovo vyrábaných výrobkov, pri ktorých estetika nemá významnú úlohu, podniky často využívajú poznatky ergonómie a využívajú dizajnérov-špecialistov.

Priemyselní dizajnéri pracujú rovnako dobre v oblasti elektrotechnického priemyslu, ako aj telekomunikácií, obrábacích strojov, dopravných zariadení, robotiky a podobne. Prispievajú k užitočnosti produktu a takisto aj k jeho vzhľadu. Berú do úvahy nielen vzhľad, ale zároveň vytvárajú výrobky, ktoré sú ľahšie, bezpečnejšie, dajú sa dobre udržiavať, dá sa s nimi ľahko manipulovať a ich výroba a distribúcia sú jednoduché a ekonomické. Priemyselný dizajnér stojí na križovatke dvoch kultúr: musí načúvať problémom výrobcu a používateľov, pretože príliš technický výrobok neupútava pozornosť zákazníka a ak je výrobok príliš estetický, nedostatočná veľkosť trhu neumožňuje zrentabilniť výrobný proces.

1.2 Grafický dizajn

Cieľom grafického dizajnu je umožniť vizuálnu identifikáciu podniku, jeho výrobkov a značiek, farieb, logotypov atď. Tento typ dizajnu sa často spája s prácou reklamných agentúr a dizajnérov, a to od vypracovania značky nalepenej na výrobku, jej farby, až po vyhotovenie katalógov a podobne. Cieľom je, aby stratégia podniku bola vnímateľná spotrebiteľmi. Nejde len o estetiku výrobku, resp. obalu. Je potrebné určiť všetky prvky z hľadiska imidžu podniku. Ich vzájomná prepojenosť musí byť interná aj externá.

Práca grafického dizajnéra je orientovaná v smere inovačných a komunikatívnych prístupov. Prax často nepozná, resp. neoceňuje tieto aspekty kompetentnosti práce grafického dizajnéra, ktorý je schopný uskutočniť intelektuálnu expertízu podniku, vymykajúcu sa jednoduchému umeleckému a materiálnemu stvárneniu.

1.3 Dizajn pracovného prostredia

Cieľom sú interiéry a exteriéry podniku, budovy, recepcia, predajné priestory, kancelárie, výrobné priestory, odevy, odznaky, bezpečnostné prvky, kombinézy atď. Dizajnér musí zároveň optimalizovať technické možnosti a jeho realizácia musí vyjadrovať požiadavky imidžu, ako aj externej a internej komunikácie podniku. Táto forma dizajnu sa využíva najmä v záujme zvýšenia homogenity, prepojenosti a identifikovateľnosti siete predajní a vzájomne sa dopĺňa s vnútornou architektúrou podniku.

1.4 Dizajn obalu

Predstavuje súhrn aktivít spojených s navrhovaním obalov či obalových prostriedkov. V podmienkach rastúceho samoobslužného predaja to znamená, že obal musí plniť niekoľko funkcií - prilákať pozornosť zákazníka, charakterizovať produkt, napomáhať jeho predaj. "Obal má veľkú silu pôsobenia - spotrebiteľia sú ochotní zaplatiť aj o niečo viac za komfort, vzhľad, spoľahlivosť a prestíž lepšieho obalu" [6, s. 180]. Dizajnér prijíma rozhodnutia o špecifických prvkoch obalu - veľkosti, tvare, materiáli, farbe, texte a značke. Všetky prvky musia spolu harmonizovať, podporovať trhovú pozíciu výrobku a marketingovú stratégiu. Dizajn obalu je úzko spojený s dizajnom produktu: jednoduchá ochrana tradične patriaca obalu stáva sa významným informačným a komunikačným nástrojom. Legislatívne nariadenia týkajúce sa ekológie nútia podniky integrovať do tvorby obalu požiadavky recyklovateľnosti a dizajnu výrobkov. Podniky sú nútené hľadať riešenia, ktoré zohľadňujú zvýšený záujem spotrebiteľa a spoločnosti.

2. Vzájomné vzťahy marketingu a dizajnu

Aby mala práca dizajnérov zmysel a priniesla zisk tak podniku, ako aj im samotným, musí ísť o činnosť vysoko premyslenú, riadenú a cielenú. Dizajn v takomto chápaní sa veľmi úzko dotýka marketingu ako organizovaného umiestňovania produktu na trhu s cieľom vyvolať čo najväčší dopyt. Možno dokonca povedať, že marketing má výsadné vzťahy s dizajnom. Napriek tomu tieto vzťahy nie sú vždy na úrovni podniku transparentné z viacerých dôvodov:

- pracovník marketingu často považuje dizajn za zložku marketingu [11, s. 131];
- dizajnér zo svojho hľadiska považuje marketing za proces analýzy a kontroly, ktorý presne definuje trh, segmenty trhu a jeho očakávania; marketing by mal potvrdiť správnosť tvorby dizajnéra;
- problémy akceptácie dizajnu vedú k odmietaniu dizajnérskemu prístupu.

Z hľadiska prvého chápania vzťahov marketing potvrdzuje realizovateľnosť predstavy produktu a dizajn dotvára formu tejto predstavy pri určitej cene. Dizajn sa integruje do marketingu ako jeho súčasť. Ešte pred začatím vlastného navrhovania je potrebné, aby si dizajnér ujasnil, aký výrobok na trhu chýba, s akými produktmi daného odboru prichádza na trh konkurencia a aký má komerčný úspech. Marketing sa v takomto chápaní stáva základnou etapou tvorby produktu. Úloha dizajnu je jasná: spôsobiť radosť a priniesť zisk.

V druhom chápaní dizajnér považuje marketing len za základnú etapu dizajnu, ktorá určuje segment trhu, t. j. skupinu spotrebiteľov, ktorá má homogénne správanie. V prípade, že by segment trhu nebol správne určený, t. j. nepoznali by sa hranice trhu, dizajnér by riskoval, že zle definoval potrebu spôsobiť radosť spotrebiteľom, rovnako ako i cenu, ktorú je potrebné za produkt

zaplatiť. Produkt by sa nepáčil, nespôsobil radosť a nepriniesol by ani očakávaný zisk. Marketing v tomto chápaní určuje trh výrobku. Technické a výrobné prekážky podmieňujú jeho realizovateľnosť.

Tvrdenie, že marketing je základnou etapou dizajnu, znamená neakceptovať primát marketingu vo vzťahu k dizajnu. Štýl, ktorý charakterizuje výzor výrobku, považuje sa za kritérium diferenciacie produktu. Aký iný proces než marketing môže určiť s najmenším možným rizikom pozíciu, ktorú má produkt zaujať na trhu? Aplikovať prístup dizajnu tým, že by sme zaznávali marketing, je ako byť v tuneli bez svetla.

Odmietavý postoj voči dizajnu vyplýva z dvoch príčin:

a) z dominantného postavenia technického a finančného prístupu v niektorých našich podnikoch k tvorbe produktu, ktorý neakceptuje teoretický a metodologický prístup dizajnu; navyše, v mnohých podnikoch samotná existencia pracovníkov marketingu a technických inžinierov vyvoláva dojem, že je to dôkazom ich schopnosti formulovať nové produkty bez toho, aby potrebovali dizajn; dizajnér sa niekedy vníma ako vpád výtvarných umelcov do ich povolania;

b) z náročnosti hodnotiť rentabilitu dizajnu; prístup dizajnéra je dlhodobou investíciou, neexistuje presný účtovný postup umožňujúci s istotou vypočítať prínos dizajnu k výsledkom podniku, zatiaľ čo náklady na dizajn sú dokonale merateľné.

Uvedenú situáciu výstižne charakterizuje M. Hasprová: "O ľudských zdrojoch sa často uvažuje len v rovine nákladov. Existuje tendencia nebrať do úvahy len prínos pre podnik, čo významným spôsobom ovplyvňuje oblasť ich riadenia" [4, s. 119]. Samotný trh však často rieši namiesto podniku otázku užitočnosti dizajnu, a to najmä vplyvom konkurencie.

3. Identita cieľov marketingu a dizajnu

Marketing a dizajn majú rovnaké ciele [1, s. 72]: flexibilitnosť v prispôsobovaní sa zmenám trhu, radosť a zisk.

a) *Flexibilitnosť v prispôsobovaní sa zmenám trhu* znamená, že potreby, s ktorými sa spájajú pojmy krásy a novosti, sú predmetom záujmu marketingu i dizajnu. Spotrebiteľ mení svoj vzťah k produktu. Racionálnosť a funkčnosť produktu postupne ustupujú emotívno-estetickým kritériám výberu spotrebiteľa, ktorý sa neuspokojuje len s aktom kúpy alebo predaja, v rámci ktorého získava produkt. "Pri kúpe sa spotrebiteľ správa v súlade so svojou predstavou o produkte a očakáva splnenie túžob a cieľov, ktoré produkt v jeho predstave prezentuje" [13, s. 52]. Spotrebiteľ "hľadá inú vec". Tieto zmeny v spotrebe všeobecne nachádzajú svoje vyjadrenie v pojme *hedonistická spotreba*, ktorý zdôrazňuje potrebu radosť zo spotreby a charakterizuje sa týmito príznakmi [1, s. 31]:

- v procese výberu produktov prevládajú citové želania nad motiváciami užitku produktov alebo služieb;

- spotrebitelia spájajú produkty alebo služby so subjektívnymi pocitmi široko presahujúcimi konkrétne vlastnosti, ktorými produkt alebo služba disponujú;

- hedonistická spotreba sa odvoláva na imaginárne stváranie reality. Na základe toho sa spotreba orientuje na to, čo by spotrebitelia chceli, aby bolo realitou. Ukazuje sa, že dizajn je jednou z foriem ako reagovať na tieto zmeny v spotrebe.

b) *Identifikácia potreby radosti* spotrebiteľa znamená určiť presné segmenty, pre ktoré sa vyrába uvažovaný produkt a uznať špecifické potreby týchto segmentov. To znamená:

- vopred vylúčiť nediferencovaný produkt ako zdroj zisku, pretože ním sa popiera kvalitatívny prístup k trhu;

- reagovať na potrebu radosti definovanej homogénnej skupiny spotrebiteľov a jej navrhnuť špecifický produkt a špecifický marketingový mix;

- vyrobiť tento produkt za výrobnú cenu, ktorá prinesie zisk.

c) Podnik dosahuje zisk, pokiaľ existuje základná potreba odlišovať sa. Diferenciácia môže byť reálna alebo iluzórna. Podstatné je, že vedie spotrebiteľa k preferencii určitého výrobku pred iným. Z tohto dôvodu koncepcia produktu musí byť jedinečná, vierohodná a originálna. Zvýraznením týchto potrieb a želaní zákazníkov je v marketingu trhovú pozíciu, ktorú vytvára pozícia produktu, t. j. spôsob, akým definujú produkt spotrebitelia vo svojej mysli v porovnaní s konkurenčnými výrobkami [6, s. 164]. Na základe rozdielných ponúk dochádza k výberu produktu spotrebiteľom, ktorý eliminuje tie produkty, ktoré prejavujú náznak neharmonickosti, šíria nezrozumiteľnú myšlienku a ktoré sú tlmené konkurenciou. Nevníma ponuky, ktoré sú mu ešte neznáme alebo nedostatočne zhodnotené. Napokon váha medzi inými ponukami, ktoré predovšetkým môžu uspokojiť jeho potreby:

- na základe dobrého imidžu;

- podporované silnou, vierohodnou a harmonickou koncepciou;

- materializované vizuálnymi znakmi (značka, obal, farba, logo, originalita modelu, štýl, distribučná sieť);

- znásobené kontaktnou komunikáciou (reklamou, public relations, promotion).

Diferenciácia pomáha jedinečnej pozícii výrobku na trhu. Z nej vyplýva konkurenčná výhoda, ktorú možno realizovať za mimoriadnu cenu. Zdroje diferenciácie sú početné a odlišujú sa podľa sektorov aktivity podniku. Jej pôvod spočíva v organizácii činnosti podniku zameranej na vývoj, výrobu, komercializáciu, distribúciu a komunikáciu. Predpokladá rešpektovanie dvoch podmienok: vyrobiť špecifický produkt a vytvoriť emotívno-pozitívne pocity v mysli spotrebiteľov. Takýto prístup k cieľom marketingu a dizajnu nie je nový a nie je ani objavom. Predpokladá pochopenie a koordináciu základných zdrojov úspechu a konkurencieschopnosti podniku [1, s. 96]: *marketingu, dizajnu, komunikácie a predaja*.

3.1 Marketing

Marketing sa zaujíma predovšetkým o rentabilný dopyt. Podľa E. Hanulákovkej "je to zisťovanie skutočných potrieb a uspokojovanie týchto potrieb so ziskom" [3, s. 22]. Na druhej strane, v niektorých prípadoch podnik používa aj opačný prístup, keď uvádza nové produkty, aby si podmanil trh. Ponuka sa v tomto prípade opiera o tvorivý dialóg medzi spotrebiteľom a predávajúcim.

Odporúčania, ktoré vyplývajú z marketingového prístupu, sú zamerané jednak na presvedčanie riadiacich pracovníkov podniku o odôvodnenosti vypracovať špecifický produkt, pretože podniky "musia byť flexibilnejšie, aby mohli splniť aj individuálne želania a ponúkať produkty šité na mieru" [10, s. 11]; jednak na informácie, ktoré by mal mať dizajnér k dispozícii. Sú to informácie o:

- aktivitách podniku a jeho pozícii na trhu, o podstate trhov, charakteristike trhov, existujúcich a predpokladaných segmentoch, potenciálnych spotrebiteľoch, distribútoroch, tzv. ovplyvňiteľoch - vodcoch verejnej mienky a ďalších faktoroch schopných vplývať na trh;

- výrobkoch, výrobkových radoch a službách, technických, funkčných, tvarových charakteristikách výrobkov, trhovej pozícii výrobkov, cenách, distribučných cestách, komunikácii, predajcoch;

- organizačnej štruktúre podniku, zvlášť pokiaľ ide o koncepciu výroby a komercializáciu, vzťahoch medzi útvarami technického výskumu a vývoja a marketingovým útvarami, postavení dizajnu v podniku, spôsobe rozhodovania a faktoroch vplývajúcych na rozhodovací proces;

- imidži a stupni poznania podniku na trhu, jeho výrobkoch a značkách, type komunikácie, využívaní služieb poradenských firiem;

- hlavných výsledkoch jeho vývoja za posledné tri roky, diagnostike silných a slabých stránok podniku, krátkodobých a strednodobých cieľoch podniku.

Tieto informácie vyžaduje tak externý, ako aj interný dizajnér, aby mohli disponovať s čo najpresnejšou predstavou o trhu, o očakávaniach spotrebiteľov, želanej pozícii podniku a o disponibilných prostriedkoch dosiahnutia cieľov podniku. Ak dizajnéri odhalia určité protirečenia medzi týmito prvkami, t. j. chybné hodnotenie situácie, disharmóniu, nereálnu pozíciu, nedostatočné prostriedky, informujú o tom vedenie podniku. Dizajn sa stáva pomocným nástrojom objasnenia organizácie podniku, a teda nositeľom aplikovaného auditu.

3.2 Dizajn

Dizajn je filozofiou koncepcie produktu, ktorá definuje dôvod existencie produktu, vrátane kritérií kladených na produkt.

V tomto význame možno dizajn považovať súčasne za:

- *prístup* - je procesom, ktorý umožňuje vznik produktu;
- *nástroj* - existencia produktu je výsledkom kombinácie kritérií, napríklad tvaru, materiálu, technických vlastností a podobne.

Takáto charakteristika dizajnu zároveň vedie k tomu, že samotní spotrebitelia ho v dôsledku kultúrnych bariér zle vnímajú a charakterizujú. Najčastejšie dizajn spájajú s formou produktu. Z výsledkov výskumu trhu vo Francúzsku v roku 1994 vyplýva [8, s. 137], že spotrebitelia reagujú nasledujúcim spôsobom: 50 % na cenu; 35 % na značku; 7 % na formu produktu a 5 % na reklamu.

Intenzita pôsobenia sa odlišuje podľa sortimentu produktov¹ a veku spotrebiteľov. Sú to najmä mladí ľudia (menej ako 25 rokov), ktorí sú ovplyvnení premysleným tvarom produktu, zatiaľ čo starší ľudia sa o dizajn príliš nestarajú a predstavujú 14 % z celkového počtu ľudí, ktorí preferujú dizajn produktu; 7 % spotrebiteľov tvrdí, že kupuje pre radosť, zatiaľ čo hlavnou tendenciou spotreby vo Francúzsku bola nevyhnutnosť (50 %). Rovnako je spotrebiteľ citlivý na reklamu: 5 % opytovaných je výlučne ovplyvnených reklamou. To signalizuje fakt, že komercializácia produktu predpokladá, že pojem radosti a základných potrieb sa dokonale zvládne prostredníctvom siete predajní a distribúcie, rovnako ako aj spotrebiteľmi.

Dizajnéri a pracovníci reklamy ovplyvňujú správanie spotrebiteľov dvojakým spôsobom, pretože pracujú spoločne. Z prieskumu trhu v Nemecku vyplýva, že dizajn má rozhodujúcu úlohu z 50-70 % pri predaji spotrebného tovaru [12, s. 52].

Prieskumy postojov slovenskej populácie k reklame a jej vplyvu pri výbere produktov a služieb, ktoré uskutočnila reklamná agentúra Mark/BBDO v spolupráci s firmou Focus-Centrum v roku 1993, ukazujú, že tri štvrtiny slovenskej populácie má k reklame kladný vzťah.

Možno konštatovať, že dizajn definuje:

- stvárnenie potrieb a ich modifikáciu v podobe zrozumiteľných návrhov;
- technickú a finančnú realizovateľnosť tohto stvárnenia, modifikácie na základe dokonalého zvládnutia technológie a informácie technického výskumu (podnikového a subdodávateľov);
- overenie stvárnenia produktu v spolupráci s pracovníkmi marketingu;
- výrobu produkcie, zahŕňajúcu motiváciu technikov a ich synchronizáciu s dizajnérom.

Fáza dizajnu definuje a konkretizuje produkt. Zároveň je potrebné, aby sa produkt uviedol na trh a predával sa. Komercializácia produktu predpokladá, že stvárnenie pojmu *radosť* a *primárnych potrieb* sa dokonale chápe v predajnej a distribučnej politike podniku a rovnako to vníma aj spotrebiteľ. Z tohto dôvodu proces tvorby vychádza z produktu a subjektu (potenciálneho spotrebiteľa), teda zo vzťahu, ktorý ich spája. Celý proces dizajnu sa odvoláva na kolektívny subjekt, na potenciálneho spotrebiteľa, ktorého možno určitým spôsobom charakterizovať.

¹ Kozmetika je oblasťou, kde dizajn vo Francúzsku jednoznačne zvíťazil. Napríklad parfum je bezprostredne spojený s balením a samotný obal je ozdobou polie v kúpeľniach spotrebiteľov.

Ak podnik vypracúva určitú ponuku, vytvára kolektívny produkt a kolektívny subjekt. Na trhu však v skutočnosti kolektívny subjekt neexistuje, existujú len individuálne subjekty. Rovnako celý proces dizajnu je v istom zmysle ilúziou, pretože sa pokúša vytvoriť kolektívny subjekt, o ktorom nie sme si istí, že bude zodpovedať realite.

Aby sa minimalizovali riziká, podniky sa pokúšajú vytvoriť priaznivú mienku paralelne k produktu, aby mohli v ďalšej etape komunikovať v tomto názore s reálnym spotrebiteľom. Tvorba dialógu spočíva v predvídaní formy vzťahu kolektívneho subjektu - kolektívneho predmetu, ktorý umožní podniku získať súhlas individuálnych subjektov s celkovým marketingovým programom, ktorý sa im navrhol.

V modernej spoločnosti kolektívny predmet vyrábaný vo veľkých sériách koexistuje s kolektívnym subjektom, ktorého sa podnik snaží čo najviac priblížiť k individuálnemu subjektu. Táto stratégia sa využíva najmä v automobilovom priemysle. Jeho stratégia limitovaných sérií v niekoľkých tisícoch kusov kvalifikuje produkt ako výlučne exkluzívny.

Nemateriálna dimenzia ponuky má za úlohu minimalizovať odchýlku, ktorá môže existovať medzi vytvoreným kolektívnym subjektom a reálnym individuálnym subjektom, ktorému sa navrhuje kolektívny dialóg, ale s veľmi osobným obsahom, s ktorým sa možno identifikovať [5, s. 32]. To znamená, že imidž podniku (súčasný a želaný), produkty, ktoré ponúka, rovnako ako ich vnímanie predajcami, distribútormi a spotrebiteľmi tvoria absolútne homogénny a logický celok. Logickosť a homogénnosť tohto komplexu sú relatívne vo vzťahu k stratégií komunikácie, ktorú si podnik osvojil.

3.3 Fáza komunikácie a predaja

Podľa typu produktu, veľkosti a vyspelosti trhu, kvality konkurencie a mnohých ďalších faktorov sa mení pomer jednotlivých spôsobov oslovenia spotrebiteľa. Hodnotenie výrobkov zo strany spotrebiteľov sa značne zmenilo. Predsa však treba konštatovať, že existujú niektoré spoločné tendencie. Napríklad samotná funkčnosť, t. j. schopnosť vykonávať požadované funkcie v požadovanom prostredí, nemusí byť dostatočným motívom kúpy produktov. Uvedené konštatovanie sa vzťahuje tak na oblasť spotrebných predmetov, ako aj na výrobky na spracovateľské účely.

Vhodná technológia a pohodlnosť ovládania výrobku, spojené so vzhladom výrobku, vyvolávajú emotívno-pozitívny pocit v mysli spotrebiteľov. Produkty a služby už teda nestačí jednoducho distribuovať na trh. Potom, keď sa ponuka predstavila, produkty a služby budú musieť ešte upútať pozornosť dopytu. Upútanie ponuky sa uskutočňuje prostredníctvom imidžu ponuky, ktorý pridáva imaginárnu hodnotu výrobku alebo službe a je koncentrovaný v dobrom mene ich kvality, tradície, stability poskytovaných služieb, samotného podniku, jeho manažérov, a napokon krajiny, kde boli produkty vyrobené.

Dobré meno vplýva na dopyt prostredníctvom veľmi rozmanitých ciest: mienka klientov, názory zamestnancov organizácie, chýry, články v časopisoch, publicita o práci podniku, obchodná reklama, miesto predaja a podobne.

Z tohto hľadiska fáza komunikácie a predaja predstavuje: vhodnosť imidžu podniku (súčasný a želaný) vo vzťahu k potrebám, spôsob preferovania potrieb predávajúcich, distribútorov a spotrebiteľov, nositeľov tejto podpory a náklady s tým spojené, formu oslovenia spotrebiteľa a jej efekty.

Aplikovať fázu komunikácie a predaja znamená na jednej strane umožniť spotrebiteľovi prostredníctvom produktu plniť jeho úlohu - dosiahnuť štatút v spoločnosti, a na druhej strane dať spotrebiteľovi prostriedok na prispôbovanie vývoju spoločnosti. Cieľom komunikácie je, aby produkt hovoril sám za seba.

Komunikačná stratégia posilňuje evidentné vlastnosti produktu a na ich vyjadrenie používa porovnávanie s konkurenciou. Na to je potrebné:

- poskytnúť informácie o produkte, ktorý sa páči sám osebe, aby boli dosiahnuteľné v najpriaznivejších podmienkach pre určitú skupinu zákazníkov;
- akceptovať, že pojem radosť poskytovaný prostredníctvom komunikácie o produkte je rovnakého druhu, aký sa pociťuje v priebehu jeho predaja, distribúcie, nákupu a použitia;
- vychádzať zo spoločenských noriem v argumentovaní; komunikácia by mala mať informatívny charakter, nie je potrebné vychvaľovať to, čo v skutočnosti neexistuje;
- rozlíšiť, že prístup dizajnu nie je doplnkom komunikácie podniku, ale týka sa všetkých jej súčastí (reklamy, vzťahov k verejnosti, priameho marketingu, internej komunikácie, odbornej tlače, výstavných salónov atď.). Výrobok, ktorý sa páči, môže viac podporovať sám seba a potom postačuje, aby informácie o ňom boli cieľnému segmentu k dispozícii.

Komunikačné ciele dizajnu vychádzajú zo vzájomnej závislosti obsahu a formy výrobku. Táto prepojenosť spôsobuje, že každý nový model výrobku sa musí predávať rozdielne a každá modifikácia jeho formy sa bude týkať vizuálnych aspektov výrobku, t. j. obalu, návodu a všetkých identifikačných charakteristík výrobku určených na komunikáciu, ba dokonca aj pre servis po predaji.

Dizajn sa zúčastňuje na politike komunikácie značky a imidžu podniku a posilňuje jeho postavenie a pôsobnosť na trhu. Ak sa podnik na jednej strane bude spoliehať na svojich interných dizajnérov, a na druhej strane zverí komunikáciu reklamnej agentúre, ktorá má svojich vlastných grafických a iných dizajnérov, vedie to k roztrieštenosti výrazových prostriedkov podniku a organizácie komunikačných aktivít, čo sa môže v konečnom dôsledku prejaviť v znížení postavenia na trhu a dosahu jeho obchodného posolstva.

Uvedené základné etapy nie sú záležitosťou len troch osôb v podniku (pracovníka marketingu, dizajnéra, pracovníka reklamy), ale zúčastňuje sa na ňom veľký počet inžinierov-technikov, obchodníkov, pracovníkov výroby atď. Len

trvalá orientácia manažmentu podnikov na tieto základné etapy môže priniesť požadovanú prosperitu našich podnikov a presadenie ich produktov na domácom a zahraničnom trhu.

Záver

Je zrejmé, že na vzťahy marketingu a dizajnu sa musíme pozerieť zo širších hľadísk procesu spotreby modernej spoločnosti, ktorý tieto otázky neustále podrobuje diskusii tak u tých, ktorí spotrebúvajú, ako aj tých, ktorí vyrábajú. Aby podnik získal zákazníkov, je potrebné, aby aplikoval marketingové myslenie a dizajn ako základné zdroje konkurencieschopnosti podniku.

Spoločné ciele marketingu a dizajnu v podniku ukazujú, že tieto činnosti je potrebné v podniku organizovať skôr horizontálne než postupovať hierarchickým spôsobom. Aj keď sa ešte dnes niektoré podniky pokúšajú dizajn robiť tak, že postupujú hierarchicky, dôležitosť produktu a realizované zámery investície sa menia z hľadiska pozície toho, kto intervenuje v priebehu jednej z niektorých etáp.

Nech organizačná štruktúra podniku je akákoľvek (funkčná, divizionálna), produkt vyžaduje vzťahy spolupráce v podniku. Mohlo by sa povedať, že produkt stojí nad organizačnou štruktúrou podniku a že marketing, dizajn, komunikácia a predaj sú rovnocenné a plnoprávne prepojené, vzájomne sa podporujú a pôsobia svojím synergickým efektom.

Došlo 3. 5. 1996

Literatúra

- [1] De CHANTELOUP, C. C.: *Dizajn - la stratégie du profit et du plaisir*. Paris, Dunod 1993.
- [2] DAŇO, F.: *Distribučný manažment*. Bratislava, Ekonóm 1995.
- [3] HANULÁKOVÁ, E.: *Etika v marketingu*. Bratislava, Eurounion 1996.
- [4] HASPROVÁ, M.: *Riadenie ľudských zdrojov*. In: *Trasformácia výučby marketingu na Obchodnej fakulte Ekonomickej univerzity v Bratislave*. [Zborník.] Bratislava, Ekonomická univerzita v Bratislave, september 1996.
- [5] HETZEL, P.: *De consommation postmoderne: quels en jeux pour les entreprises*. *Revue française du marketing*, 1995, č. 151.
- [6] KOTLER, Ph. - ARMSTRONG, G.: *Marketing*. Bratislava, SPN 1990.
- [7] LEDEREROVÁ, Z.: *Správny design ve správném čase*. *Design trend speciál*, 1995, č. 8.
- [8] *L'état de la France 95-96*. Paris, CREDOC 1995.
- [9] MALAVAL, Ph.: *Marketing Business to Business*. Paris, Publi Union 1996.
- [10] NOVACKÁ, L. - KULČÁKOVÁ, M.: *Klient v cestovnom ruchu*. Bratislava, Eurounion 1996.
- [11] PRACHÁR, J.: *Čo je marketing*. Bratislava, SPN 1991.
- [12] PŘÍBOVÁ, M. - MAŘÍK, M.: *Základy marketingu*. Praha, Aleko 1991.
- [13] SZARKOVÁ, M.: *Psychológia v marketingu*. Bratislava, Kartprint 1995.

MARKETING AND DESIGN IN THE ENTERPRISE

Jaroslav KITA

Relationships between marketing and design are to be viewed from a broader aspect of the process of modern society consumption, which is constantly exposed to questions discussed by both, those consuming and those producing. In order to win customers, the enterprise has to apply the marketing thinking and design as fundamental sources of the enterprise competitiveness.

Common goals of marketing and design in the enterprise suggest that these activities ought to be organized rather in a horizontal than hierarchal way. Though some enterprises do even now attempt to realize the design on an hierarchy basis, significance of the product, plans that came to fulfilment, investments etc. are changing according to the stance of who intervenes in the course of individual phases.

Not regarding the organizational structure (be it functional, divisional), the product requires co-operative ties in an enterprise. We might say that a product is beyond the organizational structure and that marketing, design, communication and sales are equivalent and interconnected in full rights, mutually supporting and they operate through their synergic effect.

Metodologické otázky tvorby marketingového informačného systému cestovného ruchu¹

Marian GÚČIK*

Úvod

Cestovný ruch chápeme ako súbor činností zameraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska, a zvyčajne vo voľnom čase s cieľom zotavenia, kúpeľnej liečby, spoločenského kontaktu, kultúrneho i športového vyžitia a služobných ciest [2, s. 5]. Ide o formu spotreby, t. j. uspokojovanie špecifických potrieb spojených s cestovaním a pobytom v inom ako bežnom životnom prostredí, a spravidla vo voľnom čase. Tým sa cestovný ruch podstatne odlišuje od iných foriem migrácie ľudí.

Ekvivalentom uspokojovania potrieb v cestovnom ruchu z národohospodárskeho hľadiska je heterogénny súbor služieb. Na produkcii služieb cestovného ruchu sú zainteresovaní jednak bezprostrední producenti a sprostredkovatelia, jednak ďalší podnikatelia, ktorí z cestovného ruchu profitujú. Tieto skutočnosti hovoria o multiplicitě a prierezovom charaktere cestovného ruchu.

Cestovný ruch je sociálno-ekonomický systém, ktorého štruktúru tvoria dva podsystémy - *subjekt* cestovného ruchu a *objekt* cestovného ruchu, ktoré sú vo vzájomnej interakcii. Systém cestovného ruchu ovplyvňuje sociálne, politické, technologické a ekologické vonkajšie prostredie [3, s. 7]. Objekt cestovného ruchu je nositeľom ponuky v cestovnom ruchu a subjekt cestovného ruchu je nositeľom dopytu po cestovnom ruchu.

Nielen v teórii, ale aj v praxi je stále naliehavejší *ucelený systém informácií* o ponuke cestovného ruchu a dopyte po ňom. Na Slovensku takýto systém informácií, ktorý by vyhovoval potrebám rozhodovania orgánov štátnej správy a samosprávy, podnikateľských subjektov i účastníkov cestovného ruchu, nie je. Z hľadiska potrieb rozhodovania v podmienkach trhu je nevyhnutné vybudovať dostatočnú údajovú základňu - *marketingový informačný systém* aj v cestovnom ruchu na úrovni primeranej krajinám s rozvinutým cestovným ruchom.

Preto naším cieľom je navrhnúť marketingový informačný systém cestovného ruchu ako východisko pre tvorbu marketingových koncepcií podnikateľských

¹ Článok tvorí súčasť výskumného projektu, na ktorý získal riešiteľ príspevok z Grantovej agentúry pre vedu. Grant č. 1/1580/94.

* doc. Ing. Marian GÚČIK, CSc., Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica

subjektov, osobitne stredísk (obcí, miest) cestovného ruchu, regiónov cestovného ruchu a štátu ako cestovného cieľa v medzinárodnom cestovnom ruchu.

Marketingový informačný systém cestovného ruchu má umožniť analýzu vnútorných podmienok a vonkajšieho prostredia, vrátane konkurencie a návštevníkov. Bez toho nie je možné vypracovať kvalitnú marketingovú stratégiu, ani marketingovú taktiku. Preto najskôr predstavíme možnú štruktúru marketingového informačného systému cestovného ruchu z hľadiska údajovej základne a zdroje relevantných informácií o ponuke a dopyte, ako aj úlohy marketingového informačného systému.

1. Štruktúra marketingového informačného systému cestovného ruchu

Marketingový informačný systém cestovného ruchu tvoria ľudia, zariadenia a procedúry na zber, triedenie, analýzu, hodnotenie a distribúciu potrebných, včasných a presných informácií pre marketingové rozhodovanie v cestovnom ruchu. Marketingový informačný systém cestovného ruchu má prierezový charakter a je špecifický tým, že sa buduje pre potreby rozhodovania orgánov štátnej správy a samosprávy, podnikateľských subjektov a účastníkov cestovného ruchu. Tým sú dané jeho užívateľské dimenzie.

Ak vychádzame zo štruktúry cestovného ruchu ako systému a z jeho prierezového charakteru, zistíme, že pri tvorbe marketingového informačného systému musíme vychádzať z informačného toku [5]:

a) o ponuke cestovného ruchu, ktorej určujúcou súčasťou je primárna ponuka a na ňu nadväzujúca (z nej odvodená) sekundárna ponuka; v marketingovej terminológii hovoríme o *produkte cestovného ruchu*;

b) o dopyte po cestovnom ruchu, ktorého nositeľom je subjekt - *účastník cestovného ruchu*; ten môže byť potenciálny, uspokojený, neuspokojený a pod.

Postupnosť riešenia vyžaduje, aby sme najskôr vymedzili obsah údajovej základne o ponuke a dopyte, potom získali potrebné informácie a pamätali pri tom na užívateľov, ktorým má marketingový informačný systém umožniť rozhodovanie.

1.1 Údajová základňa o ponuke cestovného ruchu

Nositeľom *ponuky* v cestovnom ruchu je objekt cestovného ruchu, t. j. všetko, čo sa môže stať cieľom cestovania a pobytu na cudzom mieste, napríklad príroda, kultúra, hospodárstvo a spoločnosť. Subjekt cestovného ruchu môže uspokojiť svoju potrebu po cestovnom ruchu len vtedy, ak existuje vhodný ekvivalent na jej uspokojenie. Objekt cestovného ruchu (nositeľ ponuky) umožňuje existenciu subjektu cestovného ruchu (nositeľ dopytu). Subjekt - účastník cestovného ruchu cestuje do cieľového miesta (strediska) cestovného ruchu, v ktorom vyvíjajú činnosť podniky a organizácie cestovného ruchu. Tomu zodpovedá základné členenie ponuky cestovného ruchu, ktorú tvorí:

• *primárna ponuka*, t. j. prírodný a kultúrno-historický potenciál cieľového miesta vrátane organizovaných podujatí, ktoré svojou príťažlivosťou dávajú cestovnému ruchu charakteristickú podobu;

• *sekundárna ponuka*, ktorá zahŕňa všetky druhy zariadení a ich služby, ktoré musia byť k dispozícii na použitie v cestovnom ruchu.

Sekundárna ponuka je odvodená od primárnej. Napríklad charakter prírodných podmienok ovplyvňuje infraštruktúrnú vybavenosť cieľového miesta.

Vďaka rôznorodosti potrieb účastníkov cestovného ruchu má ponuka cestovného ruchu rozličnú podobu. Rozhodujúcu úlohu z hľadiska štruktúry ponuky má *motivácia*. V prípade fyzickej motivácie má väčší význam primárna ponuka, kým v prípade prestížnej motivácie a motivácie podmienenej postavením účastníka cestovného ruchu je dôležitejšia sekundárna ponuka [3, s. 44].

Stredisko cestovného ruchu je cieľom cestovania a má rozhodujúci význam pre pobyt účastníka cestovného ruchu a tým aj pre dopyt po službách cestovného ruchu. Ponuka v cestovnom ruchu je veľmi rôznorodá a zodpovedá jej nasledujúca štruktúra:

• strediská cestovného ruchu (rekreačné strediská, kúpeľné miesta, mestá, areály termálnych kúpalísk, rekreačné dediny);

• oblasti a podoblasti cestovného ruchu;

• primárna ponuka daná prírodou (arboréta a botanické záhrady, chránené územia, jaskyne, minerálne a termálne pramene, náučné chodníky, prírodné a umelé vodné plochy); primárna ponuka vytvorená človekom (hrady, zámky a kaštiele, sakrálné stavby a pamiatky, ostatné architektonické pamiatky, pamätníky a pamätné izby, ľudová architektúra a skanzeny, archologické náleziská, technické pamiatky) a organizované podujatia;

• sekundárna ponuka (ubytovacie zariadenia, pohostinské zariadenia, cestovné a informačné kancelárie, zmenárne, herne a kasína, hraničné priechody a colnice, obchodná infraštruktúra, komunálne služby, kultúrno-osvetové zariadenia, športovo-rekreačné zariadenia).

Pri všetkých prvkoch ponuky je možné z hľadiska údajov rozlišovať ukazovatele kapacity, fyzické ukazovatele výkonov a ekonomické ukazovatele. Obsah údajovej základne o ponuke cestovného ruchu zachytáva tabuľka 1.

T a b u ľ k a 1

Modul A	Kapacitné ukazovatele	Fyzické výkonové ukazovatele	Ekonomické ukazovatele
Republika Región Stredisko cestovného ruchu Podnik			

1.2 Údajová základňa o dopyte po cestovnom ruchu

Dopyt je súborný prvok trhu a výsledok pôsobenia rôznych činiteľov. Nositeľom dopytu v cestovnom ruchu je subjekt-účastník cestovného ruchu. Účastníka cestovného ruchu môžeme definovať z rôznych hľadísk, napríklad z hľadiska psychológie, sociológie, ekonómie, štatistiky a pod. Pre ekonóma je účastníkom cestovného ruchu zvyčajne ten, kto uspokojuje svoje potreby spotrebou služieb cestovného ruchu. Presnejšie štatistické vymedzenie účastníka cestovného ruchu bolo cieľom viacerých medzinárodných konferencií. Z hľadiska predmetu nášho skúmania je dôležité, aby sme rozlíšili pojmy *turista*, *návštevník* a *výletník*, a to nielen z hľadiska domáceho, ale aj zahraničného cestovného ruchu.

V roku 1991 sa v Ottawe konala medzinárodná konferencia o štatistike cestovného ruchu [7], ktorá definovala tri kategórie cestovného ruchu - *vnútor-
ný*, *národný* a *medzinárodný*, a vymedzila aj ďalšie pojmy, ako je *stály obyvateľ*, *turista*, *návštevník* a *výletník*. Každú z týchto kategórií treba odlíšiť so zreteľom na zahraničný a domáci cestovný ruch. V závislosti od dĺžky pobytu rozlišujeme v zahraničnom i domacom cestovnom ruchu *turistu na dovolenke-dovolenkára* a *krátkodobo pobývajúceho turistu*.

Tieto skutočnosti významne ovplyvňujú dopyt účastníkov cestovného ruchu. Dopyt po cestovnom ruchu predstavuje ochotu účastníka cestovného ruchu zaplatiť isté množstvo statkov cestovného ruchu za isté množstvo peňazí, t. j. získať tieto statky za peniaze [3, s. 86]. Na dopyt po cestovnom ruchu vplyvajú mnohé vonkajšie faktory, ktoré podniky cestovného ruchu nemôžu ovplyvniť.

Pri skúmaní uspokojeného dopytu vieme zistiť len časť údajov o účastníkoch cestovného ruchu na základe štatistiky, a to najčastejšie počet návštevníkov, z toho v organizovanom cestovnom ruchu počet prenocovaní, niekedy výdavky návštevníkov a motív návštevy. Ide o skromnú údajovú základňu o uspokojenom dopyte po cestovnom ruchu. Lepšie poznať nielen uspokojený, ale aj potenciálny dopyt po cestovnom ruchu vyžaduje získavať potrebné údaje výberovým zisťovaním pomocou dotazníka, prípadne rozšírením zisťovania pomocou štatistického výkazníctva. Malo by ísť najmä o nasledujúce údaje:

- socio-demografické (bydlisko, resp. štát, vek, pohlavie, príjem domácnosti, povolanie); údaje je možné ešte rozšíriť o rodinný stav, počet detí, dosiahnuté vzdelanie;
- motivácia (účel cestovania, napr. zábava/voľný čas, kultúra, aktívne športovanie, návšteva príbuzných a priateľov ap.), profesia (schôdza, delegovanie, služobná cesta), iné dôvody (štúdium, zdravie, tranzit, rôzne);
- správanie účastníka cestovného ruchu (jednotlivec, skupina, počet prenocovaní, resp. počet pobytových dní, druh ubytovania, použitý dopravný prostriedok, miesta pobytu, sezóna, resp. obdobie pobytu a výdavky).

Tieto údaje zisťujeme, triedime, analyzujeme, hodnotíme a distribuujeme podľa toho, či ide o účastníka domáceho alebo zahraničného cestovného ruchu. Obsah údajovej základne o dopyte po cestovnom ruchu udáva tabuľka 2.

T a b u l k a 2

Modul B	Účastník domáceho cestovného ruchu	Účastník zahraničného cestovného ruchu
Republika Región Stredisko cestovného ruchu Podnik		

1.3 Zdroje informácií o ponuke a dopyte

Dobry marketingový informačný systém zosúladuje informácie, ktoré požadujú užívatelia s tými, ktoré naozaj potrebujú, a s tými, ktoré možno poskytnúť [4].

Na uspokojenie informačných potrieb užívateľov je možné využiť sekundárne údaje, primárne údaje alebo oboje. Sekundárne údaje sa skladajú z informácií, ktoré už existujú a zhromaždili sa na iné účely. Primárne údaje tvoria informácie, ktoré sa zhromažďujú na konkrétny účel. V praxi sa zvyčajne začína zhromažďovaním sekundárnych údajov o ponuke a dopyte v cestovnom ruchu. Zahŕňajú interné i externé zdroje. Sekundárne údaje je možné získať rýchlejšie a s nižšími nákladmi než primárne údaje. Zber prvotných údajov je náročný na čas a financovanie. Aj sekundárne informácie môžu byť problémom, preto ich treba starostlivo posúdiť, či sú z hľadiska cieľa relevantné, presné, aktuálne a neustranné. Sekundárne údaje predstavujú dobré východisko pre výskum a často pomáhajú definovať problémy a ciele výskumu. Vo väčšine prípadov však sekundárne zdroje nemôžu poskytnúť všetky potrebné informácie o ponuke a dopyte, a preto je nevyhnutné uskutočniť zber primárnych údajov.

Na jednotlivých stupňoch rozhodovania v cestovnom ruchu sú k dispozícii rozličné informácie a údaje. Pri súčasnej informačnej technológii môže väčšina podnikov, stredísk cestovného ruchu, regiónov poskytnúť oveľa viac informácií, než je možné reálne využiť. Nadbytok informácií môže byť rovnako škodlivý ako ich nedostatok. Marketingový informačný systém musí preto sledovať marketingové prostredie a užívateľom poskytovať informácie, ktoré by mali mať pri rozhodovaní.

Dostupnosť informácií je nevyhnutné posudzovať aj z hľadiska nákladov na ich zabezpečenie. Hodnota informácií, ako aj náklady na ich získanie, spracovanie, uchovávanie a distribúciu sa dajú vyčíslit. Informácie sú bezcenné, ak sa nevyužívajú, hodnotu získavajú až svojím využitím.

2. Úlohy marketingového informačného systému cestovného ruchu

Marketingový informačný systém má umožniť rozhodovanie troch skupín užívateľov - orgánov štátnej správy a samosprávy, podnikateľských subjektov a účastníkov cestovného ruchu (tab. 3).

T a b u l k a 3

Modul C	Orgány štátnej správy a samosprávy	Podnikatelia	Účastníci cestovného ruchu
Republika Región Stredisko cestovného ruchu Podnik			

Marketingový informačný systém cestovného ruchu bude obsahovať tri základné okruhy informácií podľa cieľových skupín užívateľov [6].

Prvý okruh budú tvoriť informácie, ktoré požadujú domáci a zahraniční účastníci cestovného ruchu. Pôjde o najširší okruh údajov týkajúcich sa najmä ponuky cestovného ruchu (modul A).

Druhý okruh budú tvoriť informácie potrebné pre podnikateľské subjekty v cestovnom ruchu a v nadväzných odvetviach. Ide o údaje charakterizujúce napríklad využívanie existujúcich kapacít, návštevnosť, ekonomickú situáciu podnikov, primárnu a sekundárnu ponuku (modul A, B). Tieto údaje môžu využiť aj potenciálni zahraniční investori a pod. pri rozhodovaní o investíciách do rozvoja cestovného ruchu v SR.

Najrozsiahlejší okruh informácií je určený pre orgány štátnej správy a miestnej samosprávy. Obsahuje údaje jednak pre účastníkov cestovného ruchu, jednak pre podnikateľské subjekty, ale aj údaje o regionalizácii cestovného ruchu ako podklad pre jeho územné plánovanie (modul C).

Zdalo by sa, že z podnikového hľadiska, najmä vplyvom presadzovania metód priameho marketingu, nie je potrebné vytvárať marketingový informačný systém cestovného ruchu, no vzhľadom na potreby rozhodovania orgánov štátnej správy na rôznych stupňoch i účastníkov cestovného ruchu je to nevyhnutné.

Integrované využívanie všetkých skupín informácií dovoľí tvoriť *marketingové koncepcie* a hodnotiť ich implementáciu na rôznych úrovniach, t. j. na úrovni podnikov, stredísk, regiónov i štátu ako cestovného cieľa. Marketingový informačný systém cestovného ruchu má obsahovať komplexnú databázu údajov o cestovnom ruchu (rôzne moduly), a preto ju bude potrebné neustále aktualizovať a prispôbovať podmienkam. Informácie budú usporiadané do vecných skupín. Okrem opisných údajov bude možné vkladať aj obrazové informácie. Ide o otvorený systém, ktorý treba zdokonaľovať a rozširovať podľa potreby tak, aby v maximálnej miere uspokojoval požiadavky všetkých potenciálnych užívateľov. Vybrané moduly marketingového informačného cestovného ruchu bude možné prepojiť na globálne informačné systémy (napr. Start, Amadeus ap.), na sieť Internet, a tak umožníť prezentáciu Slovenskej republiky na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Záver

Marketingový informačný systém cestovného ruchu má špecifický, prierezový charakter a pri jeho tvorbe treba vychádzať z informačného toku o ponuke cestovného ruchu a o dopyte po cestovnom ruchu. Z hľadiska obsahu údajovej základne ide o diferencované údaje. Marketingový informačný systém má umožniť rozhodovanie troch skupín užívateľov, a to orgánov štátnej správy a samosprávy, podnikateľov a účastníkov cestovného ruchu na štyroch úrovniach - v podniku, v stredisku cestovného ruchu (mesto, obec), v regióne a na úrovni štátu ako cestovného cieľa. Zároveň je nevyhnutné udržiavať súbor vhodne organizovaných a usporiadaných dát, poskytovať úplné, presné a relevantné informácie v čase, prispôbovať sa podmienkam a uspokojovať informačné požiadavky užívateľov. Splnenie týchto požiadaviek umožňuje banka dát.

Došlo 17. 4. 1996

Literatúra

- [1] FRECHTLING, D. C.: A Program for the Collection and Analysis of Tourism Statistics for Easter and Central European Countries. [Medzinárodná konferencia.] Praha, január 1992.
- [2] GÚČIK, M.: Východiská a osobitosti manažmentu cestovného ruchu. Ekonomická revue cestovného ruchu, 26, 1993, č. 1, s. 3-9.
- [3] KASPAR, C.: Základy cestovného ruchu. 1. slov. vyd. Banská Bystrica, Trian 1995. 134 s.
- [4] KOTLER, Ph.: Marketing-Management. 4. vyd. Stuttgart, Poeschel Verlag 1989. 741 s.
- [5] Marketingový informačný systém cestovného ruchu. [Výskumný projekt č. 1/1580/94. 1. a 2. etapa riešenia.] Banská Bystrica, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela 1995.
- [6] PATÚŠ, P.: Informačný systém cestovného ruchu v regióne. Ekonomická revue cestovného ruchu, 27, 1994, č. 1, s. 41-43.
- [7] Recommendations on Tourism Statistics. New York, United Nations 1994. 77 s.

METHODOLOGICAL QUESTIONS OF MARKETING INFORMATION SYSTEM CREATION IN TOURIST INDUSTRY

Marian GÚČIK

Tourism is taken for a form of consumption, i.e. the way of meeting specific needs connected with travelling and staying in different environment than a current one and in free time usually.

From the point of view of national economy the satisfaction of needs in tourism is equivalent to heterogencous set of services. Structure of services is formed by two subsystems: subject of tourism and object of tourism which are in mutual interaction.

A unified system of information on demand and supply in tourist industry is needed not only for theory but for practice as well; the system must fulfil the decision-making requirements of both the state and local levels of government, business entities and, last but not least, the tourists themselves. The aim is to suggest a marketing information system for tourist industry as a starting point for creating market conceptions of entrepreneurial entities, especially tourist centres, regions and the whole country as a tourist target. Marketing information system in tourism has got a specific, cross-sectional character and its creation stems in information flow of data on supply and demand in tourist industry.

From the point of view of data basis the differentiated tourist data are the matter, and their set must be organized and arranged in such a way that they might provide complete, exact and relevant information in time, be able to adjust to conditions and meet the users' needs. Data bank enables to fulfil these requirements.

N e k r o l ó g

Za Jánom Feriancom

Dňa 6. novembra 1996, po dlhej chorobe, zomrel profesor Ján Ferianc, DrSc., člen korešpondent Slovenskej akadémie vied, vedúci vedecký pracovník Prognostického ústavu SAV, ktorého bol v rokoch 1989-1991 aj prvým riaditeľom.

Profesor Ferianc prežil bohatý a nesmierne plodný život. Pracoval ako vysokoškolský pedagóg, vo vrcholných štátnych orgánoch, ako vedecký pracovník a ako riaditeľ výskumných inštitúcií. Bol dlhoročným členom redakčnej rady Ekonomického časopisu. Z jeho pera vyšlo vyše 250 vedeckých a popularizačných článkov, knižných publikácií a vysokoškolských učebníc. Všade zanechal hlbokú pečať svojej osobnosti a natrvalo sa vryl do pamäti svojich spolupracovníkov.

Profesor Ferianc sa narodil 16. júla 1927 vo Važci. V roku 1950 ukončil Vysokú školu hospodárskych vied, neskoršiu Vysokú školu ekonomickú v Bratislave, na ktorej potom pôsobil až do roku 1964. Od roku 1952 do roku 1964 bol vedúcim Katedry národohospodárskeho plánovania. Roku 1956 obhájil svoju kandidátsku dizertačnú prácu. V roku 1957 bol vymenovaný za docenta. V období 1961-1964 bol zároveň aj vedúcim výskumného kabinetu VŠE. V týchto rokoch jeho výskumná pozornosť sa orientovala na problematiku vlastných nákladov a zisku a rovnakým otázkam bola venovaná aj jeho doktorská dizertačná práca, ktorú obhájil v roku 1965 a ktorá knižne vyšla v roku 1963. Neskoršie jeho odborný záujem obsiahol rozhodujúce oblasti makroekonómie, ktorej zostal verný až do konca života. V roku 1968 bol vymenovaný za profesora.

V rokoch 1964-1968 bol riaditeľom Výskumného ústavu oblastného plánovania v Bratislave. V pohnutom období konca 60. a začiatku 70. rokov sa stal predsedom Slovenskej plánovacej komisie (1969-1970). Zúčastňoval sa na prácach na novej sústave riadenia národného hospodárstva, ktoré v tom čase boli prvým serióznym pokusom o radikálnu prestavbu rigidného riadiaceho systému ekonomiky v Československu. V tom istom období sa stal poslancom SNR a Snemovne národov Federálneho zhromaždenia vtedajšej ČSSR. Po roku 1970 až do roku 1988 pracoval ako podpredseda Slovenskej plánovacej komisie.

V týchto rokoch mimoriadnej pracovnej zaťažnosti, keď vykonal ohromujúce kvantum organizátorskej a odbornej práce pri rozvíjaní slovenskej ekonomiky, ale napríklad aj pri zavádzaní výpočtovej techniky a formovaní informačného systému na Slovensku, ďalej sa venoval vedeckej práci, osobitne problematike dlhodobého ekonomického prognózovania, optimalizačných metód a niektorým východiskovým teoretickým problémom, ako sú otázky chápania a merania účinnosti práce.

Práve z tejto poslednej oblasti napísal aj rozsiahlu monografiu *Ekonomia času* (Bratislava 1982. 456 s.), ktorá vyšla aj v zahraničí. Ešte predtým, v roku 1977, bol zvolený za člena korešpondenta SAV.

Posledných osem rokov života profesora Ferianca bolo úzko spojených s Prognostickým ústavom SAV. Hoci tento ústav nevznikol na zelenej lúke a nadväzoval na úspešnú prácu kolektívu Kabinetu pre súhrnnú prognózu Slovenskej republiky, ktorý pracoval v rámci Ekonomického ústavu SAV, je nespornou zásluhou profesora Ferianca, ktorý ho viedol od roku 1989 do konca roku 1991, že aj v tomto zložitom období sa nové pracovisko materiálne i odborne rýchlo rozvinulo a neškôr úspešne presadilo vo vede i v spoločnosti.

Napriek sužujúcej chorobe, po odchode z funkcie riaditeľ'a, naďalej sa venoval vedeckej práci, najmä makroekonomickému výskumu. Treba osobitne vyzdvihnúť účasť profesora Ferianca na riešení medzinárodného projektu ACE PHARE (1993-1995) zameraného na problematiku perspektív rozvoja Slovenska po jeho osamostatnení v roku 1993. Jeho priam encyklopedické poznatky o slovenskej ekonomike nesmierne obohatili výskum a umožnili získať plastický obraz o reálnom ekonomickom potenciáli Slovenska a o predpokladoch jeho ďalšieho rozvoja. Jeho práca prispela k tomu, že záverečná správa projektu bola úspešne obhájená a prijatá Európskou komisiou v Bruseli.

V posledných dvoch rokoch, s jemu vlastným pracovným nasadením, sa profesor Ferianc venoval, ako vedúci autorského kolektívu, spracovaniu publikácie zaoberajúcej sa strategickými otázkami zvyšovania konkurencieschopnosti slovenskej produkcie a zdokonaľovania bankovníctva v kontexte začleňovania Slovenska do európskych štruktúr. Práca je už v záverečnej fáze publikovania. Azda najkrajším uctením pamiatky profesora Ferianca by bolo, keby vyšla čo najskôr.

Profesor Ján Ferianc zanechal za sebou impozantné dielo, nielen pri rozvíjaní ekonomickej teórie na Slovensku, ale aj konkrétnymi aktivitami formujúcimi slovenskú ekonomiku. Prognostický ústav SAV v ňom stráca jednu zo svojich popredných vedeckých osobností, ktorá sa zaslúžila o vytváranie svojho programového profilu a ktorej erudícia významne obohatila dosiahnuté výskumné výsledky.

V srdciach spolupracovníkov a priateľ'ov pána profesora sa naviac uchová trvalá pamiatka na človeka oplývajúceho človečenstvom, nesmierne komunikatívneho, vždy ochotného pomôcť radou i činom, so zmyslom pre rázovitý humor, ale zároveň s príkladným vzťahom k práci a k životu, ktorý prejavoval až do posledných chvíľ.

Čeť jeho pamiatke.

Prognostický ústav SAV
Redakčná rada a redakcia
Ekonomického časopisu

OBSAH 44. ROČNÍKA EKONOMICKÉHO ČASOPISU

<i>ANDRÁŠIK, Ladislav</i> : Teória racionálnych očakávaní: kvalitatívny skok v súčasnej ekonomickej vede?	4	279
<i>AZUDOVÁ, Lubica</i> : Motivácia malopodnikateľského sektora vo svetle empirických prieskumov	5	383
<i>BERTL, Romuald - PROSTREDNIK, Iveta</i> : Daň z príjmu v Slovenskej republike a v Rakúsku (porovnávací analýza daňovej povinnosti a stanovenia základu dane z príjmov)	6	481
<i>BRZICA, Daneš</i> : Empirická analýza vybraných problémov správy korporácií v Slovenskej republike	5	359
<i>BRZICA, Daneš</i> : Corporate Management, Capital Market and Foreign Direct Investment in the Slovak Republic	9	655
<i>DAŇO, Ferdinand</i> : Význam distribučného manažmentu pri uplatňovaní efektívnej distribučnej politiky	7-8	595
<i>ĎAĎO, Jaroslav</i> : Vzájomné pôsobenie premenných marketingového mixu	1	58
<i>DZUROVÁ, Mária</i> : Reklamačné vzťahy obchodných partnerov	7-8	645
<i>FERENČÍKOVÁ, Soňa</i> : Efekty a pôsobenie priamych zahraničných investícií (na príklade Slovenskej republiky)	6	450
<i>GABRIELOVÁ, Herta</i> pozri <i>OKÁLI, Ivan - GABRIELOVÁ, Herta - HLAVATÝ, Egon - OUTRATA, Richard</i>	2	83
<i>GABRIELOVÁ, Herta</i> : Vývojové tendencie v štruktúre slovenskej ekonomiky	10	780
<i>GALLO, Peter</i> : Regulovanie zisku z hľadiska viacvýrobkovej štruktúry	1	48
<i>GAŠPARÍKOVÁ, Jana</i> : Management of Change and the Role of Technology	12	936
<i>GÚČIK, Marian</i> : Organizačná štruktúra cestovného ruchu	9	696
<i>GÚČIK, Marian</i> : Metodologické otázky tvorby marketingového informačného systému cestovného ruchu	12	959
<i>HAJNOVIČOVÁ, Viera</i> : Odhad rozsahu skrytej ekonomiky v Slovenskej republike	1	3
<i>HANULÁKOVÁ, Eva - PROČKOVÁ, Adriana</i> : Etické a ekologické aspekty podnikateľskej stratégie	7-8	625
<i>HLAVATÝ, Egon</i> pozri <i>OKÁLI, Ivan - GABRIELOVÁ, Herta - HLAVATÝ, Egon - OUTRATA, Richard</i>	2	83
<i>HLAVATÝ, Egon</i> : Problems of Debt Management in Slovak Republic	2	138
<i>HUTNÍK, Felo</i> : Zdroje hospodárskeho rastu poľnohospodárstva na Slovensku	4	296
<i>IŠA, Jan</i> : Konjunktúra svetového hospodárstva v 90. rokoch	4	255
<i>IVANIČKOVÁ, Alžbeta</i> : Niekoľko pohľadov na hodnotenie úrovne regionálneho rozvoja Slovenska	3	212
<i>JAKUBÍKOVÁ, Dagnar</i> : Franchising - metóda eliminácie rizík v podnikaní	7-8	516
<i>JAUURA, Zdeno</i> : K problematike obecného vlastníctva v ekonomike Slovenska	9	677
<i>JURÍČKOVÁ, Vilma</i> : Doterajší priebeh transformácie podnikovej sféry a jej výsledky	5	347
<i>KAČÍRKOVÁ, Mária</i> : Formovanie organizačnej štruktúry malopodnikateľského sektora na Slovensku	5	413
<i>KÁRÁSZ, Pavol - RENČKO, Juraj</i> : Národohospodárske súvislosti formovania spotrebiteľských cien potravín v ekonomike Slovenska	1	17
<i>KÁRÁSZ, Pavol</i> : Macroeconomic Features of Foreign Capital Invested in the Slovak Republic	11	829
<i>KARKALÍKOVÁ, Marta</i> : Marketing a požiadavky na kvalitu služieb	7-8	617

<i>KITA, Jaroslav</i> : Spolupráca francúzskych a slovenských podnikov	4	334
<i>KITA, Jaroslav</i> : Súčasné tendencie vo vývoji marketingu	7-8	506
<i>KITA, Jaroslav</i> : Marketing a dizajn v podniku	12	948
<i>KOLLÁR, Vojtech</i> : Kvalita ako súčasť transformačných zmien	7-8	556
<i>KOSTOLANSKÝ, Rudolf</i> : Faktory ovplyvňujúce vstup transnacionálnych korporácií do národných ekonomík	5	371
<i>LACKOVÁ, Alice</i> : Inovačný proces a jeho ekologické aspekty	7-8	636
<i>LESÁKOVÁ, Dagmar</i> : Význam a miesto marketingového plánovania v podnikoch	7-8	544
<i>LIPIANSKA, Júlia</i> : Sponzoring a jeho miesto v marketingovej komunikácii	7-8	583
<i>LOŠŤÁKOVÁ, Hana</i> : Jak postupovat při identifikaci konkurenční výhody na průmyslovém trhu	7-8	571
<i>LUBYOVÁ, Martina</i> : Riziká v systéme dôchodkového zabezpečenia v Slovenskej republike	10	764
<i>MAJTÁN, Štefan</i> : Stratégia zásobovania ako funkčná zložka podnikovej stratégie	4	309
<i>MARIÁŠ, Miroslav</i> : Príspevok k teórii obchodných činností	4	322
<i>MIHÓK, Peter</i> : Vývoj reklamného trhu v Slovenskej republike	1	69
<i>MIKELKA, Eduard - ŠTJANOVÁ, Milota</i> : Experimental Forecast Simulations of the Slovak Economy	2	153
<i>OKÁLI, Ivan - GABRIELOVÁ, Herta - HLAVATÝ, Egon - OTRATA, Richard</i> : Economic Development of Slovakia in 1995 (Study elaborated on behalf of the European Economic Commission of the UN)	2	83
<i>OTRATA, Richard</i> pozri <i>OKÁLI, Ivan - GABRIELOVÁ, Herta - HLAVATÝ, Egon - OTRATA, Richard</i>	2	83
<i>OTRATA, Richard</i> : Foreign Trade and the Slovak Economy Structure	2	119
<i>PAUME, Joakim</i> : Severský model sociálneho zabezpečenia	11	815
<i>PAULIHOVÁ, Iveta</i> : Základné determinanty cenového vývoja v oblasti poľnohospodárstva a potravinárstva	1	34
<i>PETRIK, Borislav</i> : Trendy malého podnikania v slovenskej ekonomike	5	398
<i>PIOVARČIOVÁ, Veronika</i> : Teória kapitálového trhu	3	199
<i>PRACHÁR, Ivan</i> : Niektoré problémy nerovnováhy slovenskej ekonomiky a jej súvislosti s transformáciou systému	12	907
<i>PROČKOVÁ, Adriana</i> pozri <i>HANULÁKOVÁ, Eva</i>	7-8	625
<i>PROSTREDMIK, Iveta</i> pozri <i>BERTL, Romuald</i>	6	481
<i>RENČKO, Juraj</i> pozri <i>KÁRÁSZ, Pavol</i>	1	17
<i>RIEVAJOVÁ, Eva</i> : Nezamestnanosť v Slovenskej republike - jej vývoj a špecifiká	11	879
<i>RYZÁROVÁ, Silvia</i> : Päť rokov transformácie z pohľadu životnej úrovne domácností Slovenskej republiky	9	718
<i>SAKOVÁ, Zuzana</i> : Changes in Wage Structure and Differences in Determinants of Earnings, in 1984 and 1992 in the Czech and Slovak Republics	11	837
<i>STĚPN, Juraj</i> : Logistika a trendy v manažmente výroby	3	182
<i>STRIEŠKA, Lubomír</i> : Monopol výrobcu v podnikukach kartelizovaného obchodu	6	427
<i>SZARKOVÁ, Miroslava</i> : Miesto psychologických vied v riadení podniku	3	241
<i>ŠARMÍR, Eduard</i> : Institutional Restructuration of the Slovak Research and Development System	10	752
<i>ŠTANGA, Rudolf</i> : Úroveň výživy obyvateľstva na Slovensku a jej medzinárodná komparácia s krajinami Európskej únie	11	862
<i>ŠTJANOVÁ, Milota</i> pozri <i>MIKELKA, Eduard</i>	2	153
<i>ŠŮBERTOVÁ, Elena</i> : Pohľad na svetové družstevníctvo	3	229
<i>TKÁČOVÁ, Dagmar</i> : Prestavba bankovníctva na Slovensku	12	924
<i>UNČOVSKÝ, Ladislav</i> : Ekonometrické modely podnikov a odvetví	6	440
<i>UNČOVSKÝ, Ladislav</i> : Kamealistika vo vývoji ekonomického myslenia u nás	9	705

<i>VALACH, Vladimír: Adaptácia podnikovej sféry v transformujúcej sa ekonomike Slovenska</i>	10	801
<i>VAŇOVÁ, Anna: Marketing územia ako súčasť municipálnej a regionálnej politiky</i>	7-8	529
<i>VÁVRA, Viktor: Predslov</i>	7-8	503
<i>VIESTOVÁ, Kristína: Maloobchodná sieť a spotrebiteľ</i>	7-8	609
<i>ZAJAC, Štefan: Development of Innovation System in Slovakia</i>	10	734
<i>ŽÁRSKA, Elena: Význam lokálnej úrovne v ekonomickom rozvoji</i>	6	466

NEKROLÓG

Za Jánom Feriancom	12	967
--------------------------	----	-----

RECENZIE

BALÁŽ, P. a kol.: Medzinárodné podnikanie - <i>V. Gonda</i>	1	74
FELDERER, B. - HOMBURG, S.: Makroekonomika a nová makroekonomika - <i>V. Gonda</i>	2	176
GAŠPARÍKOVÁ, J. - BAKOŠ, V. - PILLAY, N. - PRINSLOO, C.: Methodological Challenges of Interdisciplinary Research in the Social Sciences - <i>J. Iša</i>	11	898
GONDA, V.: Monetárna teória (J. M. Keynes versus M. Friedman) - <i>Zora Komínková</i>	9	730
Kolektív: Proměny světové ekonomiky a Česká republika - <i>P. Baláž</i>	11	900
KUVÍKOVÁ, H. - MURGAŠ, M. - NEMEC, J.: Ekonomía zdravotníctva - <i>J. Benčo</i>	6	494
STERN, J.: Logistika v manažmente výroby - <i>K. Viestová</i>	11	896
ŠÍBL, D.: Európska únia: minulosť - prítomnosť - budúcnosť - <i>V. Gonda</i>	6	492
VIESTOVÁ, K.: Distribúcia, obchod, predajňa - <i>J. Brezník</i>	1	78

Z NOVEJ EKONOMICKEJ LITERATÚRY

ŠÚBERTOVÁ, E.: Úspešné podnikanie - <i>M. Szarková</i>	3	252
--	---	-----

SPRÁVY

Medzinárodná konferencia <i>Vývoj ekonomického myslenia na Slovensku</i> - (<i>V. Gonda</i>)	3	248
Odborný seminár z oblasti <i>finančnej politiky</i> - (<i>E. Neubauerová</i>)	6	497
Seminár o <i>transformácii výučby marketingu</i> na Obchodnej fakulte Ekonomickej univerzity v Bratislave - (<i>V. Vávro</i>)	11	903
Obsah 44. ročníka Ekonomického časopisu	12	969

Z OBSAHU budúceho čísla
EKONOMICKÉHO ČASOPISU

Ladislav ANDRÁŠIK:

Animated Selfcreative Economies

Peter PLAVČAN:

Transformácia financovania vysokého školstva
Slovenskej republiky v súčasných podmienkach
prechodu na trhové hospodárstvo

Vladimír BALÁŽ:

Regional Tourism Management in the Slovak
Republic

Marian MATUŠOVIČ:

Dlhopis - významný nástroj kapitálového trhu

EKONOMICKÝ ČASOPIS

ČASOPIS PRE EKONOMICKÚ TEÓRIU,
HOSPODÁRSKU POLITIKU, SPOLOČEN-
SKO-EKONOMICKÉ PROGNOZOVANIE

Ekonomický časopis prináša state, diskusné príspevky a analytické štúdie z oblasti ekonomickej teórie, hospodárskej politiky, podnikového manažmentu, teórie a metodológie spoločenskej prognózy a výsledky prognostických prác, peňažnej teórie a menovej politiky, bankovníctva, teórie financií, cien, ekonometrie, matematickej ekonómie, ekonomickej štatistiky, ekonomiky priemyslu, poľnohospodárstva a ostatných prierezových a odvetvových ekonomík, ako aj sociálneho rozvoja. Venuje pozornosť otázkam svetovej ekonomiky a vonkajších ekonomických vzťahov Slovenskej republiky. Zaoberá sa aj dejinami ekonomického myslenia a národného hospodárstva. Prináša profily významných slovenských a svetových ekonómov, recenzie teoretických prác a správy z vedeckého života.

JOURNAL FOR ECONOMIC THEORY, ECO-
NOMIC POLICY, SOCIAL AND ECONOMIC
FORECASTING

Ekonomický časopis brings out articles, discussions and analytical studies on economic theory, economic policy, management, theory and methodology of social forecasting and results of forecasting works, monetary theory and policy, banking, theory of finance, prices, econometrics, mathematical economics, economic statistics, industrial economics, agricultural economics, and other cross-sectional and branch problems, as well as on social development. It pays attention to problems of the world economy and the external economic relations of the Slovak Republic. It also deals with the history of economic thought and the national economy. It brings profiles of outstanding Slovak and world economists, reviews of theoretical works and reports on scientific life.

EKONOMICKÝ ČASOPIS

Ekonomického ústavu SAV
a Prognostického ústavu SAV,
ročník 44, 1996, č. 12.

- Vydáva Slovak Academic Press, spol. s r. o.
- Sadzba: EÚ SAV
- Tlač: Kníhtlačiareň Repro Print Bratislava.
- Registračné číslo 7021.

- Rozširuje, objednávky vrátane do zahraničia a predplatné prijíma SAP – Slovak Academic Press, spol. s r. o., P.O.Box 57, Nám. slobody 6, 810 05 Bratislava.

Podávanie novinových zásielok povolené RPP Bratislava, Pošta 12, 8. 8. 1994, č.j. 350-RPP/94.

Distributed by SAP – Slovak Academic Press Ltd., P.O.Box 57, Nám. slobody 6, 810 05 Bratislava, Slovak Republic.

Distribution rights are held by KUBON and SAGNER, P.O.B. 34 01 08, D-8000 München, Germany.

© SAP – Slovak Academic Press, spol. s r. o.
Bratislava 1996