

ODDELENIE MANAŽMENTU CHEMICKÝCH A POTRAVINÁRSKYCH TECHNOLOGIÍ
DEPARTMENT OF MANAGEMENT OF CHEMICAL AND FOOD TECHNOLOGIES
ÚSTAV MANAŽMENTU SLOVENSKEJ TECHNICKEJ UNIVERZITY V BRATISLAVE
INSTITUTE OF MANAGEMENT OF SLOVAK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY IN BRATISLAVA



02/2015
ROČNÍK VII

MANažment a EKOnomika podniku

JOURNAL OF CORPORATE MANAGEMENT AND ECONOMICS

Redakčná rada

Predseda: Doc. Ing. Irina Bondareva, CSc., ÚM STU, Bratislava

Podpredseda: Doc. Ing. František Lipták, DrSc., FaME UTB Zlín, ext. člen

Členovia:

SR

Prof. Ing. Július Alexy, CSc., EU Bratislava

Doc. Ing. Daniela Špírková, PhD., ÚM STU, Bratislava

Doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD., ÚM STU, Bratislava

Zahraničie

Prof. Ing. Valerij Afanasjev, DrSc., MGUDT, Moskva, RF

Prof. Ing. Irina Družinina, CSc., MGUDT, Moskva, RF

Prof. Ing. Ivan Gros, CSc., VŠCHT, Praha, ČR

Doc. Ing. Stanislava Grosová, CSc., VŠCHT, Praha, ČR

Doc. Ing. Aleš Hes, Ph.D., ČZU Praha, ČR

Doc. Ing. Alena Kocmanová, Ph.D., VUT Brno, ČR

Assoc. Prof. Dr. Jogaila Mačerinskas, Vilniuská univerzita, Vilnius, Litva

Doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D., Univerzita Pardubice, ČR

Prof. Ing. Petr Němeček, Ph.D., VUT Brno, ČR

Prof. Ing. Hana Lošťáková, Ph.D., Univerzita Pardubice, ČR

Prof. Anatolij Porokhovskiy, DrSc., Lomonosov Moscow State University, Moskva, RF

Prof. Viktor Ryazanov, DrSc., St. Petersburg State University, St. Petersburg, RF

Prof. Elena Shibanova-Roenko, Ph.D., UK Academy of Education, London, UK

Vedecká rada

Predseda: Doc. Ing. Elena Šúbertová, PhD., EU Bratislava

Členovia:

Prof. Ing. Edita Hekelová, PhD., SjF STU, Bratislava

Doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D., VUT Brno, ČR

Doc. Ing. Jana Kajanová, PhD., FM UK, Bratislava

Zodpovedný redaktor: Ing. Jana Plchová, PhD.

Grafická a redakčná úprava: Ing. Jakub Rečičár, PhD., Ing. Róbert Tomčík

Správca webovej stránky časopisu: Ing. Juraj Tomlain, PhD.

Číslo 2/2015 bolo redakčne spracované v mesiacoch október – december 2015

Adresa redakcie: OMCHaPT ÚM STU
Vazovova 5
812 43 Bratislava
e-mail: jana.plchova@stuba.sk



Časopis MANEKO vychádza v spolupráci so Slovenskou spoločnosťou priemyselnej chémie FCHPT STU v Bratislave pri ZSVTS (Zväz slovenských vedecko-technických spoločností)

OBSAH

Марина Альпидовская

К ВОПРОСУ О ФУНДАМЕНТАЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....143

Emmanuel Selase Asamoah – Frederick Doe

COMPETITIVENESS OF FIRMS THROUGH SERVICE QUALITY: AN EMPIRICAL
STUDY OF MOBILE TELECOMMUNICATION COMPANIES IN GHANA.....150

Irina Bondareva – Hana Janáková – Róbert Tomčík

ZNALOSTNÝ MANAŽMENT: HODNOTENIE FINANČNÉHO POTENCIÁLU
PODNIKU Z DLHODOBÉHO HĽADISKA.....166

Jozef Bucko – Martina Ferencová – Lukáš Kakalejčík

ANALÝZA FAKTOROV OVPLYVŇUJÚCICH NAKUPOVANIE PROSTRED-
NÍCTVOM INTERNETU.....177

P. Edirisinghe – A. Chamaru De Alwis

FACTORS INFLUENCE ON EMPLOYEE RETENTION IN A BULLIED
WORKPLACE: AN EMPIRICAL INVESTIGATION IN PRIVATE SECTOR
ORGANIZATIONS IN SRI LANKA.....186

Anna Harutová

VPLYV TRANSFEROVÉHO OCEŇOVANIA NA VÝSLEDOK PODNIKU.....198

Татьяна Ларина – Николай Заводчиков – Алёна Землянкина

СОСТОЯНИЕ ХЛЕБОПЕКАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА РОССИИ (ОБЩИЙ
АНАЛИЗ. СИСТЕМНЫЕ ПРОБЛЕМЫ. ВАРИАНТЫ РЕШЕНИЯ).....208

Martin Majdan

POISTENIE VEĽKÉHO RIZIKA NA ÚZEMÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY.....219

Milan Majerník – Štefan Majerník – Dušan Majerník

POTRAVINOVÁ BEZPEČNOSŤ KRAJINY – POHĽAD PODNIKU.....227

Milan Majerník – Anna Šutovská – Alena Vavrová

EKONOMICKÝ RAST VÝZVY PODNIKOV V POTRAVINÁRSKOM
PRIEMYSLE.....235

Анатолий Пороховский

МУДРОСТЬ И ЭНЕРГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ: ПРОВЕРЕНО
СТОЛЕТИЯМИ.....243

Елена Шибанова-Роевко

ВОЗМОЖНО ЛИ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ СИСТЕМАМИ
В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА БЕЗ ПОНИМАНИЯ, ЧТО ТАКОЕ
КРИЗИС?.....255

К ВОПРОСУ О ФУНДАМЕНТАЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

TO THE QUESTION OF FUNDAMENTAL NATURE OF ECONOMIC EDUCATION IN MODERN RUSSIA

Марина Альпидовская

Abstract

What is the situation in modern domestic economic higher education? The answer is very simple - the system of economic sciences still remains without political economy. Receiving quality economic education is possible only on the basis of studying of the economic science relating to those areas of knowledge which allow to get into an essence of the happening processes and to reveal their driving forces. The base of economic science is the political economy investigating internal regularities of economic events and allowing to develop mature economic and political thinking. That in general increases quality of preparation and experts, and managements. The solution of this task is equitable to national interests of modern Russia.

Purpose of the article consists in the short continual review of scientific regulatory thought, including presentation of the author's concept of a mode of the quality economic education.

Methodology/methods In research methods of the dialectics, comparative analysis and also receptions of the retrospective review and abstract analogy are used.

Scientific aim is represented the author through a prism of scientific understanding of theoretical limitation "economics" and its superficial descriptive character of the mechanism of functioning of the steady market economy in an acritical state which isn't explaining the deep structural reasons of instability of market economy.

Findings The base of economic science is the political economy. And receiving quality economic education is possible only on the basis of studying of the economic science relating to those areas of knowledge which allow to get into an essence of the happening processes and to reveal their driving forces.

Conclusions (limits, implications etc.) The modern western economic theory began to experience considerable difficulties in theoretical justification and development of ways of overcoming of the negative phenomena of modern market system on the basis of use of traditional macroeconomic regulators. Transition to the classical economic theory – political economy – difficult, but inevitable process. As the solution of this task is equitable to national interests of modern Russia.

Keywords: political economy, theoretical thought

JEL classification: A11, A12, A13

ВВЕДЕНИЕ

«Экономика как самостоятельная дисциплина включает в качестве главного содержания концепцию...которая не находит подтверждения в реальности...неудивительно, что государственная политика, следуя подобной теории, просто обречена на неудачу».

(А. Эйнхер, 2004)

В 2004 году Российский общественный совет по развитию образования (РОСПО), одобрил и направил Президенту РФ доклад о реструктуризации образования, отвергавший как нерентабельные три ключевых принципа советского образования – всеобщность, бесплатность и фундаментальность. Данный «совет» от ставшего влиятельным лоббистом Совета сильно скорректировал содержание школьных стандартов по математике, литературе и истории. В докладе с настойчивым уклоном в сторону роста финансирования обосновывались те действия чиновников от образования, которые ведут его к превращению в бизнес. В итоге образование, в том числе высшее экономическое, целых поколений на глазах вырождается в инструмент их ограбления и обращения в социальных калек по причине невозможности контроля со стороны населения (потребителей).

Каково же положение дел в современном экономическом высшем образовании России?

По глубокому убеждению автора статьи, ответ прост: здание экономических наук как выстроенная система уже долгие годы существует ... без фундамента, точнее – без политической экономии.

Эта наука – искусственно забытая многими экономистами почти до горизонта экономического знания, порой специально вычеркиваемая из перечня подходов к подготовке экономистов – не изучается ни на уровне бакалавров, ни магистров. Аспиранты подавляющего большинства научных экономических специальностей, как правило, также не удостоены тривиального ознакомления с азами политической экономии. Несмелые попытки реанимировать политическую экономию к образовательной «жизни» нередко сводятся к примитивному позиционированию её как науки о рыночном хозяйстве или к беспричинно радушному принятию ее понимания как «новой политической экономии», исследующей влияние политики и политического рынка на экономику.

Основной дисциплиной в учебных планах всех без исключения специальностей экономических факультетов российских вузов остаётся «экономика».

Здесь давайте заглянем правде в глаза: «экономика» совершенно не интересуют с содержательной точки зрения вопросы умеренного потребления и самодостаточного хозяйства; для нее весьма опасны с идеологической точки зрения закономерности, цели и смысл накопления богатства; указанная наука игнорирует сложные и противоречивые вопросы социально-экономических отношений в современной рыночной экономике [Политическая экономия, etc., 2009].

В совокупности экономическое образование, натужно и искусственно «освобожденное» от политической экономии, далее проецируется на прикладные аспекты деловой жизни россиян и бизнеса, протекающие в условиях последствий и новых волн глобального экономического системного кризиса. Провалы в осуществлении рыночных преобразований в большинстве постсоциалистических стран и реформационная экономическая политика, опирающаяся на далёкие от практики рекомендации «mainstream», свидетельствуют о теоретической ограниченности

«экономикс». К тому же её поверхностный описательный характер механизма функционирования устойчивого рыночного хозяйства в бескризисном состоянии не объясняет глубинные структурные причины неустойчивости рыночной экономики.

1 ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЯ КАК ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО РЕШЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Современный представитель кембриджской школы Дж. Ходжсон в своём труде «Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории» отмечает, что «состояние экономической теории как науки остаётся плачевным, несмотря на нескончаемый поток публикаций после Второй мировой войны» [Чечелева, 2010]. Главное обвинение, выдвигаемое против экономической теории, заключается в том, «...что в рамках основного направления теоретической мысли не удаётся убедительно объяснить многие экономические явления и выработать политические рекомендации, позволяющие явным образом решить насущные экономические проблемы» [Чечелева, 2010].

Действительно, западная экономическая теория, развивающаяся в русле двух доминирующих экономических доктрин – неоклассической и неокейнсианской – стала испытывать значительные трудности в теоретическом обосновании и разработке путей преодоления негативных явлений современной рыночной системы на основе использования традиционных макроэкономических регуляторов, предусматривающих применение инструментов денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики.

Радикальные экономические и политические изменения, происходящие в Российской Федерации последние 25 лет, а также современный глобальный системный экономический кризис, требуют кардинального изменения организации учебного процесса. Речь идёт о формировании модели образования, позволяющей применять широкие знания к объективному анализу современных социально-экономических проблем. Эта задача стоит и применительно к преподаванию, прежде всего, экономических дисциплин. В рамках экономического знания прогрессирует плюрализм взглядов и позиций, как отдельных учёных, так и школ, и направлений. В таких условиях необходимо наличие некой общей теоретико-методологической экономической науки.

Такой наукой в период существования СССР являлась марксистско-ленинская политическая экономия, формировавшая у студентов фундаментальные знания о закономерностях функционирования и тенденциях развития экономических отношений, формах проявления этих отношений, способах и средствах их исследования. С началом «перестройки» и переходом экономики нашей страны на «рыночные рельсы» советская экономическая наука уже не могла выполнять функцию общей экономической теории, так как перестала соответствовать существующим идеологическим стандартам. Неудовлетворенные марксистской политической экономией, которая на тот момент оказалась в кризисе, многие ученые стали следовать западным образцам экономической науки.

В своё время в западной экономической науке переход от классической политической экономии к «экономикс» стал своеобразным выражением отказа от экономической науки, торжеством капиталистической практики над экономической теорией, более откровенным подчинением университетского образования идеологизированным целям высшей капиталистической элиты [Каратаев, 1966]. Под

своим новым названием западная политическая экономия стремилась уйти в сторону от проблем, поставленных перед ней марксистской экономической наукой.

Но «экономикс», как оказалось, не может отразить всех особенностей современной экономики. В конечном итоге перед учеными встал вопрос: что преподавать в качестве экономической теории?

И этот вопрос не может остаться без внимания. Ведь из него следуют, как минимум, три вывода практического характера.

Во-первых, отпала необходимость учить студентов российских вузов исключительно идеологизированному курсу «чистой» теории, исключая реальность, факты, а также самих хозяйствующих в социально-экономической системе субъектов с их экономическими интересами. Под требованием «чистой» науки скрывается отказ от политической экономии, от решения основных проблем экономического развития общества, от анализа капиталистического способа производства. Переход к идеологизированной науке означал отказ от теории, то есть опять-таки от политической экономии.

Во-вторых, современная рыночная экономика по своей сути является капиталистической. Известный американский экономист Дж. Гэлбрейт в одной из своих работ отмечает, что «...словосочетание «рыночная система» смысла не имеет, оно ложно, невыразительно и шатко. Оно возникло из желания защититься от ассоциаций, связанных с непривлекательным прошлым капиталистической власти и наследием Маркса, Энгельса и их верных и красноречивых последователей» [Пешехонов, 1989]. Действительные же знания о категориях, законах, механизмах функционирования этой системы даёт классическая политическая экономия. Исторический и комплексный подход, свойственный политико-экономическому анализу, направлен на обеспечение более широкого взгляда на экономику. Соответственно, более глубоко раскрывается содержание экономических категорий, отражающее кумулятивный характер общественного прогресса. Это результат объективного исследования социально-экономических отношений за весь период развития капитализма, оставленный нам Смитом, Рикардо, Петти, Марксом и последующими учёными, сумевшими без политико-идеологических пристрастий исследовать новые социально-экономические явления в жизни общества.

В-третьих, по оценке выпускников российских вузов экономические знания по курсу «чистой» теории («экономикс») оказались практически невостребованными и не достаточными не только для продолжения образования в аспирантуре, но и в элементарном понимании того, что происходит в стране и в мире. Весьма специфичны негативные примеры «научной новизны», полученные соискателями кандидатских и докторских степеней на основе «чистой» (маржинальной) теории. Их научные исследования несколько апологетичны и зачастую наполнены лишь описанием поверхностных отношений производства и обмена, присущих рыночной экономике [Альпидовская, 2012].

2 ОТ «ЭКОНОМИКС» – К ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ

Возвращаясь в учебном процессе к классической политической экономии как фундаментальной основе экономической науки, мы тем самым устраняем «пропасть» между её теорией, существующей в некоторых вузах в виде формальной маржиналистской доктрины, и экономической наукой, призванной объективно исследовать реальность и пополнять сам фундамент науки – теорию.

По признанию отечественных и западных специалистов наиболее консервативной структурой в преодолении кризиса в современной экономической науке, экономической теории и учебных программах выступает преподавательское сообщество. Объяснение этому заключается в формальном характере знаний «чистой» теории, которые не нуждаются в обновлении, привлечении фактов, действительных достижений в экономической науке, самостоятельной исследовательской работы, ежегодного обновления лекций и т.п.

Да и является ли «экономикс» наукой? Можно ли «экономикс» назвать наукой?

Такие вопросы возникают, прежде всего, у самих апологетов «чистой» теории, носящих учёное звание профессора и активно работающих в образовательной сфере. Они сами признают, что ответ может быть дан лишь на методологических основах. Однако порок состоит в том, что в «экономикс» отсутствует научная методология. Добавим весьма характерное и, конечно, известное заявление П. Самуэльсона о том, что «экономикс» находится на полпути между искусством и наукой. Иначе говоря, и до науки не дошёл и искусством не стал. И еще. В книге выдающегося экономиста Й. Шумпетера «История экономического анализа», вопросительная форма специального раздела, названного «Является ли экономика наукой?», выражает сомнение в возможности включить «экономикс» в систему современных наук. А за основной признак науки исследователь принимает наличие технических приёмов и методов.

Но основные трудности и наиболее занятные разногласия возникают при определении предмета «экономикс». Отказ экономистов XX века от наследия политэкономии, стремившейся установить объективные экономические законы капиталистического хозяйства, привёл их к несостоятельности при определении предмета их новой дисциплины. В результате авторы учебников по «чистой» теории лишь «скользят по поверхности» социально-экономических производственных отношений, а основное внимание сосредоточивают или на всеобщих, по их мнению, технико-организационных принципах производства, или на анализе отдельных сторон «деловой жизни».

В противовес «экономикс» классическая политэкономическая наука стоит на твёрдых, научно проверенных методологических основах и по сей день совершает своё развитие, имея полную ясность в отношении предмета, цели и методов исследования.

Предметом изучения политической экономии являются производственные отношения, свойственные различным, исторически сменяющим друг друга способам производства, объективно действующие экономические законы. Реальной формой проявления производственных отношений становятся экономические интересы субъектов хозяйствования, без познания сути которых невозможно понимание роли и места человека в социально-экономической жизни, генезиса и эволюции рыночного хозяйства, особенностей современной рыночной экономики.

Ряд российских вузов не отказались от преподавания классической политической экономии капитализма и сохранили прежнее количество учебных часов. Тем не менее, кафедры экономической теории большинства вузов РФ «твёрдо» отстаивают прежний, уже устаревший курс учебных программ. По мнению автора статьи, тем самым оказывает влияние ряд факторов, как-то: признание за учением К. Маркса вины в виде неудачной модели социализма в России; чрезмерные симпатии к Западу; недалёковидность и недопонимание идеологизированного характера «экономикс» и т.д.

Между тем в России уже произошло понимание практической важности политэкономической проблемы и сделаны конкретные шаги к её разрешению. Опубликование открытого письма к Министру образования РФ большой группы

учёных-экономистов и преподавателей экономической теории, широкая дискуссия по этой проблеме, освещённая на страницах журнала «Российский экономический журнал» за 2001-2003 гг., «заставили» министерство образования РФ признать неприемлемость сведения преподавания в вузах страны исключительно к «экономикс» и вернуться к классической политической экономии. Также важным практическим результатом в решении указанных проблем является включение в паспорт научных специальностей ВАК РФ политической экономии.

В США, Великобритании, Германии, Франции нескольким вузам отводится место престижных учебных заведений, готовящих специалистов с высококачественным, государственно значимым дипломом, т.е. элиту. В этих вузах используется четыре вида (формы) теоретической экономической науки: 1) формальные или «чистые» теории; 2) эмпирические теории; 3) политическая экономия, сбор данных и разработка экономической политики; 4) история экономической мысли и методология исследований [Абалкин, 1994].

Если ведущие отечественные университеты стремятся остаться в числе самых престижных для российских и зарубежных абитуриентов, предоставляющих высококачественные образовательные услуги (выражаясь рыночным языком), выпускающих специалистов с высоким уровнем экономических знаний и дипломом, обладатель которого будет востребован в любой сфере занятости, то опыт стран Запада будет весьма полезен.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Является ли базовая во всех экономических вузах экономическая дисциплина «экономикс» поистине фундаментальной? Возможно ли назвать её наукой, или идеологией, или философией?

На эти вопросы сложно ответить профессорам, читающим лекции по «экономикс» в университетах и колледжах. Все они признают, что ответ может быть дан лишь на методологических основах. Однако знаниевые дефекты и профессиональное несовершенство современных экономистов состоит в том, что в них отсутствует научная методология.

Получение качественного экономического образования возможно лишь на основе изучения экономической науки, относящейся к тем областям знания, которые позволяют проникнуть в суть происходящих процессов и выявить их движущие силы. Фундаментом экономической науки является политическая экономия, исследующая внутренние закономерности экономических явлений и позволяющая вырабатывать зрелое экономическое и политическое мышление. Такое видение в целом повышает качество подготовки и специалистов, и управления. Решение этой задачи отвечает национальным интересам современной России.

Возникла насущная и осознанная необходимость «возрождения из пепла», как птицы Феникс, фундаментальной экономической науки – политической экономии. Поскольку философская категория «необходимость» представляет собой такую связь явлений, которая при наличии определённых условий обязательно наступает. История человеческого общества убедительно подтверждает это утверждение. Экономическая наука исключением в данном случае не является.

ЛИТЕРАТУРА

- Альпидовская М.Л. Политическая экономия как метафизическая основа нового экономического мышления // Социально-экономические и финансовые механизмы обеспечения инновационного развития экономики: тезисы докл. III Междунар. Науч.-практ. Конф. (г. Минск, Республика Беларусь, 20-21 сент. 2012 г.) / редкол.: И.И. Кукурудза [и др.]. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2012.
- Абалкин Л.И. О национально-государственных интересах России // Вопросы экономики. – 1994. - №2. – С. 4-16.
- Каратаев В.В. Есоnomics – буржуазная политэкономия. – М.: Издательство «Наука», 1966.
- Пешехонов В.А. Введение в политическую экономию. Учеб, пособие. – Л.: Издательство Ленинградского университета, 1989.
- Политическая экономия как экономическая философия [Текст]: учебное пособие для студентов всех специальностей / Государственный университет управления, Кафедра политической экономии. – М.: ГУУ, 2009.
- Эйхнер А. Почему экономикс ещё не наука? // Теория капитала и экономического роста: Учебное пособие / Под ред. С.С. Дзарасова. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – С.342.
- Экономическая теория: Полный курс: Учебник / Под ред. Т.В. Чечелевой. Изд. 2-е, перераб, и доп. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.

Author:

Ph.D. of Economics, Marina Alpidovskaya, professor
Department «Economics»,
Finance University under the Government of the Russian
Federation
Tel.: +7(499)3673094 (Moscow, Russia)
morskaya67@bk.ru

Reviewers:

prof. Elena Shibanova-Roenko, PhD.
doc. Ing. Sergej Radko, DrSc.

COMPETITIVENESS OF FIRMS THROUGH SERVICE QUALITY: AN EMPIRICAL STUDY OF MOBILE TELECOMMUNICATION COMPANIES IN GHANA

Emmanuel Selase Asamoah – Frederick Doe

Abstract

Purpose of the article Service quality is of utmost importance to firm competitiveness in the global business environment. In the telecommunication industry in particular, quality is imperative because of the upsurge in knowledgeable and demanding customers occasioned by developments in information technology. The purpose of this study is to measure service quality among mobile telecommunication companies and how it contributes to the competitiveness of firms.

Methodology/methods The study uses the SERVQUAL (tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy) model as the instrument with two additional dimensions namely: network quality and competitive advantage. The components of the SERVQUAL model and the two additional dimensions were used as independent variables. A semi-structured questionnaire was used in the collection of data. Data was collected from business graduate and undergraduate students in 20 leading universities in Ghana. The confirmatory factor analysis as well as the multivariate analysis of variance (MANOVA) was used in the analysis of data.

Scientific aim The scientific aim is based on the continuous debate on service quality requires the measurement of the concept for firms to adequately inculcate it into their strategy to deliver value to customers and stay competitive. There is a need to measure service quality is because, it can identify the problems and the solutions leading to better performance, which can then increase market share of the company and profits in the short and long-term.

Findings From the analysis, it was found that, there was significant differences in the perception of customers on the overall service quality of the various mobile telecommunication companies. The two other dimensions also showed significant results. The study found a significant difference between male and female mobile phone subscribers with regards to the various quality dimensions.

Conclusions (limits, implications etc.) It is concluded that there are differences between customers' preferences in almost all the dimensions of quality. This means that the respondents had a good understanding and appreciation of issues of quality within the mobile telecommunication industry.

Keywords: Mobile phone, Service quality, Mobile telecommunication, SERVQUAL, Competitiveness

JEL Classification: M00, M31

INTRODUCTION

The fast growing business environment requires firms to deliver high quality service to stay competitive. Service quality has become essential for firms irrespective of the industry they operate mainly because it is a key factor in business competitiveness. Service quality is essential for firms irrespective of the level of development of the country in which they operate (Ambastha, and Momaya, 2011). As the service continues to grow, it is expected that the debate on service quality will continue to be relevant among firms and customers. The continuous debate on service quality requires the measurement of the concept for firms to adequately inculcate it into their strategy to deliver value to customers and stay competitive (Negi and Ketema, 2013). The measurement of service quality is important mainly because, it can identify the problems and the solutions leading to better performance, which can then increase market share of the company and profits in the short and long-term (Jabnoun and Azaddin, 2005). Therefore there is a need for a comprehensive study to measure the service quality among service based industries.

In Ghana firms can be classified into three broad categories comprising of those which are service-based or product-based or service-dependent (Dedeke, 2003). For those firms that are product-based, quality is not a strange bedfellow due to stringent national and international quality standards. Also, quality is or can be an objectively measured tangible nature of the product features. However, for service firms, quality tends to be a loose construct that is loosely applied (Yang and Chen, 2000). However, in order to ensure that consumers get value for money, the understanding and application of quality measures undertaken by telecommunication firms needs to be investigated first to inform decision and policy-makers and various other consumer watch-dogs who have stakeholder interests in ensuring that telecommunication firms do not look only at the bottom line to the disadvantage of the consumer (Dedeke, 2003). This study will strengthen management capacity in quality assurance so as to satisfy stakeholder expectations and to build competitive advantages.

This study focuses on the mobile telecommunication industry because; it is one of the fastest growing industries in Ghana currently. The telecommunication sector is one of the most important sectors of an economy, and high quality service in the industry can lead to growth and long-term development of any country (VanDerWal et al., 2002). Mobile communication is emerging as the fastest growing area in telecommunications (Wang, Lo, Po Hing, and Yang, 2004). The growth in the industry is partly attributable to the increase in the number of people in the middle class and the relatively low cost in mobile handset and the SIM card (Dedeke, 2003). Currently, there are 6 players in the industry namely MTN, TIGO, AIRTEL, GLO, VODAFONE and EXPRESSO (National Communications Authority (n.d)). The table below provides the market share of each of the players in the industry.

Table 1: Market Share of Mobile Telecommunication Operators in Ghana

Telecom Operator	Subscriber Base	Market Share (%)
MTN	13,478,525	44.94
TIGO	4,056,322	13.53
AIRTEL	3,742,970	13.06
GLO	1,465,829	4.89
VODAFONE	7,128,764	23.04
EXPRESSO	118,171	0.54

Source: National Communications Authority (n.d)

While the mobile telecommunication industry is growing in terms of subscriber base, there have been complaints by existing customers of the poor quality of service by the service providers. However, firms in the industry are constantly investing in advertising and other marketing related activities to get more people into their fold. Though service quality appears to be a significant part of the firms' competitiveness, it has been neglected and efforts are rather being put into marketing and social responsibility activities. This study therefore focuses on the measurement of service quality of mobile telecommunication companies and how it can contribute to the firms' competitiveness. The general agreement among researchers in the field is that service quality is a multidimensional phenomenon (Cronin and Taylor, 1992). However, the conceptualization in the best possible manner for the firms' competitiveness is still a debatable issue (Parasuraman *et al.* 1994; Teas, 1994). This study makes use of the SERVQUAL model with an addition of two other dimensions.

1 OBJECTIVE OF THE STUDY

The main objective of this study is to identify the performance of telecommunication firms at the competitive level and to understand how they are able to compete through quality of service delivery. The study further explores the relevance of service quality to firm competitiveness as well as the approaches and perspectives on service quality among the mobile telecommunication firms in Ghana.

2 SERVICE QUALITY

Service quality has been on the research plate for many generations. It never goes away because of its significance to firm competitiveness and performance and ultimately on profitability. Yang and Chen (2000) confirm this in their work stating that the level of service quality has lasting influence on a firm's market share and profitability and can be the difference between success and failure. This corroborates the finding of Moore (1987) who found that service quality is essential and it is a major contributory factor to the long term competitive advantage for firms. This is mainly because, when faced with a competitive market, the firm's ability to outperform is determined by its ability to provide service quality that exceeds customer expectation. In the view of Edvardsson *et al.* (1994), the management of service quality depends on being able to find the right balance between technique and methods that are used in making improvement in the organization's systems, staff attitudes, behaviour, and service culture.

There are many instruments that have been developed to measure quality of service. However, the SERVQUAL model developed by Parasuraman, Zeithamal, and Berry (1985), and subsequently refined in 1988, 1991, 1993 and 1994 (Parasuraman *et al.* 1988, 1991, 1993, 1994), is one of the most recognized and widely used instruments for measuring quality of service. It has since been used to measure service quality in many sectors and in particular the telecommunication industry. The dimensions of SERVQUAL include *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* and *tangibles* (Parasuraman *et al.*, 1988). *Reliability* refers to the capability of a firm to deliver on its guaranteed services in a way that is precise and reliable. *Responsiveness* relates to staff disposition towards providing customers with the service they need in alacrity. *Assurance* means the level of knowledge of their product offering combined with courteousness which engenders confidence and trust in the customer. *Empathy* refers to the individualization of the responsiveness to customers. *Tangibles* relate to the physical attributes of the staff, equipment, dossier and facilities of the service provider.

SERVQUAL has however, been criticized for being unable to explain the variation in service quality fully.

Critics of SERVQUAL such as Cronin and Taylor (1992, 1994) have therefore proposed the use of SERVPERF which makes use of performance-based service quality measures. A third but by no means the last concept of quality measurement ‘the *fulfilment-oriented* construct has been proposed by Dedeke (2003). Dedeke (2003) fulfilment-oriented construct attempts to fill the gaps that have been created by previous constructs ‘SERVQUAL’ and ‘SERVPERF’ both of which delimit quality as a long-term attitude which at best are suitable for describing experiences of extreme events whereas service experience and satisfaction are themselves momentary. It argues therefore that quality, from the fulfilment-oriented perspective, should be defined as the “capacity to meet and exceed the results that the provider and the customer mutually defined and embraced at the beginning of a service encounter” (p278) since the measurement of quality as a long-term does not specify “how long”.

In spite of the criticisms levelled at the SERVQUAL model, some authors have tested the SERVQUAL dimensions and found it to be reliable. A study conducted with 630 travellers in four restaurants found that the SERVQUAL model provides satisfactory levels of reliability (Heung and Qu Hailin, 2000).and it is a consistent and reliable scale for the measurement of quality of service (Lam, 1995). The SERVQUAL model has been adopted and used in many service sectors by several researchers to undertake studies on air travellers (Choi and Chu, 2000; Babakus and Boler, 1992), service quality of hospitals in terms of patients' perceptions Lam, 1997and Zaim et al.,2010), service quality of insurance companies (Kuo, 2010), banking services industry (Angur et al.,1999 and Kumar et al., 2010), service quality of private universities in Bangladesh (Chowdhury et al. 2010); service quality of higher education institutes in United Kingdom (Smith et al. 2007) and service quality of the restaurant industry of Pakistan (Shaikh, 2009). Other studies have been made with and in defense of all these approaches to service quality measurement and have shown that irrespective of the model used, the conclusions have been the same, i.e. service quality has impact on a firm's competitiveness. Lai; Hutchinson; Li and Bai (2007) therefore used the competitive gap analysis which is the “perception of the focal company X -less the perception of the primary competitor Y” (Lai; Hutchinson; Li and Bai, 2007, pp 17) as a useful tool for comparing the service quality between firms. For the telecommunication industry in particular, several studies of service quality have been done with varied findings.

In the study conducted in Canada on the telecoms industry, Jeng and Bailey (2012) found that customer service quality played a more significant role in influencing other criteria of customer retention. The customer experience represented a critical gap that competitors could capitalize on and gain an advantage over the others. In the study on call centre service quality, Gilmore (2001) found that agents were dissatisfied with their own performance in terms of quality delivery. This was reflected in the frequent call backs the call centre agents received following poor prior delivery or insufficient information relayed to customers. Gilmore (2001)'s study also found that intangible aspects of call centre service such as individualized customer service were grossly ignored leading to agents inability to provide comprehensive and one-off solutions and information to customer enquiries. Managing the intangibles has been proposed as crucial in properly defining service quality effectively. In Greece, four out of six service quality dimensions measured were found to have positive statistically significant effects on loyalty in the Greek mobile telephony service sector (Santouridis and Trivellas, 2010). The network quality dimension was also found to have positive effect on loyalty.

In China, convenience measures were used in addition to the traditional five dimensions service quality measurement provided in the traditional SERVQUAL tool to measure service quality and it was found out that 'convenience' of access to business office, convenience in changing service options and in bill payment were critical in shaping customer perception of service quality in the mobile communication services thus snowballing on customer (Lai; Hutchinson; Li and Bai, 2007). In addition to the customer service experience, Rahman and Aziz (2014) have investigated the relationship between technical and functional quality on behavioural intentions in broadband services selection in Klang Valley in Malaysia. They categorized technical quality as embracing 'competence', 'reliability', 'responsiveness' and 'security' while functional quality was measured in terms of accessibility, communication and courtesy factors using SERVQUAL items. Their research found out that out of three observed variables, technical and functional quality were the most influential on customer's buying decisions thereby confirming the findings of previous researchers.

In spite of the espoused value of quality management in enhance a firm's competitiveness, many service firms still toy with issues of quality or simply do not know its value or both. Dale et al., (2001) postulate that there could be three main reasons for this lethargic attitude to quality among service providers:

- Cash flow is unhindered "with little lag between the service undertaken and incoming monies" (p 7)
- The company might already be cash rich leading to an apathy towards quality.
- The level of competition faced by these firms is not serious

3 COMPETITIVENESS OF FIRMS

Research conducted by the International Telecommunication Union (ITU) (2009, 2010) indicates that by the end of 2010, there were as many as 5.3 billion mobile phone subscribers across the globe with subscribers in the developing world rising in number from 22.9 percent in 2005 to 67.6 percent in 2010 (ITU, 2010). With the increase in users has come an increase in mobile telecommunication firms globally and locally. In Ghana, mobile telecommunication firms increased from 2 in early 2000s to 5 in 2008. This is evidence that the power of the buyer is getting stronger. Previously, it was difficult to change one's service provider due to high switching cost (including the possibility of changing one's handset and buying another chip at an expensive price).

However, the trend has changed with the introduction of number portability. The dynamics of the external environment has therefore made it incumbent upon telecommunication firms to adopt or change their business models into models that embrace quality in order to be able to navigate through and gain a competitive edge within their markets. Competitiveness has been said to be multi-dimensional and a relative concept (Ambastha and Momaya, 2011) It refers to a firm's capacity to develop, produce and or market goods or services that are superior to those of their competitors through pricing and other qualities (D'Cruz, 1992) At the firm level, competitiveness embraces a combination of assets and processes (DC, 2001) Other perspectives on competitiveness view competitiveness as factor of internal elements such as firm strategy, competencies, capacity to innovate, tangible and intangibles which are amalgamated for firm's competitive success (Bartlett and Ghoshal, 1989; Hamel and Prahalad, 1989)

4 SERVICE QUALITY AND THE FIRMS' COMPETITIVENESS

Service quality plays a significant role in a firm's competitiveness. A firm must provide higher value and satisfaction to customers through operationally efficient, cost effective and quality-inclined processes and activities (Johnson, 1992). In that respect, competitiveness must result from a coordination of strategic management, human resource management and operations management processes (Ambastha and Momaya, 2011). Firms compete on various levels. In recent times, a key point in competition has been at the level of loyalty. Loyalty is a crucial factor in competitiveness due to its marked impact on profitability. Reichheld (2003) surmises that a firm can achieve up to 60 per cent increase in profit through a 5 percent reduction in customer portability and it is six times more expensive to attract new customers than retain existing ones (Rosenberg and Czepiel, 1984; Hogan et al., 2003). Many different types of loyalty have been identified such as forced loyalty, loyalty out of inertia and functional loyalty (Kuusik and Varblane, 2009). The most lasting loyalty is the functional loyalty which is a factor of, quality and usage convenience among others. To achieve effective customer loyalty therefore, a firm needs to shore up on its service quality (Chadha and Kapoor, 2009; Khatibi et al., 2000).

The American Customer Satisfaction Index (ACSI) proposes three antecedents of loyalty which are perceived quality, perceived value and customer expectations (Andreson and Fornell, 2000). Following this index, Negi et al., (2013), Kuusik and Varblane, (2009), Santourdis and Trivellas (2010) and Aydin and Ozer. (2005) all set out to investigate the effect of service quality on customer loyalty in Ethiopian, Estonian, Greek and Turkish telecommunication industries respectively and found that service quality had a significant influence on customer satisfaction and consequently on loyalty although in Kuusik and Varblane, (2009), loyalty was more particularly influenced by four factors with customer satisfaction being only one of the variable factors and was derived as a weighted average of customers' perspectives on the variables of satisfaction. In Leisen and Vance (2001), it was found that although there were significant differences between USA and Germany telecommunications industry in relation to particular service quality dimension, service quality was generally critically for overall customer satisfaction with telecommunication services (Tung, 2010). Inability of firms to provide satisfaction to their clients can result in them losing business to global competitors (Leisen and Vance, 2001).

5 METHODOLOGY

In this study, the original 5 dimension of SERVQUAL namely: tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy were adopted and used. The SERVQUAL model was adopted and used in the measurement of service quality because it is well-established and has been validated in a number of studies in different countries. However, there were some extensions to this scale as two other dimensions were introduced. The other dimensions are network quality and competitive advantage which are relevant to the mobile telecommunication industry as suggested by authors like Johnson and Sirikit (2002), Wang *et al.* (2004), and Pezeshki *et al.* (2009).

In a study by Wang et al. (2004) it was found that the quality of mobile network is one of the most important factors associated with the quality of service in mobile communication. Pezeshki *et al.* (2009) affirmed the study by Wang et al. (2004) when they found in their study that service quality and network performance are the major strengths of a mobile communication firm and a source of customer satisfaction. Beside the quality of the service, mobile phone companies can also achieve higher profitability and superior performance than

others when they endeavour to provide their customers with a certain competitive advantage (Johnson and Sirikit, 2002). Consequently, the seven dimension used are indicated in the table below, together with the descriptions. The seven dimensions were used as the independent variable to determine how the dependent variable, thus, service quality responds to it.

Table 2: Dimensions of service quality

Variable	Description
Tangibility	Physical facilities, equipment, employees' dress, and communication material.
Reliability	ability to perform promised services accurately and sincerely
Responsiveness	Willingness to help customers and to provide prompt services.
Assurance	Knowledge and courtesy of the employee and their ability to inspire trust and confidence.
Empathy	Individualized attention of the firm to its customers
Network Quality	Strength of the network and call quality
Competitive Advantage	Provision of better price, services, and promotions than its competitors

Source: Authors compilation

This study focuses on the mobile telecommunication sector in Ghana. A five-point Likert scale was used for the design of the questionnaire. The scale ranged from 1 to 5 where 1 represents strongly disagreed and 5 represents strongly agree. The content of the questionnaire reflected the components of the seven dimensions of service quality. The first five dimensions used on the questionnaire were adopted from the original SERVQUAL model, while two others namely "network quality" and "competitive advantage" were included based on the literature review and the specific requirements of quality within the mobile telecommunication industry. From the literature reviewed within the telecommunication industry, it was found that network quality was key in the determination of quality of service (Wang *et al.*, 2004). The concept of competitive advantages was included based on the works by Johnson and Sirikit (2002) as a measure of competitiveness of firms in the telecommunication industry. The Statistical Product and Service Solutions (SPSS) software version 21 was used for the analysis of the data.

The samples were mainly graduate and undergraduate students drawn from 20 universities in Ghana. These groups represent the large and growing market for mobile telecommunication firms. Also they are main users of mobile services and they possess the depth of knowledge to understand the variables of service quality measurement as it applies to them. These students therefore had a good understanding and appreciation of the issues of service quality within the mobile telecommunication industry. The choice of population is complemented by Colwell *et al.* (2008) who also selected the college students to study the convenience of service personal cellular phone and internet usage. The target sample for the study was 1000 students formed. Out of the 1000 questionnaire distributed to the target sample, 826 were returned. This represented a response rate of 82.6%. The table below provides the sample distribution and characteristics of the respondents.

Table 3: Sample distribution and characteristics of the respondents

Variable	Frequency	Percentage (%)
Gender		
Male	428	51.8
Female	398	48.2
Education		
Undergraduate	680	82.3
Graduate	146	17.7
Age (Years)		
18-25	524	63.4
26-30	197	23.8
30-36	67	8.1
Above 36	38	4.6
Primary Mobile Operator		
MTN	213	25.78
TIGO	162	19.6
AIRTEL	170	20.58
GLO	144	17.4
VODAFONE	132	15.98
ESPRESSO	5	0.6
Duration of Service		
< 1 year	112	13.559
1-5 years	514	62.22
6-10 years	156	18.886
> 11 years	44	5.32

Source: Survey data analysis, 2015

From the table above, it is seen that 53.6% of respondents were male and 46.4% were females. Also, a total of 81.5% were students at the ungraduated level while 18.5% were students at the graduate level. It was also found that 80.3% of the respondents were between the ages of 18 to 25 years.

6 DATA ANALYSIS, RESULTS AND DISCUSSIONS

In order to determine the reliability of the SERVQUAL data collection instrument, the Cronbach's alpha coefficients were computed. A reliability test was conducted using the Cronbach's alpha. The overall reliability recorded for the study is 0.89, which is an indication of a high reliability factor. As shown in Table 3, the Cronbach's alpha coefficients for each dimension ranges from 0.53 to 0.82. Only one dimension (Tangible) showed relatively less than the cut-off value of 0.70 as suggested in the literature (Nunnally and Bernstein, 1994). All other dimensions showed high internal consistency and reliability while the new factor of Competitive Advantage showed high levels of reliability with Cronbach's coefficients of 0.82. The Network Quality dimension showed an average reliability with the alpha coefficient of 0.72.

Table 4: Cronbach's alpha reliability coefficients

Dimension	Number of Items	Alpha coefficients for dimensions
Tangibles	4	0.53
Reliability	4	0.74
Responsiveness	4	0.78
Assurance	4	0.72
Empathy	4	0.70
Network Quality	2	0.72
Competitive Advantages	4	0.82
Total scale reliability		0.89

Source: Survey data analysis, 2015

Furthermore, using the Bartlett's test of sphericity and the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure, the adequacy of the sample was computed. According to Bartlett (1950), the test of sphericity evaluates the probability that the correlation matrix originates from a population of variables that are independent. The results are shown in the table 5 below.

Table 5: Bartlett's test of sphericity and the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.828
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6530.295
	Df	319
	Sig.	0.002

Source: Survey data analysis, 2015

The results of the test indicated that a level of significance of 0.002, indicating that the data collected is appropriate for this study. Also, when the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy (MSA) was also computed, it was found that for the correlation matrix as a whole, the MSA recorded is 0.828. According to Kaiser and Rice (1974), the MSA recorded is highly reliable.

The multivariate analysis of variance test (MANOVA) was conducted to test the significant differences between means of service dimensions and the demographic variables of respondents. The MANOVA is used to test if there is any significant differences between independent and dependent variables. The MANOVA statistical method enables the researcher to ascertain the combined effect of the independent variables on all the dependent variables. On the other hand, the ANOVA is only used when a researcher wants to ascertain the level of significance between a single dependent and independent variables. Using the Hotelling's T2 test, it was revealed that there is significant result thus, $P < 0.05$. This means that there is a significant difference of means of the independent variables (gender, education, and mobile operator) and all of the dependent variables.

Table 6 indicates the relationship between education level and the factors of service quality. From the analysis, it was found that the following variables were significant. They include reliability, assurance, and empathy, while the other variables were not significant.

Table 6: MANOVA Test of Education

Source	Dependent variable	Mean		F	Sig.
		Undergraduate	Graduate		
Education	Tangible	3.519	3.409	0.001	0.810
	Reliability	3.133	2.740	7.225	0.004
	Responsiveness	2.652	2.434	4.442	0.210
	Assurance	3.243	3.040	11.405	0.000
	Empathy	3.120	2.640	24.743	0.006
	Network	3.435	3.432	0.006	0.829
	Competitive Advantages	2.825	2.804	0.213	0.501
	Time Convenience	3.400	3.412	0.169	0.540
Hotelling's T2 Value= 0.043 F =3.949 Error df= 552.000 Sig. = 0.001					

Source: Survey data analysis, 2015

From table 7, with regards to the demographic variable, thus gender, it was found that with the exception of assurance and network quality, there is a significant difference between males and females regarding the perception of tangibility, reliability, responsiveness, empathy, and time convenience. Network quality showed insignificant results indicating that there is not much difference between male and female customers regarding the quality of network.

Table 7: MANOVA Test of Gender

Source	Dependent variable	Mean		F	Sig.
		Male	Female		
Gender	Tangible	3.421	3.552	6.442	0.011
	Reliability	2.835	3.177	19.728	0.000
	Responsiveness	2.535	2.742	4.513	0.032
	Assurance	3.431	3.442	22.679	0.521
	Empathy	3.102	3.321	18.070	0.000
	Network	3.431	3.502	0.268	0.500
	Competitive Advantages	2.810	3.012	3.135	0.049
	Time Convenience	3.301	3.578	8.257	0.003
Hotelling's T2 Value= 0.063 F = 4.023 Error df= 603.000 Sig. =0.000					

Source: Survey data analysis, 2015

The study found significant differences in all dimensions except network quality regarding mobile operators. The results are shown in table 8. The respondents perceived major differences in service quality among the various mobile telecommunication companies.

Table 8: MANOVA Test of Mobile Operator

Source	Dependent variable	Mean						F	Sig.
		MTN	TIGO	AIRTEL	GLO	VODA FONE	ESPRESSO		
Mobile Operator	Tangible	4.453	3.791	3.925	3.422	4.003	2.340	34.230	0.000
	Reliability	3.524	3.777	3.486	2.475	3.572	1.890	30.770	0.001
	Responsiveness	3.559	3.692	3.687	2.455	3.405	1.556	59.193	0.002
	Assurance	3.987	3.821	3.892	3.122	3.760	1.862	26.468	0.000
	Empathy	3.578	3.448	3.665	3.917	3.540	2.201	19.576	0.000
	Network	3.156	3.248	3.567	3.497	3.330	2.002	2.297	0.101
	Competitive Advantages	3.842	3.725	3.598	2.773	3.421	1.898	3.203	0.014
	Time Convenience	3.562	3.450	3.506	3.458	3.713	2.114	17.453	0.000
Hotelling's T2 Value= 0.372 F = 14.210, Error df = 1290.000 Sig. =0.005									

Source: Survey data analysis, 2015

The high numbers of undergraduate students who form the sample of this study affirm previous findings that young people usually aged between 18 and 25 are in the majority of those who patronise mobile phone usage the most. If that were the case, the competitiveness of a mobile firm is contingent on their ability to satisfy the quality expectations of this large homogenous group of consumers. The satisfaction of this group does not only have implications or effect on a firm's competitiveness in the present but also in the future as this young techy-savvy bunch of consumers are the future market of the telecommunication firms. The consumers' perception of quality especially in the domains of reliability, assurance and empathy have effect on their level of loyalty both now and for the future. As found in literature, loyalty plays a critical role in a firm's drive for competitiveness and ultimately profit. In order to achieve functional loyalty in its clients (Kuusik and Varblane, 2009), the mobile telecommunication firms surveyed in our research will need to shore up on the level of reliability, assurance and empathy since significant differences were found principally between the dependant variables and both education and gender. A study by Lenhart et al., (2010 n.d) showed that mobile phone usage increases with increased educational attainment and income and more among males than females. In our study, 53.6% of our respondents were male showing a majority. Males are predicted to be more tech connoisseurs than female. They are therefore more likely to be concerned about reliability as well as network quality.

Significantly, our study found significant differences in all dimensions except network quality regarding mobile operators. The leading mobile operator in terms of average-to-best performance on all the dimensions of service quality in our survey was MTN. This is reflected in their lead in the mobile communication market with a resultant market share of 44.94%. However, on item-by-item basis, TIGO was the most competitive in terms of reliability, while the others were most competitive in the following: MTN - Tangibles and Assurance, VODAFONE - Time Convenience, AIRTEL - Network Quality, GLO - Empathy. Furthermore, it was found that VODAFONE had the strongest competitive advantage. The market share rating from the National Communications Authority however shows MTN as being in the lead.

The study found that among the respondents, network quality showed insignificant results indicating that there is not much difference between customers. They all expect to receive quality network service to remain loyal to the telecommunication company. This finding confirms the study by Negi et al., (2013), Kuusik and Varblane, (2009), Santourdis and Trivellas (2010) and Aydin and Ozer. (2005) that service quality had a significant influence on customer satisfaction and consequently on loyalty. When customers perceive

poor service quality, they tend to be disloyal and are likely to switch to the firms competitors. This finding is further strengthened by the studies by Wang et al. (2004) and Pezeshki *et al.* (2009) that service quality and network performance are the major strengths of a mobile communication firm and a source of customer satisfaction. Furthermore, with the quality of the service, mobile phone companies can also achieve higher profitability and superior performance than others, hence making them have a competitive advantage (Johnson and Sirikit, 2002). As indicated by Leisen and Vance (2001), the inability of firms to provide satisfaction to their clients can result in them losing business to global competitors

7 RECOMMENDATIONS

The small players in the industry can latch on this to increase their subscriber base and improve on their competitiveness. Though all the mobile phone operators are seen to be competition in different ways, there is a need for the small operators to intensify their level of competitiveness to get much of the market. Mobile telecommunication operators must improve on their service quality. This is relevant irrespective of their size if they want to stay competitive. For MTN to maintain their lead, they would have to improve on their performance in the other domains of service quality and ensure that their technology and processes are not reproducible by the competitors. If they are reproducible, a little effort on the part of the others can quash their lead. VODAFONE has the strongest competitive advantage and would have to leverage this advantage in order to catch up or overtake MTN in the market. Furthermore, issues on responsiveness and reliability can better be addressed by regular training of employees to deliver on these factors. It is a requirement to deliver on quality to have a competitive advantage in the mobile telecommunication industry. Increase in market share, customer satisfaction, performance of firms long term growth are all a function of quality service delivery to customers within the mobile telecommunication industry. This study is limited in the sense that it focused on service quality within the mobile telecommunication industry. Future studies could be carried out in the other service oriented industry like the shopping centres, financial institutions, insurance industry and fast food joints and restaurants. This will provide a comprehensive results of the trends in service quality within service based sectors and how it impacts on the firms' competitiveness.

CONCLUSION

Based on the findings, it is concluded that there are differences between customers' preferences in almost all the dimensions of quality. This means that the respondents had a good understanding and appreciation of issues of quality within the mobile telecommunication industry. Since quality of service is expected by consumers in the Ghanaian market, firms that want to be competitive must focus more on the delivery of better quality services for their customers. The provision of quality service is essential more for the small players with small market share, because complacency has made the big players to lose sight of delivering on quality.

REFERENCES

- Ambastha, A. and Momaya, K. 2011. Competitiveness of firms. Review of Theory, Frameworks and Models. *Singapore Management Review*, 26, 1, 45-61.
- Andreson, E. W. and Fornell, C 2000. Foundations of the American Customer Satisfaction Index, *Total Quality Management*, 11, 7, 869-892.

- Angur, M. G., Natarajan, R. and Jahera, J. S. J. 1999. "Service Quality in the Banking Industry: An Assessment in a Developing Economy." *The International Journal of Bank Marketing*, 17, 3, 116-125.
- Aydin, S. and Ozer, G. 2005. "The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market." *European Journal of Marketing*, 39, 7/8, 910- 925.
- Bartlett, A. and Ghoshal, S. 1989. *Managing Across Borders*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Bartlett, M. S. (1950). "Tests of Significance in Factor Analysis." *British Journal of Statistical Psychology*, 3, 2, 77-85.
- Chadha, S. and Kapoor, D. 2009. "Effect of Switching Cost, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Cellular Service Providers in Indian Market. *UP Journal of Marketing Management*, 8, 1, 23-37.
- Choi, T.Y. and Chu, R. 2000. "Levels of Satisfaction among Asian and Western Travelers. *The International Journal of Quality and Reliability Management*, 17, 2116-131.
- Chowdhury A. H., Iqbal, M. T. and Miah, M. K. 2010. "A Study of Determinants of Private Universities in Bangladesh." *Journal of Knowledge Globalization*, 3, 1, 59-74.
- Colwell, S. R., Aung, M., Vinay, K. and Holden, A. L. 2008. "Toward a Measure of Service Convenience: Multiple-item Scale Development and Empirical Test." *Journal of Service Marketing*, 22, 2, 160-69.
- Cronin, J. J. and Taylor, Steven, A. 1992. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension." *Journal of Marketing*, 56, 2, 55-68.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A. 1994. "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-based and Perceptionminus Expectations Measurement of Service Quality." *Journal of Marketing*, 58, 1, 125-31.
- Dale, B. G; van der Wiele, A and Williams A.R.T. 2001. Quality-why do organisations still continue to get it wrong? *Managing Service Quality*, 11, 4, 241-248.
- D'Cruz, J. and Rugman, A. 1992. *New Concepts for Canadian Competitiveness*, Kodak, Canada
- Dedeke, A. 2003. Service Quality: fulfilment-oriented and interactions-centred approach. *Managing Service Quality*, 13, 4, 276-289
- Destination Competition (DC) 2001. Development of a model with application Australia and the Republic of Korea, An Australian Gov't Report, October.
- Edvardsson, Bo; Thomasson, Bertil and Overtveit, J. 1994. *Quality of service: making it really work*. London, McGraw-Hill,
- Feng, Don Jyh-Fu and Bailey, T. 2012. Assessing Customer retention strategies in mobile telecommunications. Hybrid MCDM approach. *Management Decision*, 50, 9, 1570-1595
- Gilmore, A. 2001. Call Centre Management; is service quality a priority? *Managing Service Quality*, 11, 2, 153-159
- Hamel, G. and Prahalad, C. K. 1989. Strategic Intent. *Harvard Business Review*, 3, 63-76
- Heung, V. C. S., Wong, M. Y. and Qu, H. 2000. "Airport restaurant Service Quality in Hong Kong: An Application of SERVQUAL". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41, 3, 86-96.
- International Telecommunication Union 2009. "Measuring the Information Society. The ICT Development Index. [2010- 02-14] Retrieved from http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/Material_IDI2009_w5.pdf

- International Telecommunication Union (ITU) (2010) Mobile cellular subscriptions per 100 inhabitants, 2000-2010", [2014- 08-20] Retrieved from available at www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2010/Mobile-cellular-00-10.xls
- Ismail, H. and Abdullah, N. 2001. "Does Perception of Value Create Customer Satisfaction?" *Allied Academies International Conference, Academy of Marketing Studies Proceedings*, 6, 1, 32-36.
- Jabnoun, N. and Azaddin, K 2005. "A Customized Measure of Service Quality in the UAE." *Managing Service Quality*, 15, 4, 374-388.
- Johnson, H. T. 1992. *Relevance Regained*, New York: The Free Press.
- Johnson, W. C. and Sirikit, A. 2002. "Service Quality in the Thai Telecommunication Industry: A Tool for Achieving a Sustainable Competitive Advantage." *Management Decision*, 40, 7, 693-701.
- Kaiser, H. F. and John, Rice 1974. "Little Jiffy Mark IV." *Educational and Psychological Measurement*, 34, (Spring), 111-17.
- Khatibi, A. A., Hishamuddin, I. and Venu, Thyagarajan 2000. "What Drives Customer Loyalty: An Analysis from the Telecommunication Industry." *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11, 1, 34-44.
- Kumar, S., Mani, B., Mahalingam, S. and Vanjikovan, M. 2010. "Influence of Service Quality on Attitudinal Loyalty in Private Retail Banking: An Empirical Study." *UP Journal of Management Research*, 9, 4, 21-38.
- Kuo, H. 2010. "Fuzzy Comprehensive Evaluation Applied in the Performance Assessment of Service Quality of Insurance Companies in Taiwan." *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 16, 1, 84-92.
- Kuusik, A. and Varblane, U. 2009. How to avoid customer leaving: the case of the Estonian telecommunication industry. *Baltic Journal of Management*, 4, 1, 66-79
- Lai, F., Hutchinson, J., Li, D. and Bai, C. 2007. "An Empirical Assessment and Application of SERVQUAL in Mainland China's Mobile Communication Industry." *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24, 3, 244-62.
- Lam, S. S. K 1995. "Assessing the Validity of SERVQUAL: An Empirical Analysis in Hong Kong." *Asia Pacific Journal of Quality Management*, 4, 4, 33-40.
- Lam, S. S. K 1997. "SERVQUAL: A Tool for Measuring Patients' Opinions of Hospital Service Quality in Hong Kong." *Total Quality Management*, 8, 4, 145-152.
- Leisen, B. and Vance, C. 2001. "Cross-National Assessment of Service Quality in the Telecommunication Industry: Evidence from the USA and Germany." *Managing Service Quality*, 2, 5, 307-317.
- Lenhart, Kristen Purcell; Smith, Aaron and Zickuhr, K. 2010. Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults. Accessed on July 27, 2014 from www.pewresearch.org/millennials
- Moore, C. D. 1987. "Outclass the Competition with Service Distinction." *Mortgage Banking*, 47, 2.
- Negi, R. and Ketema, E. 2013. Customer-perceived relationship quality and satisfaction. A case of Ethiopian Telecommunication Corporation. *African Journal of Economic and Management Studies*, 4, 1, 109-121.
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. 1994. *Psychometric Theory*, New York: Mcgraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithamal, V. A. and Berry, L. L 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *Journal of Marketing*, 49, 4, 41-50.
- Parasuraman, A.; Zeithamal, Valarie A. and Berry, Leonard L 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, 64, 1, 12-40.

- Parasuraman, A., Zeithamal, Valarie A. and Berry, Leonard L. 1991. "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale." *Journal of Retailing*, 67, 4, 420-50.
- Parasuraman, A.; Zeithamal, Valarie A. and Berry, Leonard, L. 1993. "More on Improving Service Quality Measurement." *Journal of Retailing*, 69 (Spring), 142-47.
- Parasuraman, A. Zeithamal, V. A. and Berry, L. L. (1994). "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research." *Journal of Marketing*, 58, 1, 111-24.
- Pezeshki, V., Moosavi, A. and Grant, S. 2009. "Importance-Performance Analysis of Service Attributes and Its Impact on Decision Making in the Mobile Telecommunication Industry." *Measuring Business Excellence*, 13, 1, 82-92.
- Rahman, M. S. and Aziz, N. Md 2014. Service quality and behavioural intentions in broadband services selection. *Marketing Intelligence & Planning*, 32, 4, 455-474. DOI 10.1108/MIP-06-2013-0093.
- Reichheld, F. F. (2003) Loyalty-based management. *Harvard Business Review*, 71, 2, 64-72
- Rosenberg, L. and Czepiel, J.A 1984. marketing approach to customer retention. *Journal of Consumer Marketing*, 1, 45-51
- Shaikh, U. 2009. "Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence from the Restaurant Industry in Pakistan." *The Business Review, Cambridge*, 13, 2, 178-185.
- Smith, G., Smith, A. and Clarke, A. 2007. "Evaluating Service Quality in Universities: A Service Department Perspective." *Quality Assurance in Education*, 15, 3, 334-351.
- Santouridis, I. and Trivellas, P. 2010. "Investigating the impact of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in mobile telephony in Greece", *The TQM Journal*, 22, 3, 330 343.
- Teas, R. K. 1994. "Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment." *Journal of Marketing*, 58, 1, 132-139.
- Tung, F 2010. "Exploring Customer Satisfaction, Perceived Quality and Image: An Empirical Study in the Mobile Services Industry." *The Business Review, Cambridge*, 14, 2, 63-69.
- VanDerWal, R.W.E., Pampallis A., & Bond, C 2002. "Service Quality in a Cellular Telecommunications Company: A South African Experience." *Managing Service Quality*, 12, 5, 323-35.
- Wang, Y., Lo, Po Hing, and Yang, Y. 2004. "An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction: Evidence from China's Telecommunication Industry." *Information Systems Frontiers*, 6, 4, 325-40.
- Yang, Hsu-Hao and Chen, K. S. 2000. A performance index approach to managing service quality. *Managing Service Quality*, 10, 5, 273-278.
- Zaim, H.; Bayyurt, N. and Zaim, S 2010. "Service Quality and Determinants of Customer Satisfaction in Hospitals: Turkish Experience." *The International Business & Economics Research Journal*, 9, 5, 51-58.

Authors:

Emmanuel Selase Asamoah (MSc, PhD)

University of Professional Studies, Accra,

Department of Business Administration

P. O. Box LG 149, Accra, Ghana

Tel: +233 026 2149431

Email: emmanuel.asamoah@upsamail.edu.gh or asamoah@fame.utb.cz

Frederick Doe (MSc)

University of Professional Studies, Accra

Department of Business Administration

P. O. Box LG 149, Accra, Ghana

Tel: +233 024 473313

Email: frosal3@yahoo.co.uk or frederick.doe@upsamail.edu.gh

Reviewers:

doc. Ing. František Lipták, DrSc.

doc. Ing. Irina Bondareva, PhD.

ZNALOSTNÝ MANAŽMENT: HODNOTENIE FINANČNÉHO POTENCIÁLU PODNIKU Z DLHODOBÉHO HĽADISKA

KNOWLEDGE MANAGEMENT: EVALUATION OF FINANCIAL POTENTIAL ON A LONG-TERM BASIS

Irina Bondareva – Hana Janáková – Róbert Tomčík

Abstract

Purpose of the article The purpose of this article is to outline a method for determining the financial potential of the company in relation to the implementation of innovative projects.

Methodology/methods Determination of the company's financial situation, identification of the company's financial stability and definition of the company's financial potential. Golden rule of the balance sheet analysis, analysis of liquidity ratios.

Scientific aim The scientific aim of this article is to extend the current possibilities of financial potential evaluation via mathematical model.

Findings Based on the information of the financial potential, the company management should be able to choose such innovative project from the offered alternatives, whose funding does not limit the primary activities of the company (production, sales, etc.).

Conclusions (limits, implications etc.) The usage of mathematical models based on identification and evaluation of the company's financial stability is one of the available options allowing to identify the level of financial potential. These models provide relatively rapidly an information about the level of company's financial potential, while it is also possible to determine the impact of the additional expenditure on the financial stability of the company - i.e. whether the business will be able to continue to operate without significant financial problems.

Keywords: financial stability, innovation potential, competitiveness, knowledge management

JEL Classification: G32, M21

ÚVOD

V podmienkach novej ekonomiky základným faktorom rozvoja podniku je realizácia koncepcie znalostného manažmentu. Znalostný manažment zahŕňa v sebe veľký objem poznatkov z koncepcie inovačného manažmentu. Inovačná činnosť sa začala chápať nie ako postupnosť jednotlivých aktov pri využití nejakej novinky, ale ako systém, ktorý nepretržite produkuje nové poznatky a inovácie. Pri takomto prístupe, inováciu je možné posudzovať ako využitie existujúcich znalostí pre získanie nových znalostí. Podobným spôsobom inovačný proces posudzujú, napríklad, Swan, J a Newel, S (2000). Ak sa prednosti zo znalostí stanú stabilnými, vybudovanie stabilnej konkurenčnej pozície podniku bude mať dlhodobý efekt. V súčasnosti v dôsledku tvrdej globálnej konkurencie, podniky, ktoré sa opierajú iba na efektívnosť majú iba malú šancu prežiť. Podniky sa musia susediť na inovácie. V tomto novom kontexte sa tvorba zisku stáva výsledkom znalostného manažmentu a potrebuje nové prístupy v hodnotení možností podniku pri realizácii inovačných projektov.

Skúmanie možnosti a predovšetkým schopnosti podniku inovovať po všetkých stránkach je čoraz viac dôležitým prvkom a náplňou manažmentu podniku. Preto iba podnik, ktorý dokonale pozná svoje možnosti a na základe týchto poznatkov koná, môže byť úspešný.

Prakticky každý úkon alebo činnosť v podniku sa musí zabezpečiť aj finančne. Vysoká úroveň finančného manažmentu podniku a jeho schopnosť z finančného hľadiska určiť výber najvhodnejšej alternatívy z ponúkaných možností je vždy silnou stránkou spoločnosti, či už ide o výber konkrétneho projektu alebo o druh rozhodnutia.

Práve výber a financovanie časovo a najmä finančne nákladných inovačných a rozvojových projektov podniku je potrebné dôkladne zvážiť, pretože voľba nesprávnej alternatívy na základe „krátkozrakosti“ respektíve prílišného optimizmu manažérov alebo ignorácia hoci aj malých problémov v podniku v čase rozhodovania o prijatí projektu, môže spoločnosti spôsobiť vážne problémy v budúcnosti.

Primárnym cieľom finančného manažmentu pri rozhodovaní o financovaní inovačného projektu je teda dôkladné poznanie finančného zdravia podniku a možnosti a schopnosti po finančnej stránke tento projekt zabezpečiť (poznanie úrovne finančného potenciálu).

Článok približuje metodiku hodnotenia finančného aspektu inovačného potenciálu (finančného potenciálu) podniku z dlhodobého hľadiska a uvádza konkrétny postup, pričom uvedený model berie ohľad na jednu zo základných zložiek finančnej stability podniku – likviditu.

1 FINANČNÝ POTENCIÁL PODNIKU

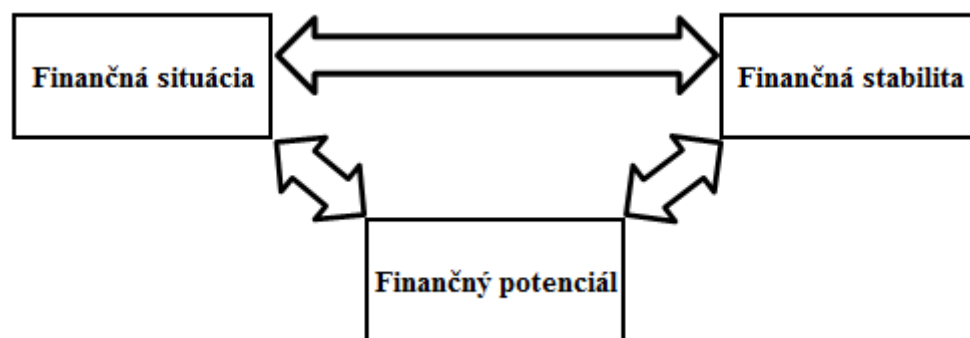
Finančný potenciál v súvislosti so zavádzaním inovácií v najjednoduchšom ponímaní predstavuje podnikové možnosti finančne zabezpečiť realizáciu inovačného projektu. Pritom je zrejmé, že s rastúcou výškou úrovne finančného potenciálu rastú podnikové možnosti inovovať svoje činnosti. To sa prejavuje najmä širšou rozhodovacou základňou, ktorá je tvorená príslušnými alternatívami projektov. Inými slovami, podnik môže uvažovať nad implementáciou nákladnejších typov projektov, ak dokáže uvoľniť viac prostriedkov.

V odbornej literatúre sa pod pojmom finančný potenciál rozumie najmä vnútorný finančný potenciál podniku, ktorý býva definovaný ako schopnosť vytvoriť z vlastnej hospodárskej činnosti finančné prebytky použiteľné k financovaniu potrieb (k úhrade záväzkov, výplate dividend alebo podielu na zisku a, samozrejme, k financovaniu investícií). K tomu obvykle slúži čistý pracovný kapitál a ukazovatele konštruované na jeho báze (Sedláček, 2010).

Pri komplexnom sledovaní a hodnotení finančného potenciálu podniku v súvislosti s realizáciou inovačného projektu je vhodné postupovať podľa nasledujúcich bodov:

- **Identifikácia finančnej situácie podniku.** Počiatočnou úlohou je posúdenie finančnej situácie podniku vrátane predpovedi jej vývoja. Finančná situácia vychádza z výsledkov, ktoré podnik dosiahol v jednotlivých oblastiach svojej činnosti (kvalita výroby, úroveň obchodnej činnosti a poznanie trhu, inovačná a finančná aktivita atď.) (Kádárová a kol., 2008). Po zrealizovaní tohto kroku by malo byť zrejmé, či ide o finančne zdravý podnik alebo naopak, o podnik, v ktorom sa môžu v budúcnosti objaviť problémy.
- **Hodnotenie finančnej stability podniku.** Cieľom manažmentu je identifikovať oblasti, ktoré najviac vplyvajú na zdravé a stabilné fungovanie spoločnosti. Stabilita v oblasti financií je predzvesťou dobre fungujúcej spoločnosti a je predpokladom pre tvorbu a rast finančného potenciálu.
- **Spoznanie úrovne finančného potenciálu podniku.** Je odpoveďou na podnikové možnosti a schopnosti finančne zabezpečiť (zaviest' a udržiavať) plánované inovačné projekty od ich počiatočnej fázy až do konca ich životnosti.

Vzťahy medzi finančnou situáciou, stabilitou a finančným potenciálom vyjadruje obrázok 1.



Obrázok 1: Vzájomná prepojenosť finančných charakteristík podniku

Zdroj: vlastné spracovanie

Z uvedeného obrázka vyplýva, že napr. dobrá finančná situácia, typická pre finančne zdravý podnik, je zároveň predpokladom pre vysokú úroveň finančnej stability. Pre finančne stabilné podniky sú zároveň charakteristické spravidla rozsiahlejšie finančné možnosti (finančný potenciál). Platí však aj obrátené tvrdenie – podnik s vysokou úrovňou finančného potenciálu je zvyčajne stabilným podnikom s dobrou finančnou situáciou.

Ako už bolo spomenuté, prvým krokom pri hodnotení finančného potenciálu podniku je posúdenie jeho finančnej situácie. Podľa Zalaia a kol. (2007), možnosť predpovedať vývoj finančnej situácie podniku, jeho budúcu prosperitu alebo neprosperitu, sa zakladá na zhodnotení a interpretácii výsledkov zo súčasnosti. V nich sú obsiahnuté symptómy ďalšieho vývoja. Metódy prognózovania finančnej situácie musia umožniť s primeranou spoľahlivosťou zaradiť firmu do kategórie prosperujúcich alebo naopak neprosperujúcich. K tomuto účelu možno využiť napríklad rôzne hodnotiace modely vytvorené pomocou diskriminačnej analýzy známe pod označením systémy včasného varovania, prípadne bonitné a bankrotové modely (Kotulič a kol., 2010), alebo postupy z oblasti umelej inteligencie.

Ak sa zistia problémy, či už v súčasnosti alebo existuje predpoklad, že sa objavia v horizonte najbližších rokov, je na mieste zvážiť, prípadne prehodnotiť realizáciu inovačného

projektu. Ak sú však vyhliadky podniku do budúcnosti priaznivé, je vhodné pristúpiť k zadefinovaniu finančnej stability (identifikácii faktorov, ktoré ju určujú) a jej ohodnoteniu.

Určitým predpokladom finančne stabilného podniku je vo všeobecnosti udržanie vhodnej štruktúry majetku a zdrojov jeho krytia, teda rešpektovanie zlatého bilančného pravidla. Špirková a Ďurechová (2013) definujú finančnú stabilitu ako schopnosť podniku dlhodobo vytvárať a napriek stálym zmenám v podmienkach činnosti udržiavať žiaduci vzťah medzi jednotlivými zložkami majetku a finančnými zdrojmi ich krytia. Je to vlastne trvalé zabezpečovanie zvolenej úrovne likvidity. V tomto prípade ide o najjednoduchšie ponímanie finančnej stability podniku.

Iným pohľadom na finančnú stabilitu je napríklad definícia Kádárovej a kol. (2008), ktorá chápe stabilitu podniku ako schopnosť zabezpečovať potrebnú úroveň likvidity a rentability pri stále sa meniacich vonkajších aj vnútorných podmienkach podnikovej činnosti. Ide o súhrnné vyjadrenie výsledkov snahy minimalizovať podnikateľské riziko. Autorka však ďalej upozorňuje, že udržiavanie stability v tomto ponímaní neznamená strnulosť, snahu o nemennosť, ale práve naopak, predpokladá sa pružnosť, schopnosť podniku operatívne reagovať na zmeny v ekonomickom okolí podniku a v podniku samotnom.

Finančná stabilita však nemusí byť spájaná len s pojmom likvidita a rentabilita. Mnohokrát sa za finančne stabilný podnik považuje taký, ktorý okrem toho, že je schopný včas uhrádzať svoje záväzky a byť ziskový, nie je zároveň značne zadlžený (hodnota cudzieho kapitálu je nanajvýš 70 – 80 % z hodnoty celkového kapitálu) a dokáže efektívne využívať vložený kapitál. Presná definícia finančnej stability podniku v praxi je však značne problematická, pretože jej chápanie sa väčšinou od podniku k podniku mení. To je dané skutočnosťou, že každý podnik je jedinečný.

Získané informácie o finančnej stabilite (alebo nestabilite) podniku umožňujú definovať úroveň finančného potenciálu.

Podľa Kádárovej a kol. (2008) je základným finančným výkazom súvaha, ktorá je využívaná najmä pri strategickom riadení. Ostatné výkazy sa používajú na nižších úrovniach riadenia a pracuje sa s nimi častejšie a pravidelnejšie. Z tohto dôvodu sa v článku pojednáva o hodnotení finančného potenciálu podniku z dlhodobého – strategického hľadiska. V nasledujúcej časti je teda uvedený hodnotiaci model, ktorý na základe údajov zo súvahy a údajov o výdajoch na inovačný projekt umožňuje stanoviť úroveň finančného potenciálu podniku. Zároveň je možné odsledovať, či v súvislosti s realizáciou projektu nedôjde k strate schopnosti podniku včas uhrádzať svoje záväzky, čo by mohlo viesť až k finančnej nestabilite.

2 MODELOVÉ HODNOTENIE FINANČNÉHO POTENCIÁLU PODNIKU

Ako uvádza Bondareva (2012) so sledovaním a hodnotením finančného potenciálu v súvislosti s realizáciou inovačných aktivít podniku je potrebné sa zamerať na dve primárne oblasti:

- schopnosť podniku realizovať inovačný projekt,
- schopnosť podniku udržať v súčasnosti realizovaný projekt.

Je pritom zrejmé, že obidve uvedené oblasti súvisia so zachovaním finančnej stability podniku. Berúc do úvahy najpriamejšiu definíciu finančnej stability orientujúcu sa na dlhodobé udržiavanie správneho vzťahu medzi jednotlivými zložkami majetku a zdrojmi ich krytia, teda rešpektovanie zlatého bilančného pravidla, možno za finančne stabilný podnik považovať taký, pre ktorý je charakteristický vznik pracovného kapitálu a zároveň je jeho

majetková štruktúra v takom tvare, ktorý zabezpečuje splnenie požadovanej úrovne jednotlivých stupňov likvidity. Dodatočnou požiadavkou je krytie najmenej likvidnej zložky krátkodobého majetku – zásob – vlastným alebo dlhodobým cudzím kapitálom¹.

Hodnotenie finančného potenciálu podniku teda možno vykonať na základe výpočtu a zhodnotenia prebytku (nedostatku) finančných zdrojov na tvorbu pracovného kapitálu (vo všeobecnosti súhrnne označujúceho zložky obežného majetku – **PK**) (Bondareva, 2012). Aby sa identifikovali a stanovili finančné zdroje podniku, je potrebné v prvom rade matematicky určiť hodnotu pracovného kapitálu krytého vlastným kapitálom (**PK_{VK}**), pracovného kapitálu krytého vlastným kapitálom a dlhodobým cudzím kapitálom (**PK_{VK+DCK}**) a pracovného kapitálu krytého vlastným kapitálom, dlhodobým a krátkodobým cudzím kapitálom (**PK_{VK+DCK+KCK}**):

$$PK_{VK} = VK - DM \quad (1)$$

$$PK_{VK+DCK} = PK_{VK} + DCK \quad (2)$$

$$PK_{VK+DCK+KCK} = PK_{VK+DCK} + KCK \quad (3)$$

kde:

VK – vlastný kapitál,

DM – dlhodobý majetok,

DCK – dlhodobý cudzí kapitál,

KCK – krátkodobý cudzí kapitál.

Následne je možné matematicky stanoviť prebytok alebo nedostatok finančných zdrojov na krytie najmenej likvidnej časti obežných aktív, teda zásob²:

$$\Delta PK_{VK} = PK_{VK} - Z \quad (4)$$

$$\Delta PK_{VK+DCK} = PK_{VK+DCK} - Z \quad (5)$$

$$\Delta PK_{VK+DCK+KCK} = PK_{VK+DCK+KCK} - Z \quad (6)$$

kde:

ΔPK_{VK} – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastných zdrojov krytia dlhodobého majetku a zásob,

ΔPK_{VK+DCK} – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastného a dlhodobého cudzieho kapitálu potrebného na krytie dlhodobého majetku a zásob,

ΔPK_{VK+DCK+KCK} – prebytok (rovnovážny stav) vlastného, dlhodobého a krátkodobého cudzieho kapitálu potrebného na krytie dlhodobého majetku a zásob,

Z – zásoby.

¹ Táto požiadavka má za následok, že sa nebude hodnotiť úroveň celkovej likvidity. Model teda hodnotí len pohotovú a bežnú likviditu.

² Ďalej sa v tejto súvislosti budú mysliť zásoby celkom, prípadne ich trvalá časť.

Úroveň bežnej likvidity bude minimálne postačujúca, práve vtedy, ak príslušný zdroj krytia majetku (prípadne ich kombinácia) presne zabezpečí pokrytie dlhodobého majetku, zásob a potrebného objemu krátkodobého majetku. Rovnice (4), (5) a (6) teda prejdú na tvar:

$$\Delta PK_{VK}^L = PK_{VK} - Z - L_{2,min} \cdot KCK \quad (7)$$

$$\Delta PK_{VK+DCK}^L = PK_{VK+DCK} - Z - L_{2,min} \cdot KCK \quad (8)$$

$$\Delta PK_{VK+DCK+KCK}^L = PK_{VK+DCK+KCK} - Z - L_{2,min} \cdot KCK \quad (9)$$

kde:

ΔPK_{VK}^L – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastných zdrojov krytia dlhodobého majetku, zásob a časti krátkodobého majetku potrebného na zabezpečenie bežnej likvidity,

ΔPK_{VK+DCK}^L – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastných a dlhodobých cudzích zdrojov na krytie dlhodobého majetku, zásob a časti krátkodobého majetku potrebného na zabezpečenie bežnej likvidity,

$\Delta PK_{VK+DCK+KCK}^L$ – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastných, dlhodobých a krátkodobých cudzích zdrojov na krytie dlhodobého majetku, zásob a časti krátkodobého majetku potrebného na zabezpečenie bežnej likvidity,

$L_{2,min}$ – minimálna požadovaná hodnota bežnej likvidity.

Správna štruktúra zložiek charakterizujúcich dosiahnutie minimálnej požadovanej hodnoty bežnej likvidity zároveň znamená uspokojenie požiadavky na pohotovú likviditu. Pre výšku zložky $x_{1,s}$ (minimálna požadovaná hodnota najlikvidnejšej časti krátkodobého majetku: finančné účty + krátkodobý finančný majetok) platí vzťah:

$$x_{1,s} = L_{2,min} \cdot L_{1,min} \cdot KCK \quad (10)$$

a výška zložky $x_{2,s}$ (minimálna požadovaná hodnota pohľadávok a časového rozlíšenia aktív) sa dopočíta podľa:

$$x_{2,s} = L_{2,min} \cdot KCK \cdot (1 - L_{1,min}) \quad (11)$$

kde:

$L_{1,min}$ – minimálna požadovaná hodnota pohotovej likvidity.

Ľavú stranu rovníc (7), (8) a (9) možno vhodne substituovať:

$$a_1^L = \Delta PK_{VK}^L \quad (12)$$

$$a_2^L = \Delta PK_{VK+DCK}^L \quad (13)$$

$$a_3^L = \Delta PK_{VK+DCK+KCK}^L \quad (14)$$

Následne sa definuje funkcia opisujúca finančnú stabilitu podniku:

$$FS^L(ZB_1, ZB_2, ZB_3, L_1, L_2) \quad (15)$$

kde:

$$ZB_i = 1, \text{ keď } a_i^L \geq 0; i = 1, 2, 3 \quad (16)$$

$$ZB_i = 0, \text{ keď } a_i^L < 0; i = 1, 2, 3 \quad (17)$$

$$L_1 = 1, \text{ keď } x_1 \geq x_{1,s} \quad (18)$$

$$L_1 = 0, \text{ keď } x_1 < x_{1,s} \quad (19)$$

$$L_2 = 1, \text{ keď } x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s} \quad (20)$$

$$L_2 = 0, \text{ keď } x_1 + x_2 < x_{1,s} + x_{2,s} \quad (21)$$

Premenné x_1 a x_2 predstavujú skutočné hodnoty zložiek krátkodobého majetku (x_1 = finančné účty + krátkodobý majetok a x_2 = krátkodobé pohľadávky + časové rozlíšenie aktív). Potom možno definovať nasledovné úrovne finančnej stability:

- **Absolútna finančná stabilita** firmy, kedy zdrojmi krytia dlhodobého majetku, zásob a objemu krátkodobého majetku potrebného na zabezpečenie bežnej likvidity sú vlastné zdroje. Vymedzuje sa týmito podmienkami: $a_1^L \geq 0$; $a_2^L \geq 0$; $a_3^L \geq 0$ a z hľadiska likvidity platí buď $x_1 \geq x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s}$, alebo $x_1 < x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s}$. Teda $FS^L(1, 1, 1, 1, 1)$ alebo $FS^L(1, 1, 1, 0, 1)$. Prvý uvedený prípad, keď sú všetky podmienky splnené (rovné 1), zároveň predstavuje najlepšiu možnosť pre podnik v súvislosti s realizáciou inovačného projektu. V druhom prípade je jediným problémom nezabezpečená úroveň pohotovej likvidity.
- **Vysoká úroveň finančnej stability**, kedy zdrojmi krytia zásob, dlhodobého majetku a objemu krátkodobého majetku potrebného na zabezpečenie bežnej likvidity sú vlastné a dlhodobé cudzie zdroje. Vymedzuje sa týmito podmienkami: $a_1^L < 0$; $a_2^L \geq 0$; $a_3^L \geq 0$ a z hľadiska likvidity platí buď $x_1 \geq x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s}$, alebo $x_1 < x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s}$. Teda $FS^L(0, 1, 1, 1, 1)$ alebo $FS^L(0, 1, 1, 0, 1)$.
- **Normálna finančná stabilita**, keď zdrojmi krytia dlhodobého majetku, zásob a potrebného objemu krátkodobého majetku na zabezpečenie bežnej likvidity sú vlastné, dlhodobé a krátkodobé cudzie zdroje³. Vymedzuje sa týmito podmienkami: $a_1^L < 0$; $a_2^L < 0$; $a_3^L \geq 0$ a z hľadiska likvidity opäť platí buď $x_1 \geq x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s}$, alebo $x_1 < x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s}$. Teda $FS^L(0, 0, 1, 1, 1)$ alebo $FS^L(0, 0, 1, 0, 1)$.
- **Nestabilná finančná situácia** nastáva, ak podnik potrebuje väčšie množstvo kapitálu ako má momentálne k dispozícii na krytie takej štruktúry majetku, ktorá zabezpečí bežnú likviditu podniku (potrebuje viac finančných zdrojov, než je úroveň celkového kapitálu). Odvrátiť nepriaznivú situáciu potom možno buď získaním dodatočných finančných zdrojov, alebo, pri zachovaní konštantnej úrovne celkového kapitálu, odpredajom dlhodobého majetku, čo je však veľmi nevýhodný spôsob, pretože namiesto rastu podniku dochádza k dezinvestovaniu. Kritická úroveň finančnej

³ V prípade, že je prípustná úroveň bežnej likvidity menšia ako 1, môže dôjsť ku krytiu dlhodobého majetku a zásob krátkodobým cudzím kapitálom, ale podnik bude stále optimálne financovaný. Ak je teda pre podnik postačujúca hodnota bežnej likvidity napríklad 0,5 a podnik má dvakrát viac krátkodobého cudzieho kapitálu ako krátkodobého majetku, v peniazoch vyjadrená časť dlhodobého majetku a/alebo zásob (vo výške polovice hodnoty *KCK*) môže byť pokrytá krátkodobým cudzím kapitálom a podnik bude stále optimálne financovaný.

stability (resp. nestabilná finančná situácia) sa v tomto ponímaní vyznačuje týmito parametrami: $a_1^L < 0$; $a_2^L < 0$; $a_3^L < 0$ a z hľadiska likvidity platí buď $x_1 \geq x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 < x_{1,s} + x_{2,s}$, alebo $x_1 < x_{1,s}$ a $x_1 + x_2 < x_{1,s} + x_{2,s}$. Teda $FS^L(0, 0, 0, 1, 0)$ alebo $FS^L(0, 0, 0, 0, 0)$.

Hoci vysoká úroveň finančnej stability znamená väčšie možnosti pre rozvoj podniku, štruktúra majetku a zdrojov krytia je v tomto prípade značne nesúrodá, pretože prevláda hodnota trvalých zdrojov, prípadne trvalých a dlhodobých cudzích zdrojov, nad hodnotou dlhodobého majetku. Z hľadiska optimálneho financovania by teda podnik mal pri veľmi vysokej úrovni takto definovanej finančnej stability rásť, avšak platí, že v udržateľnej miere.

Ako už bolo naznačené, s rastúcou stabilitou podniku rastie aj jeho finančný potenciál. Jeho úroveň pri takto nastavených podmienkach možno zistiť, ak sa bude ďalej pokračovať v úpravách rovníc. Po zavedení výdavkov na realizáciu inovačného projektu v počiatočnom období (V_I)⁴ prejdú rovnice (7) až (9) na tvar:

$$\Delta PK_{VK}^{L,I} = PK_{VK} - Z - L_{2,min} \cdot KCK - V_I \quad (22)$$

$$\Delta PK_{VK+DCK}^{L,I} = PK_{VK+DCK} - Z - L_{2,min} \cdot KCK - V_I \quad (23)$$

$$\Delta PK_{VK+DCK+KCK}^{L,I} = PK_{VK+DCK+KCK} - Z - L_{2,min} \cdot KCK - V_I \quad (24)$$

kde:

$\Delta PK_{VK}^{L,I}$ – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastných zdrojov na realizáciu inovačných projektov rešpektujúc bežnú likviditu,

$\Delta PK_{VK+DCK}^{L,I}$ – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastných a dlhodobých cudzích zdrojov na realizáciu inovačných projektov rešpektujúc bežnú likviditu,

$\Delta PK_{VK+DCK+KCK}^{L,I}$ – prebytok (rovnovážny stav, nedostatok) vlastných, dlhodobých a krátkodobých cudzích zdrojov na realizáciu inovačných projektov rešpektujúc bežnú likviditu.

Premenné $\Delta PK_{VK}^{L,I}$, $\Delta PK_{VK+DCK}^{L,I}$ a $\Delta PK_{VK+DCK+KCK}^{L,I}$ vlastne predstavujú koľko voľných prostriedkov z príslušných zdrojov bude mať podnik k dispozícii po odpočítaní prostriedkov na realizáciu projektu. Kladné hodnoty znamenajú ďalšie potenciálne rastové možnosti, záporné signalizujú nedostatok prostriedkov na realizáciu zvoleného inovačného projektu.

Pre pohotovú likviditu platia podmienky vyjadrené rovnicami (10) a (11).

Po substitúcii ľavej strany rovníc (22) až (24):

$$a_1^{L,I} = \Delta PK_{VK}^{L,I} \quad (25)$$

$$a_2^{L,I} = \Delta PK_{VK+DCK}^{L,I} \quad (26)$$

$$a_3^{L,I} = \Delta PK_{VK+DCK+KCK}^{L,I} \quad (27)$$

⁴ Jedná sa o zjednodušený systém, ktorý predpokladá, že počiatočný čistý hotovostný tok vyvolaný investíciou je záporný a tvorený iba výdavkami. To znamená, že všetky jeho čiastkové hotovostné toky sú záporné.

sa pristúpi k úprave rovnice (15):

$$FS^{L,I}(ZB_1^I, ZB_2^I, ZB_3^I, L_1^I, L_2^I) \quad (28)$$

kde:

$$ZB_i^I = 1, \text{ keď } a_i^{L,I} \geq 0; i = 1, 2, 3 \quad (29)$$

$$ZB_i^I = 0, \text{ keď } a_i^{L,I} < 0; i = 1, 2, 3 \quad (30)$$

$$L_1^I = 1, \text{ keď } x_1 \geq x_{1,s} \quad (31)$$

$$L_1^I = 0, \text{ keď } x_1 < x_{1,s} \quad (32)$$

$$L_2^I = 1, \text{ keď } x_1 + x_2 \geq x_{1,s} + x_{2,s} \quad (33)$$

$$L_2^I = 0, \text{ keď } x_1 + x_2 < x_{1,s} + x_{2,s} \quad (34)$$

Posledným krokom je definovať možné úrovne finančného potenciálu podniku počítajúc s udrzaním prvého a druhého stupňa likvidity. Tieto sú zosumarizované v tabuľke 1.

Tabuľka 1: Typológia finančného potenciálu podniku s ohľadom na likviditu podniku

Typ finančného potenciálu	Matematické vyjadrenie finančného potenciálu	Zdroje krytia inovácií
Veľmi vysoký finančný potenciál	$FS^{L,I}(1, 1, 1, 1, 1)$	vlastné zdroje ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia zabezpečuje bežnú aj pohotovú likviditu
	$FS^{L,I}(1, 1, 1, 0, 1)$	vlastné zdroje ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia zabezpečuje iba bežnú likviditu
Vysoký finančný potenciál	$FS^{L,I}(0, 1, 1, 1, 1)$	vlastné a dlhodobé cudzie zdroje ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia zabezpečuje bežnú aj pohotovú likviditu
	$FS^{L,I}(0, 1, 1, 0, 1)$	vlastné a dlhodobé cudzie zdroje ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia zabezpečuje iba bežnú likviditu
Priemerný finančný potenciál	$FS^{L,I}(0, 0, 1, 1, 1)$	vlastné a cudzie zdroje ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia zabezpečuje bežnú aj pohotovú likviditu
	$FS^{L,I}(0, 0, 1, 0, 1)$	vlastné a cudzie zdroje ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia zabezpečuje iba bežnú likviditu

Typ finančného potenciálu	Matematické vyjadrenie finančného potenciálu	Zdroje krytia inovácií
Firma nemá finančný potenciál	$FS^{L,I}(0, 0, 0, 1, 1)$	deficit alebo absencia zdrojov krytia majetku ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia však aspoň zabezpečuje bežnú aj pohotovú likviditu
	$FS^{L,I}(0, 0, 0, 0, 1)$	deficit alebo absencia zdrojov krytia majetku ; štruktúra krátkodobého majetku a zdrojov jeho krytia zabezpečuje iba bežnú likviditu
	$FS^{L,I}(0, 0, 0, 0, 0)$	deficit alebo absencia zdrojov krytia majetku ; nie je zabezpečená minimálna úroveň ani pohotovej, ani bežnej likvidity

Zdroj: *vlastné spracovanie*

Z hľadiska rozvoja inovačnej činnosti je vhodné, aby podnik dosahoval čo najvyššiu úroveň finančného potenciálu. Pre podniky s nižšími stupňami finančného potenciálu sa potom nanajvýš odporúča realizovať iba také projekty, ktoré nenarušia ich finančnú stabilitu.

ZÁVER

Podniky plánujúce inovovať svoje činnosti by mali poznať svoje finančné možnosti spájajúce sa s týmto krokom. Znalosti v oblasti finančného potenciálu podniku pomôžu výrazne zredukovať, prípadne úplne zabrániť, vzniku chybných rozhodnutí pri výbere a realizácii inovačných projektov.

Jednou z dostupných možností umožňujúcich poznať úroveň finančného potenciálu je využitie matematických modelov založených na identifikácii a hodnotení úrovne finančnej stability podniku. Takto zostavené modely umožňujú pomerne rýchlo a na základe ľahko dostupných údajov (postačujú interné údaje podniku) poskytnúť potrebné informácie o finančnom zabezpečení projektu, pričom je zároveň možné zistiť, aký dopad bude mať dodatočný výdaj na finančnú stabilitu podniku – teda či podnik bude schopný naďalej fungovať bez výrazných finančných problémov.

V článku uvedený postup definuje úroveň finančného potenciálu podniku vychádzajúcu z hodnotenia finančnej stability vyjadrenej v tvare funkcie stanovenej z kombinácie informácií o pracovnom kapitále a posudzovaní úrovne pohotovej a bežnej likvidity podniku. Ide teda o najtriviálnejšie vyjadrenie finančnej stability a teda aj finančného potenciálu podniku.

Práve vzhľadom na skutočnosť, že finančná stabilita môže byť definovaná rôznorodo, nemusí uvedený model dostatočne vystihovať finančné schopnosti daného podniku. Dodatočnou požiadavkou na finančnú stabilitu môže byť napríklad potreba zahrnúť aj niektoré ukazovatele zadlženosti prípadne rentability. V takomto prípade je potrebné rozšíriť model o ďalšie podmienky.

LITERATÚRA

- Bondareva, I. 2012. Finančné aspekty hodnotenia inovačného potenciálu podniku. 2/2012, Bratislava : Slovenská technická univerzita v Bratislave, 2012, In: *MANEKO*, s. 117-128. ISSN 1338-5127.
- Kádárová, J. – Kádár, G. – Vida, M. 2008. Riadenie finančnej situácie podniku a finančná kríza v podniku. 11/2008, Košice : Technická univerzita v Košiciach, 2008, In: *Transfer inovácií*, s. 107-110. ISSN 1337-7094.
- Kotulič, R. – Király, P. – Rajčániová, M. 2010. *Finančná analýza podniku*. 2. vydanie. Bratislava : Iura Edition, 2010. 238 s. ISBN 978-80-8078-342-6.
- Sedláček, J. 2010. *Cash flow*. 2. vydanie. Brno : Computer Press, 2010. 194 s. ISBN 978-80-251-3130-5.
- Špirková, D. – Ďurechová, M. 2013. *Financie a finančné riadenie*. 1. vydanie. Bratislava : Slovenská technická univerzita, 2013. 220 s. ISBN 978-80-227-3960-3.
- Swan, J. A. – Newell, S. 2000. Linking knowledge management and innovation. European Conference on Information Systems, Vienna, July, pp. 591-598.
- Zalai, K. – Kalafutová, Ľ. – Šnircová, J. 2007. *Finančno-ekonomická analýza podniku*. 5. vydanie. Bratislava : Vydavateľstvo SPRINT, 2007. 355 s. ISBN 978-80-89085-74-1.

Afiliácia k projektu:

Príspevok je čiastkovým výstupom v rámci výskumného projektu VEGA č. 1/0055/13 „Systemizácia vplyvu faktorov a podmienok znalostného manažmentu v kontexte tvorby podnikateľskej stratégie na pracovnú motiváciu a jej odraz v raste efektivity, resp. udržateľnosti úrovne podnikateľskej činnosti“ riešeného na oddelení manažmentu chemických a potravinárskych technológií ÚM STU v Bratislave.

Autori:

doc. Ing. Irina Bondareva, CSc.,
Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií
Ústav Manažmentu STU
Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika
e-mail: irina.bondareva@stuba.sk

Ing. Hana Janáková, PhD.

Oddelenie ekonomiky a manažmentu podnikania
Ústav Manažmentu STU
Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika
e-mail: hana.janakova@stuba.sk

Ing. Róbert Tomčík

Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií
Ústav Manažmentu STU
Vazovova 5, 812 43 Bratislava, Slovenská republika
e-mail: robert.tomcik@stuba.sk

Recenzenti:

doc. Ing. Elena Šúbertová, PhD.
doc. Ing. Jozef Chajdiak, PhD.

ANALÝZA FAKTOROV OVPLYVNÚJÚCICH NAKUPOVANIE PROSTREDNÍCTVOM INTERNETU

ANALYSIS OF THE FACTORS THAT INFLUENCE INTERNET SHOPPING

Jozef Bucko – Martina Ferencová – Lukáš Kakalejčík

Abstract

Purpose of the article The Internet became a part of business activities for all types of companies. As people have occurred to be familiar with technology and degraded barriers of online environment, they take advantage of ease of online shopping. This movement is critical for companies that have an interest in increasing their sales via e-commerce platforms. So they should track incentives and residual obstacles that can made people to buy from competition.

Methodology/methods The results contained within this article are based on questionnaire survey were realized in February and March 2015. Results are presented via descriptive statistics (table, bar chart) and features (mean, median). To test hypothesis H1, Mann-Whitney test was used.

Scientific aim The aim of this article is to determine the importance of selected factors during online purchase within Slovak market.

Findings Groups of price factors, trust factors towards product and seller and customer experience factors are the most important for users. Among user experience factors, there were found several factors that don't have perceived value. Moreover, the results shown that gender doesn't influence the perception of importance of selected factors during online purchase.

Conclusions (limits, implications etc.) The results of the article provides basic framework for companies when creating online store or deciding about elements to run experiments with in order to increase conversion rates and revenue. The results cannot be generalized because of structure and size of the sample.

Keywords: e-commerce, online shopping, conversion rate optimization, e-shop optimization

JEL Classification: M31

ÚVOD

Vznik internetu a jeho neobmedzené celosvetové pôsobenie bolo podnetom na rozšírenie podnikateľskej činnosti. Elektronické obchodovanie umožnilo spoločnostiam predávať bez nutnosti kamenných obchodov. Okrem toho sa zmenil aj spôsob medzinárodného obchodovania (Freeme – Gumedé, 2012). Elektronické obchodovanie sa stalo bežným spôsobom fungovania podnikov (Downing – Liu, 2014), nakoľko podstatne prispieva k ekonomickému rastu (Dumitriu – Voicu – Dumitrescu, 2013). V rastúcej konkurencii online obchodov je považované za nevyhnutné sledovať faktory, ktoré záujemcov o produkt (výrobok, službu a pod.) vedú ku kúpe. Tento článok je zameraný na zisťovanie vnímania dôležitosti vybraných faktorov pri kúpe prostredníctvom internetu v podmienkach slovenského trhu. Zistenia sú prínosom najmä pre obchodníkov, resp. poskytovateľov služieb a agentúry budujúce webové stránky. Zatiaľ čo obchodníci vedia spomínané faktory a informácie o nich využiť na optimalizáciu už fungujúceho obchodu, webové agentúry ich vedia používať aj ako bázu pri budovaní nových e-shopov a budovanie predajnej stratégie svojich klientov.

1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

Elektronické obchodovanie (e-commerce) predstavuje podnikanie, ktoré je realizované v online prostredí, pričom internet sa správa ako jednotná platforma, ktorá spája predávajúceho a kupujúceho (Tan, 2013). Podľa Ullman (2013) e-commerce predstavuje rozsah možných komerčných transakcií vykonávaných online. Do tejto kategórie patrí každá webová stránka, ktorej úmyslom je generovať príjmy. Qin (2010) definuje elektronické obchodovanie ako sociálne a ekonomické aktivity medzi účastníkmi, pričom sú využívané počítačové zariadenia a internet. Táto definícia však rapídny nástupom mobilných zariadení a ich využívaním aj na komerčné účely stráca svoju platnosť v pôvodnom znení. Minculete (2013) uvádza, že e-commerce a e-business stráca písmeno „e“, pretože v spoločnostiach narastá využívanie technológií elektronického obchodovania, pričom sa stávajú bežnou súčasťou marketingových aktivít.

Hlavným nástrojom, ktorý využíva e-commerce je elektronický obchod (e-shop). E-shop predstavuje obchod, ktorý sa nachádza v prostredí internetu (Beynon-Davies, 2012). V súčasnosti je možné vybudovať e-shop za pomoci bezplatných platforiem, ktoré sú implementované do redakčných systémov webových stránok. Jednou z nich je napríklad WooCommerce (Beleščák, 2014). Podobná platforma OpenCart sa úspešne používa pri výučbe administrácie elektronického obchodu na Ekonomickej fakulte TU v Košiciach (Bucko 2013). Význam modernej výučby poznania elektronického prostredia a jej prínos pre budúcich manažérov skúma Révészová (2014). Pilík (2013) konštatuje, že v Českej republike ročne pribudne približne 800 e-shopov. Ako bolo spomenuté v úvode, elektronické obchodovanie prináša výhody pre malé a stredné podniky. MacGregor a Vrazalic (2007) tvrdia, že tieto výhody nie sú badateľné v čase implementácie e-commerce do činnosti podnikov, no je možné ich sledovať až s odstupom času. Obchodovanie prostredníctvom moderných technológií umožňuje rýchlu odpoveď na vznikajúce trendy v nakupovaní produktov, čo umožňuje malým a stredným podnikom konkurovať v boji s veľkými korporáciami (Cantú, Morejón – Molinaand – Wong, 2014). Toto tvrdenie bolo skúmané v slovenskom prostredí v práci Raisovej a Bánociovej (2012). Existuje i názor, že využívanie e-commerce je dôležité hlavne v podnikoch pôsobiacich v rozvinutých a rozvojových krajinách (Seer – Berács – Pop, 2012).

Pokiaľ ide o výskumy a prieskumy v spomínanej oblasti, faktory, ktoré ovplyvňujú on-line kúpu skúmal Pilík (2013). Zistil, že 87,5 % respondentov v r. 2012 využívalo internet na kúpu produktov, pričom pravidelne prostredníctvom internetu nakupovalo 32,7 % respondentov. Najväčší vplyv na kúpu mali podľa tohto prieskumu vek a internetová gramotnosť užívateľov. Zistená bola negatívna závislosť medzi kúpou a internetovou gramotnosťou. K zisteniam Pilíka patrí i fakt, že najviac ľudí sa pri nákupe obáva testovania produktov, reklamácií, problémov s vrátením produktov či dodania zlého produktu. Prieskum realizovaný Masínovou a Svandovou (2014) potvrdil, že faktory, ktoré majú najväčší podiel na spokojnosti zákazníkov nakupujúcich prostredníctvom e-shopov sú: popis produktov, vyriešenie reklamácií, fotografie produktov, možnosti platby a rýchlosť reakcie. Tieto faktory sa však ukázali byť významné len pri respondentoch, ktorí prostredníctvom internetu nakupovali oblečenie. Bucko a Vejačka (2011) v rámci svojho výskumu uvádzajú, že jedným z faktorov, ktoré ovplyvňujú nakupovanie prostredníctvom internetu, sú dôvera a bezpečnosť prostredia a s tým spojená identifikácia používateľov respektíve komunikujúcich strán. Význam elektronickej identifikácie používateľov v elektronickom prostredí pri budovaní dôvery v danom prostredí skúmali Delina (2012) a Vejačka (2013).

Vilčeková a Sabo (2014) realizovali faktorovú analýzu, ktorej výsledkom bolo 6 faktorov popisujúcich vzťah ku krajine pôvodu nakupovaného tovaru. Na krajine pôvodu záležalo v r. 2013 starším respondentom viac ako mladším. Podobné typy výskumov realizovali aj Novotný a Duspiva (2014), Štefko, Dorčák a Pollák (2011).

2 CIEĽ A METODIKA

Hlavným cieľom príspevku je zistiť vnímanie dôležitosti vybraných faktorov pri kúpe prostredníctvom internetu v podmienkach slovenského trhu. Formulovaná bola hypotéza: Predpokladáme, že existuje štatisticky významný rozdiel medzi vnímaním dôležitosti vybraných faktorov ovplyvňujúcich kúpu prostredníctvom internetu podľa rodu.

Za účelom dosiahnutia stanoveného cieľa bol realizovaný dotazníkový prieskum. Základný súbor tvorili všetci užívatelia internetu nachádzajúci sa na území Slovenskej republiky. Pre účely nášho prieskumu však bola prieskumná vzorka vybraná nenáhodne, zámerným výberom. Nakoľko považujeme Generáciu Y (narodení v rokoch 1980 – 1995) za majoritných užívateľov internetu, s vysokou internetovou gramotnosťou (porov. Vejačka, 2013), zamerali sme sa práve na túto skupinu. Do prieskumu sa zapojilo 232 respondentov, z ktorých bolo po odstránení chýbajúcich a odľahlých hodnôt vyselektovaných 221 respondentov s priemerným vekom 21,72 rokov (v intervale od 18 do 26 rokov) a mediánom 21 rokov. *Prieskumná vzorka pozostáva zo študentov Fakulty manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove (78), študentov Fakulty verejnej správy Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach (88) a študentov Filozofickej fakulty Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach (55).* Z daného počtu bolo 24,89% mužov (55) a 75,11% žien (166). Na 1. stupni študovalo 63,80% respondentov, 33,94% študovalo na 2. stupni a 2,26% študovalo na 3. stupni vysokoškolského štúdia. Popri štúdiu pracuje 47,96% respondentov. 24,89% respondentov študuje v meste, v ktorom má trvalé bydlisko, 44,80% prechodne býva v meste, kde navštevuje školu a zvyšných 30,31% respondentov denne dochádza do školy z iného mesta.

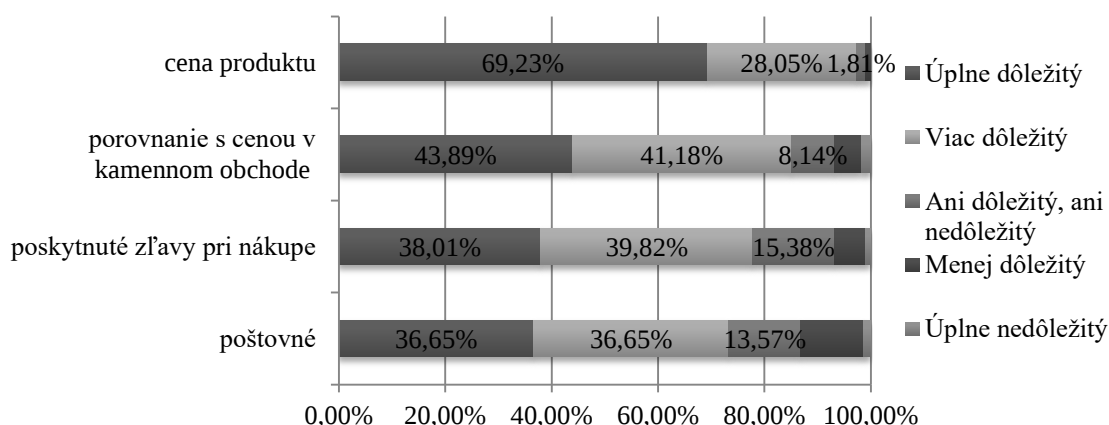
Prieskum bol realizovaný v mesiaci február a marec 2015 prostredníctvom dotazníka, ktorý pozostával zo 17 položiek. Respondenti na tieto položky odpovedali prostredníctvom výberu modálnych hodnôt v intervale od 1 = úplne dôležitý po 5 = úplne nedôležitý. Faktory boli zvolené na základe prehľadu predchádzajúcich výskumov. Pre potreby tohto príspevku bola spracovaná 1 dotazníková položka.

Pri spracovaní a vyhodnocovaní výsledkov bol využitý softvér Microsoft Excel 2010 a StatSoft STATISTICA 12. Nakoľko premenné nemajú normálne rozdelenie, na testovanie hypotézy H1 bola použité neparametrické testy, konkrétne Mann-Whitneyho test. Okrem toho boli využité nástroje deskriptívnej štatistiky (pruhový graf, tabuľky) a charakteristiky (priemer, medián).

3 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Pre dosiahnutie cieľa bola pozornosť venovaná vyhodnocovaniu dôležitosti vybraných faktorov ovplyvňujúcich kúpu prostredníctvom internetu. Šlo o faktory týkajúce sa ceny (4 faktory), faktory týkajúce sa dôvery k produktu a predajcovi (6 faktorov), faktory týkajúce sa zákazníckej skúsenosti (3 faktory), faktory zamerané na užívateľskú skúsenosť, teda jednoduchosť práce s webovou stránkou (5 faktorov).

Prvú skupinu faktorov, ktoré boli analyzované, tvorili 4 faktory týkajúce sa ceny. Prehľad ich dôležitosti je uvedený v grafe 1.



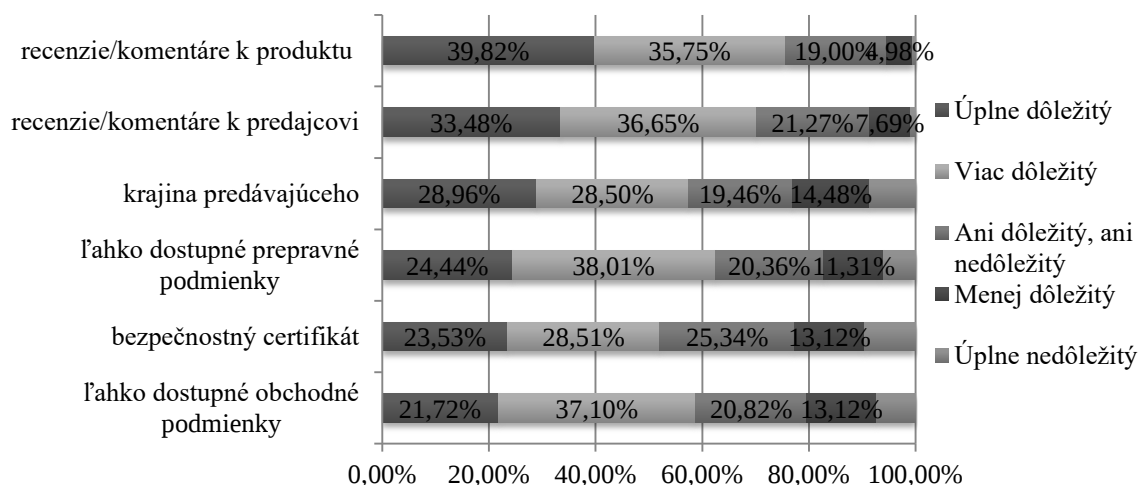
Graf 1: Prehľad dôležitosti cenových faktorov

Zdroj: vlastné spracovanie

Ako vyplýva z grafu 1, cena produktu je dôležitá pre 97,28 % respondentov, pričom možnosť úplne dôležitá označilo 69,23 % respondentov. Cena produktu nie je úplne nedôležitým faktorom pre žiadneho z respondentov. Pre účastníkov prieskumu je taktiež dôležité porovnanie ceny s cenou v kamennom obchode, pričom za dôležité ho považuje 85,07 % respondentov. 43,89 % respondentov označila tento faktor za úplne dôležitý. Možno predpokladať, že tento výsledok súvisí s tým, že užívatelia zisťujú cenový rozdiel medzi online a offline predajňami a tento rozdiel si porovnávajú s nedostatkom informácií pri kúpe (napr. nemožnosť vidieť, vyskúšať produkt pred kúpou). Zľavy považuje za dôležité 77,83 % respondentov, poštovné považuje za dôležité 73,30 % respondentov. Na základe týchto výsledkov možno predpokladať i to, že zmeny vybraných faktorov týkajúcich sa ceny produktu (zníženie ceny, dodatočná zľava, bezplatné poštovné) môžu priniesť zvýšenie objednávok produktu.

Výsledky ohľadom faktorov týkajúcich sa dôvery k produktu a predajcovi sú uvedené v grafe 2. Spolu ich bolo 6. Recenzie k produktu sú dôležité pre 75,57 % respondentov, pričom 39,82 % respondentov označilo tento faktor za úplne dôležitý. Recenzie týkajúce sa predajcu sú dôležité pre 70,13 % účastníkov prieskumu. Ako je zrejmé z grafu 2, ostatné faktory z tejto kategórie (krajina predávajúceho, ľahko dostupné obchodné a prepravné

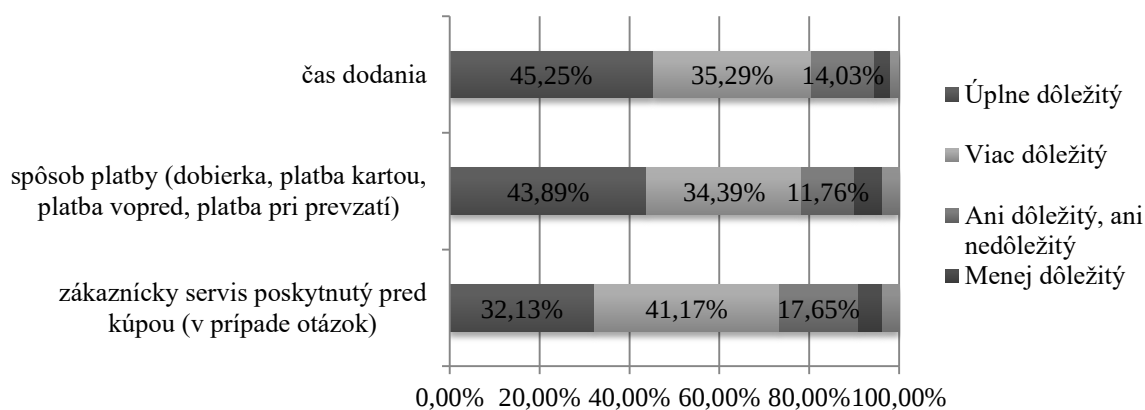
podmienky, bezpečnostný certifikát) sú dôležité minimálne pre 50 % respondentov. Na základe výsledkov uvedených v grafe 2 je možné spoločnostiam odporučiť zvýšenie snáh o budovanie pozitívnych referencií a reagovanie na negatívne referencie s cieľom napraviť poškodené meno produktu či spoločnosti.



Graf 2: Prehľad dôležitosti faktorov týkajúcich sa dôvery k produktu a predajcovi

Zdroj: vlastné spracovanie

Ďalšiu analyzovanú kategóriu faktorov tvorili 3 faktory týkajúce sa zákazníckej skúsenosti. Tá vyjadruje ich pohodlie pred nákupom, počas nákupu aj po nákupe. Výsledky sú uvedené v grafe 3.



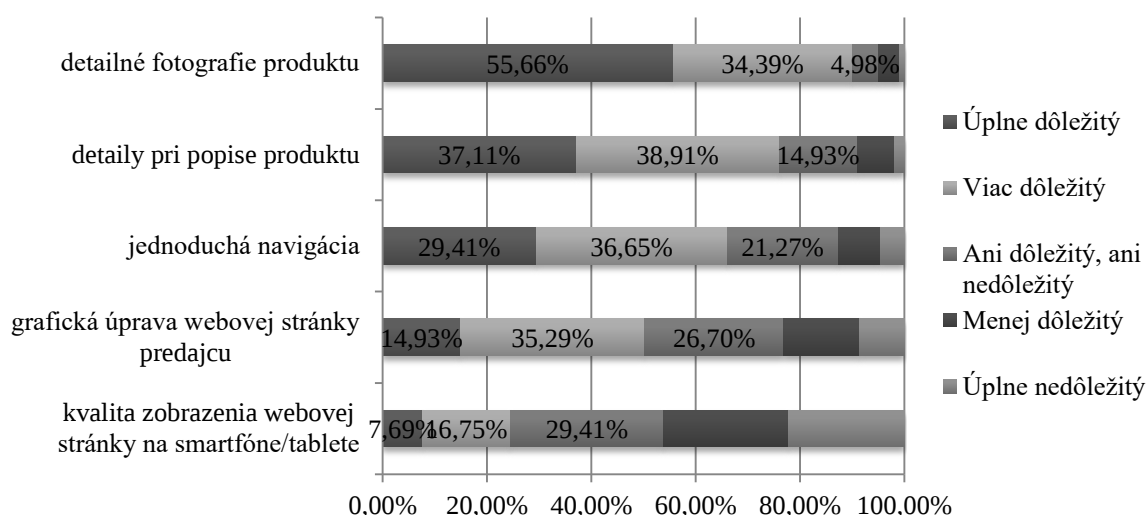
Graf 3: Prehľad dôležitosti faktorov týkajúcich sa zákazníckej skúsenosti

Zdroj: vlastné spracovanie

Na základe údajov uvedených v grafe 3 možno konštatovať, že čas dodania je dôležitý pre 80,54 % užívateľov, pričom 45,25 % respondentov tento faktor označila za úplne dôležitý. Výber spôsobu platby za dôležitý považuje 78,28 % užívateľov, pričom úplne dôležitý je pre 43,89% užívateľov. Zákaznícky servis pred kúpou je dôležitý pre 73,30 % respondentov. Pri čase dodania by sa spoločnosti mali sústrediť na ponúknuť možnosti viacerých prepravcov, resp. viacerých druhov spôsobov doručenia (bežnou poštou, kuriérom a pod.). Zlepšenie skúsenosti pri výbere platby poskytuje možnosť platiť platobnou kartou, zrýchleným

internetbankingom (TatraPay, VÚB Platby), cez internetové platobné systémy (PayPal). Zlepšenie zákazníckej skúsenosti pred nákupom je možné doceliť implementáciou nástroja pre onlinechat, ktorý umožňuje nastavenie spúšťačov. Spúšťače môžu byť nastavené ako reakcia na nejakú akciu užívateľa (napr. ak je užívateľ na stránke platby a je tam dlhšie ako 3 minúty, čo indikuje možný problém).

Poslednou sledovanou a vyhodnocovanou skupinou faktorov bolo 5 faktorov zameraných na užívateľskú skúsenosť, teda jednoduchosť práce s webovou stránkou. Z grafu 4 vyplýva, že z tejto skupiny faktorov sú pre respondentov pri kúpe prostredníctvom internetu najdôležitejšie faktory týkajúce sa detailov produktu. Detailné fotografie produktu považuje za dôležité 90,05 % užívateľov a detaily pri popise produktu sú dôležité pre 76,02 % z nich. Jednoduchá navigácia je dôležitá pre 66,06 % respondentov. K menej dôležitým faktorom v tejto skupine patrí grafická úprava webovej stránky, ktorú za úplne dôležitú považuje iba 14,93 % opýtaných. Kvalitu zobrazenia na mobilných zariadeniach za úplne dôležitú považuje iba 7,69 % užívateľov. Možno predpokladať, že aj grafická úprava webovej stránky, aj kvalita zobrazenia na mobilných zariadeniach sú užívateľmi vnímané podvedome, a preto majú podľa ich vyjadrení v porovnaní s ostatnými vybranými faktormi v tejto skupine nižšiu dôležitosť.



Graf 4: Prehľad dôležitosti faktorov týkajúcich sa užívateľskej skúsenosti

Zdroj: vlastné spracovanie

Z analýzy faktorov uvedených v grafe 4 vyplýva odporúčanie pre spoločnosť – venovať pozornosť vytváraniu kvalitných fotografií svojich produktov, a poskytovať dostatočné množstvo informácií o produkte potenciálnym zákazníkom.

Okrem zisťovania vnímania dôležitosti vybraných faktorov pri kúpe prostredníctvom internetu v podmienkach slovenského trhu bolo predmetom záujmu v tomto príspevku aj zisťovanie rozdielov dôležitosti faktorov vzhľadom na rod. Tento rozdiel sme zisťovali pomocou Mann-Whitneyho testu. Výsledky sú uvedené v tabuľke 1.

Na základe výsledkov z tabuľky 1 možno konštatovať, že rozdiely v dôležitosti faktorov ovplyvňujúcich online nakupovanie je podľa vyjadrení respondentov iba pri faktorech ceny. Hypotéza H1 sa teda nepotvrdila, namerané rozdiely sa javia ako náhodné.

Zhrnutie výsledkov prieskumu:

- 1.) K najdôležitejším faktorom ovplyvňujúcim kúpu prostredníctvom internetu podľa vyjadrení respondentov patria faktory týkajúce sa ceny, faktory týkajúce sa dôvery k nakupovanému produktu a predajcovi, faktory týkajúce sa zákazníckej skúsenosti a faktory týkajúce sa užívateľskej skúsenosti. Vybrané faktory v rámci skupiny užívateľskej skúsenosti sa javia v porovnaní s ostatnými spomenutými skupinami faktorov ako menej dôležité.
- 2.) Rod nemá vplyv na vnímanie dôležitosti vybraných faktorov pri nakupovaní prostredníctvom internetu. Rozdiely boli spozorované iba pri vybraných faktoroch týkajúcich sa ceny.

Prezentovaný prieskum prinášajú niekoľko podnetov na diskusiu pri tvorbe marketingovej stratégie spoločností, ktorých cieľovou skupinou sú mladí ľudia (Generácia Y): a.) zníženie ceny, dodatočná zľava a bezplatné poštovné môžu priniesť zvýšenie objednávok produktu; b.) pozitívne referencie a reagovanie na negatívne referencie môžu napraviť poškodené meno produktu/spoločnosti; c.) zlepšenie zákazníckej skúsenosti pred nákupom možno docieľiť implementáciou nástroja pre onlinechat, ktorý umožňuje nastavenie spúšťačov; d.) podľa vyjadrenia respondentov je dôležité venovať dostatočnú pozornosť vytváraniu kvalitných fotografií produktov a poskytovať dostatočné množstvo informácií o produkte.

Tabuľka 1: Rozdiel v dôležitosti faktorov pri kúpe prostredníctvom internetu vzhľadom na rod

Faktor	U	Z	p-hodnota
<i>Faktory ceny</i>			
cena produktu	3496,500	2,598663	0,009359*
poštovné	2960,500	3,902861	0,000095*
poskytnuté zľavy pri nákupe	3575,000	2,407657	0,016056*
porovnanie s cenou v kamennom obchode	4368,500	0,476908	0,633428
<i>Faktory dôvery</i>			
recenzie/komentáre k produktu	3999,000	-1,37598	0,168830
recenzie/komentáre k predajcovi	4331,500	-0,56694	0,570758
bezpečnostný certifikát	4333,000	-0,56329	0,573240
ľahko dostupné obchodné podmienky	4367,000	0,48056	0,630831
ľahko dostupné prepravné podmienky	4273,500	0,70806	0,478907
krajina predávajúceho	4466,500	-0,23845	0,811529
<i>Faktory zákazníckej skúsenosti</i>			
spôsob platby	3872,000	1,68499	0,091991
čas dodania	3920,000	1,56820	0,116835
zákaznícky servis poskytnutý pred kúpou	3924,500	-1,55725	0,119412
<i>Faktory užívateľskej skúsenosti</i>			
detaily pri popise produktu	4504,000	-0,14721	0,882967
detailné fotografie produktu	3976,000	1,43194	0,152162
grafická úprava webovej stránky predajcu	4032,000	-1,29568	0,195086
jednoduchá navigácia	4072,000	-1,19835	0,230780
kvalita zobrazenia webovej stránky na smartfóne/tablete	3823,000	-1,80422	0,071197
* významné na hladine $\alpha = 0,05$			

Zdroj: vlastné spracovanie

Výsledky tohto prieskumu sa nedajú zovšeobecniť kvôli veľkosti a zloženiu prieskumnej vzorky. Môžu byť podkladom pre ďalšie prieskumy a výskumy v oblasti online nakupovania výrobkov a služieb a inšpiráciou pri vytváraní internetových predajní ako aj realizáciu experimentov s jednotlivými elementmi v rámci optimalizácie miery konverzie za účelom zvyšovania tržieb z elektronického predaja.

ZÁVER

Hlavným cieľom tohto príspevku bolo zistiť vnímanie dôležitosti vybraných faktorov pri kúpe prostredníctvom internetu v podmienkach slovenského trhu. Analyzované boli štyri skupiny faktorov – faktory týkajúce sa ceny, dôvery voči produktu a predajcovi, zákazníckej skúsenosti a užívateľskej skúsenosti. Všetky vybrané faktory (s výnimkou faktoru týkajúceho sa užívateľskej skúsenosti) sa podľa vyjadrení respondentov, potenciálnych a reálnych zákazníkov, javia ako dôležité. Rovnako bolo zistené, že pri hodnotení dôležitosti sledovaných faktorov neboli u respondentov spozorované rozdiely medzi mužmi a ženami.

LITERATÚRA

- Beleščák, D. 2014. *Vytvárame e-shop ve WordPressu pomocí WooCommerce*. Brno: Computer Press, 2014.
- Beynon-Davies, P. 2012. *eBusiness*. New York: PalgraveMacmillan, 2012.
- Bucko, J. 2013. Výučba inovatívnych foriem bezpečnej elektronickej komunikácie Praktické aspekty použitia elektronického podpisu vo výučbe. In: *Academia*, 2013, č. 3, s. 22-38.
- Bucko, J. – Vejačka, M. 2011. The role of electronic identity in the informatization of public administration and society. In: *Naukovij visnik Užhorodskovo universitetu : serija Ekonomika*. Vol. 34, no. 2, 2011, s. 265-269.
- Cantú, E.P. - Morejón, V. – Molinaand, M. – WONG, A. M. 2014. *GESTIÓN E IMPACTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL RENDIMIENTO EMPRESARIAL/E-COMMERCE MANAGEMENT IMPACT IN BUSINESS PERFORMANCE*. Hilo: Institute for Business & Finance Research ProQuest Central.
- Delina, R. – Tkáč, M. – Janke, F. 2012. *Trust building electronic services as a crucial self-regulation feature of Digital Business Ecosystems*. Journal of Systems Integration, 2012, vol. 3(2), s. 29-38.
- Downing, C.E. – Liu, C. 2014. Assessing Web Site Usability in Retail Electronic Commerce. *Journal of International Technology and Information Management*, 2014, vol. 23, no. 1. s. 27-II.
- Dumitriu, D. – Voicu, P. - Dumitrescu, A. 2013. *ENTREPRENEURSHIP AND E-COMMERCE SOLUTIONS IN CURRENT GLOBAL BUSINESS ENVIRONMENT - A RECIPE FOR SUCCESS*. Bucharest: Niculescu Publishing House, 11, 2013.
- Freeme, D. – Gumede, P. 2012. *Determining the Maturity Level of eCommerce in South African SMEs*. Reading: Academic Conferences International Limited, 09, 2012.
- MacGregor, R. – Vrazalic, L. 2007. *E-Commerce in Regional Small to Medium Enterprises*. Hershey: IGI Publishing, 2007.
- Masínová, V. – Svandová, Z. 2014. *Factors Defining Satisfaction and Loyalty of the Online Shopping Customers within e-Commerce and Cyber Entrepreneurship*. Reading: Academic Conferences International Limited, 09, 2014.
- Minculete, G. 2013. *ISSUES REGARDING ELECTRONIC COMMERCE AND E-MARKETING*. Bucharest: "Carol I" National Defence University, 2013, ProQuest Central.

- Novotný, J. – Duspiva, P. 2014. Faktory ovlivňující kupní chování spotřebitelů a jejich význam pro podniky. In: *E+M Ekonomie a Management*, 2014, vol. 17, no. 1, s. 152-166.
- Pilík, M., 2013. *Selected Factors Influencing Customers' Behaviour in e-Commerce on B2C Markets in the Czech Republic*. Reading: Academic Conferences International Limited, 09, ProQuest Central.
- Qin, Z. 2010. *Introduction to E-commerce*. Beijing: Tsingua University Press, 2010.
- Raisová, M. – Bánociová, A. 2012. Issues of Slovak Business Environment. In: *Procedia Economics and Finance : Emerging Markets Queries in Finance and Business : EMFB*, 2012 : 24.27 October 2012, Tîrgu-Mureş, România. Vol. 3 (2012), s. 1223-1228.
- Révészová, L., 2014, *New challenges in managers' education* In: Aplikácie informačných technológií. Roč. 3, č. 1 (2014), s. 44-62. - ISSN 1338-6468 .
- Seer, L. – Berács, J. – Pop, M. D. 2012. *The Possible Causes of Low E-Commerce Adoption in Romania – Conceptualization of Trust Effect with Regard to Low Level of Technology Acceptance*. Cluj-Napoca: Babes Bolyai University ProQuest Central.
- Štefko, R. – Dorčák, P. – Pollák, F. 2011. Shopping on the internet from the point of view of customers. In: *Polish Journal of Management Studies*, 2011 vol. 4, no. 1, s. 214-222.
- Tan, S., 2013. *EcomHell: How To Make Money In Ecommerce Without Getting Burned*. San Francisco: ECOM HELL, 2013.
- Ullman, L. 2013. *Effortless E-Commerce with PHP and MySQL*. San Francisco: New Riders, 2013.
- Vejačka, M. 2013. *Electronic banking acceptance among young adult internet users in Slovakia*. In: *Journal of Economy, Business and Financing*, 2013, vol. 1., no. 1, s. 1-7.
- Vilčeková, L. – Sabo, M. 2014. Nákupné správanie slovenských spotrebiteľov naprieč vybranými demografickými ukazovateľmi. In: *Trendy v podnikaní – BusinessTrends*, 2014, Vol. 4, no. 1, pp. 66-72.

Autori:

doc. RNDr. Jozef Bucko, PhD.

Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta
Němcovej 32, 040 01 Košice, Slovensko
Tel.: +421 55 602 3266
e-mail: jozef.bucko@tuke.sk

PhDr. PaedDr. Martina Ferencová, PhD. et PhD.

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Fakulta verejnej správy
Popradská 66, 041 32 Košice, Slovensko
Tel.: +421 55 234 5129
e-mail: mferencov@gmail.com

Mgr. Lukáš Kakalejčík

Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta
Němcovej 32, 040 01 Košice, Slovensko
Tel.: +421 949 581 783
e-mail: kakalejcik.lukas@gmail.com

Recenzenti:

doc. Ing. Peter Mesároš, PhD.

doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD.

FACTORS INFLUENCE ON EMPLOYEE RETENTION IN A BULLIED WORKPLACE: AN EMPIRICAL INVESTIGATION IN PRIVATE SECTOR ORGANIZATIONS IN SRI LANKA

P. Edirisinghe – A. Chamaru De Alwis

Abstract

Purpose of the article Workplace bullying is one of the critical and contemporary issues that organizations are facing today. Due to toxic working environment created by the workplace bullying, some employees tend to leave organizations while some are retaining. Therefore the main objective of this study was to measure the factors affecting to employee retention in a bullied workplace.

Methodology/methods Study identified employee retention as depended variable and economic factors, loyalty towards organization and social status as independent variables. Population of the study was all assistants who joined private sector organizations in Sri Lanka within the recent two years and randomly selected 100 assistants in Colombo district was the sample of the study. Formal survey was used to collect primary data by administering a self-developed questionnaire which was distributed by hand, e-mail and telephone.

Research Findings According to the findings of the study, it revealed that out of 96 usable questionnaires 71 respondents which represented 74% were bullied employees. Study found a weak positive statistically insignificant correlation between economic factors and employee retention and moderate positive statistically significant correlations between loyalty and social status with employee retention.

Conclusions (limits, implications etc.) There were significant impact of employee loyalty towards organization and social status on employee retention in a bullied workplace.

Keywords: Workplace bullying, Employee retention, Economic factors, Loyalty, Social Status

JEL Classification: O16

INTRODUCTION

Retention and development of employees is one of the critical challenge that faced by the organizations especially in developing countries (Ariyawansa, 2008). Contemporary Human Resource Management (HRM) issues like workplace bullying, Surveillance, Human Resource (HR) outsourcing may affect to the employees' performance as well as their desire to stay within the organization (Mehdi, et al. 2013). Among them workplace bullying is very critical and one of the emerging but severe issues in the business world.

Workplace Bullying (WB) can be defined as harassing, offending, socially excluding someone or negatively affecting someone's work tasks. In order for the label bullying to be applied to a particular activity, interaction or process it has to occur repeatedly and regularly (e.g. weekly) and over a period of time (e.g. about six months) (Einarsen et al, 2003).

Everyone who work in a workplace expects a healthy and employee-friendly working environment which enhances the employee performance and their commitment. A healthy working conditions improves their outcomes and positively affect to the organizations. However bullying at work creates conflicts among employees and it may harassing employees in many ways. Bullying can take any forms, and anyone can be a bully, even unintentionally, and can be unaware of it. Bullying at work is a perceptual construct as well as a matter of job security.

Bulling might affects to employee in both physically and psychologically. Further it damages the healthy relationship between employer and employee. As a result of being a bullied, many employees tend to leave their jobs. Therefore managers should provide suitable atmosphere in organizations to decrease workplace bullying which leads to increasing in the level of turnover intentions among employees.

When concerning the Sri Lankan context, written evidences regarding workplace bullying are very limited. Many organizations may not reveal their certain cases on bullying. Most of times they keep it as a secret. But workplace bullying is very critical as it affects a lot in employees' working lives especially in Private sector of Sri Lanka. Most of times employees were bullied by their immediate supervisors or by their same level seniors and as a result of that most employees tend to leave their organizations as they are dissatisfied (Cooray, 2011). Further she stated her personal experiences that she had met a female manager who liked only to recruit males under her and then they could be her slaves and another male manager had mentioned that he liked to have women under him who were easily stressed out over work. Many self-employed women were facing various obstacles because of sexual stereotyping, isolating and persuasion that they were not competent enough (Fernando, 2014). Jayasuriya (2012) showed that bullied employees either can leave their jobs to get rid of bullying circumstances or can make attempt to beat the bully.

Sarcasm, inappropriate jokes, persistent teasing and name calling, isolation of physically or socially, ignoring, spreading gossips, preventing access to opportunities are some ways of having workplace bullying in Sri Lankan context. According to the discussions with the Private sector employees as well as with researchers' personal experiences, employees are threatened repeatedly by both managers and customers, sometimes they are continuously yelled unnecessarily in front of other employees by the head of the branches, sometimes they are the continuous targets of unnecessary jokes, at the same time employees are being blamed or insult and forced to quit their jobs etc. are some of bullied cases arising in a Sri Lankan workplace. But unfortunately in Sri Lanka it seemed that everyone fear for standing up against bullies. As a result of that employees are stressed and have low performance in their workplaces. Then it will affect to the effectiveness and efficiency of the

organizations. Therefore workplace bullying is one of the critical issue that should be addressed in a workplace.

Employee retention is very much important as it reduces the cost for the organizations. Organizations should make sincere efforts to retain their employees, as it causes to have huge costs for organizations at the process of hiring, training and making employees fit with the organization. Further they have pointed out the importance of employee retention as: “Employees sticking to an organization for a longer time tend to know the organization better and develop a feeling of attachment towards it. The employees who stay for a longer duration are familiar with the company policies, guidelines as well as rules and regulations and thus can contribute more effectively than individuals who come and go.”

When an employee leaving an organization it causes not only the loss of the employee but also the knowledge acquired by him, current projects, loyal customers of that employee, competitor as well. (Irshad, 2012). Therefore the retention of employees is very much important for the organization as well as for the employee.

When the employees are bullied, most of times they tend to leave the organizations because they cannot bear the toxic circumstances or it is very difficult to engage with work for them. Employees are being bullied due to heavy workload, unnecessary jokes and rumors, threatening, isolating etc. But while some employees are leaving or quitting their jobs, the others are remaining in the workplace. **Therefore this study concerns what are the factors cause to the retention of the employees in a bullied workplace.**

1 OBJECTIVES OF THE STUDY

In general the main objective of this study is to measure the factors affecting employee retention in a bullied workplace. Accordingly specific objectives are,

- To identify the relationships between Economic Factors (EF), Employee Loyalty (EL) and Employee Social Status (ESS) and employee retention of bullied employees in Private sector organizations in Sri Lanka.
- To measure the relationships between ES, EL and ESS and employee retention of bullied employees in Private sector organizations in Sri Lanka.

2 METHODOLOGY

2.1 CONCEPTUAL FRAMEWORK

Though employees are bullied some of them may not leave form their working place due to various reasons. Therefore the dependent variable of this study was the employee retention in a bulled workplace and the independent variables were Economic Factors (EF), Employee Loyalty (EL) and Employee Social Status (ESS).

Independent variables

Economic Factors (EF): Many employees retain with their jobs due to their economic barriers. Financial benefits as well as non-financial benefits provided by the organization are more important. EF means all the concerns that an employee takes into account regarding their income and investments. EF means “a consideration regarding how a consumer's disposable income and other financial resources tend to impact their buying activities.” Allen (2008) showed that compensation and rewards that are attractive and competitive are very critical in the retention of employees and retention of

high performing employees can be increased by providing performance-based rewards and at the same time it may cause to increase of the leaving of low performers of the organization. So though the working conditions are very tough, they may value their jobs a lot to their day to day lives. They may highly depend on their salary and other benefits. Sometimes the salary would be the main and only income source for the family. If there are number of dependents, this matter may concerns a lot. For example, an employee may not quit as he or she has to educate his or her children and job is the only way of earning income for the family. Sometimes he or she has to look after the parents with his family as well. Human Resources Management practices such as equitable compensation schemes and career advancement opportunities can manage the employee turnover intentions especially among women and minorities (Allen, 2008). Not only the monetary benefits but also the other EF such as increasing cost of living, situation of the job market etc. may cause to retain in jobs. Because of their qualifications they may not able to find out a new job. Therefore this study is conducted in order to find out the extent of EF that impact on employees' retention in a bullied workplace. Hence indicators to measure EF are, financial benefits, Non-financial benefits Pay equitability and Job market.

Employee Loyalty (EL): Employees may not quit because of their loyalty towards the organization. EL means the degree to which an employee is stick to the organization. As per MBA Brief (2014) EL means "the extent to which the personnel are faithful to the organization, having feelings of bonding, inclusion, care, responsibility and devotion towards it. It can also be described as the extent to which there is a general willingness among employees to make an investment or personal sacrifice for the good of the organization." So employees may love their job as well as their organization a lot. They may consider it as an important part of their lives. Allen (2008) showed that employees who are rooted to the organization and who have various relationships, have lots of reasons to stay in the organizations. Further he pointed out that employee engagement is very important in the case of retaining employees and engaged employees are more satisfied with their jobs, enjoy their work and organization etc. In a toxic working environment employees may not leave organization as they value their job and organization a lot. Sometimes they are waiting hoping for change of the bully or they may trust their employer a lot that they may resolve the conflict. They may very much expect the recognition from their managers and to be listened. According to Watson Wyatt survey in 1997, quoted by Ariyawansa (2008) if employees were repeatedly criticized in front of the other workers, it would lead to employees' intention to quit and it would totally damage the saying "Praise in public but criticize in Private." Therefore if managers are treated employees well it cause to the EL and their retention intention. Some employees may loyal to the organization as they believe that they have learnt a lot from the organization and as a result of that they may not leave the organization. Therefore the degree to which an employee adhere to the organization or job is a critical factor in employee retention. Though they are bullied, if the employees are very much loyal they may not leave. Hence, researchers concerns Sense of belongingness, Learning and relationship with the boss.

Employees' Social Status (ESS): Another factor that Researchers concerns is ESS. It means person's standing or importance in relation to the other people within a society. According to Encyclopaedia Britannica. Inc (2014) ESS means "the relative rank that an individual holds, with attendant rights, duties, and lifestyle, in a social hierarchy based upon honour or prestige." Because of employee's self-esteem, they may not leave their jobs. Though they are bullied, they may feel that if they resign or leave their jobs it may affect to their dignity.

Sometimes it may affect to their personal lives too. Employees who are bullied may perceive their position in the social hierarchy and they may expect better recognition in the society. Therefore though they are bullied they not leave the organization. Employees may highly concern their respect in the society as well as within the organizational premises. Hence they may bear tough working conditions. Here researchers concerns Personal pride, Family, Misunderstanding and Social Recognition.

Dependent variable

Employee retention in a bulled workplace: Employee retention means staying employees for a longer period of time in an organization. Workplace bullying means harassing, offending, socially excluding someone or negatively affecting someone's work tasks. In order for the label bullying to be applied to a particular activity, interaction or process it has to occur repeatedly and regularly (e.g. weekly) and over a period of time (Einarsen,et al,2003). Irshad (2012) mentioned that retaining an employee is very important than hiring as it consumes higher cost to orientate and train a new employee. Therefore retaining employees in an organization is a vital target. According to Irshad (2012) organizations provide high salary and designation, leave policy, leadership style, work environment, remuneration and rewards, organization justice, performance appraisal etc. to retain employees. But if people are bullied, the working conditions may not good and it may affect to their performance and their mentality as well. But there are some reasons which make employees to retain in their jobs though it is very hard to stay. Therefore many employees may not quit due to various reasons while other employees are leaving. They may able to bear those difficulties; sometimes they may confident enough their performance; at the same time they may ignore the abusive actions. Hence, researchers considers in measuring employee retention through following indicators, Ability of managing challenges, Retention intention and Ignorance.

Based on above factors the following conceptual model was developed based on the association identified.

$$\text{Employee Retention in a bulled} = f(\text{EF}, \text{EL}, \text{ESS}) \quad (1)$$

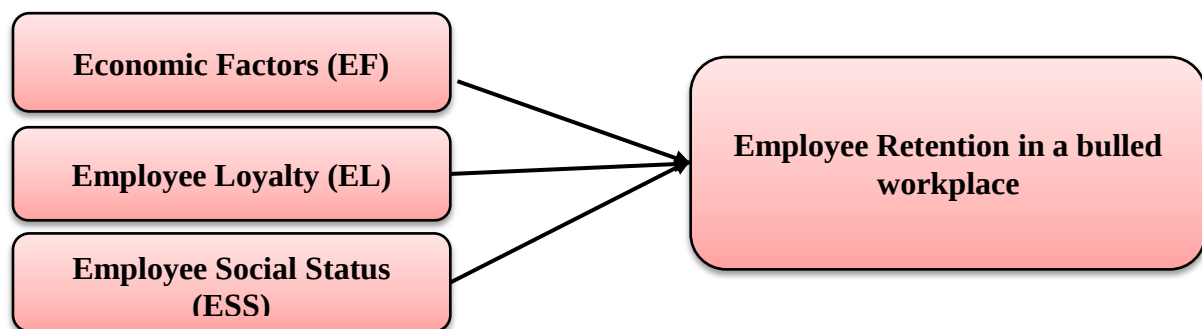


Figure 1: Conceptual Framework

2.2 HYPOTHESIS OF THE STUDY

Based on the above relationships, the study has developed following hypothesis:

- H1: Economic factors significantly influence on employee retention in a bullied workplace.
- H2: Employee loyalty significantly influence on employee retention in a bullied workplace.

H3: Employee social status significantly influence on employee retention in a bullied workplace.

2.3 OPERATIONALIZATION OF THE STUDY

The general purpose of this study is to test the hypothesis developed for this research. It is to measure the impact of factors influence on employee retention in a bullied workplace. Independent variables are EF, EL and ESS while dependent variable is employee retention of bulled employees. For this study quantitative approach was mainly used. Hence this study is quantitative, it was conducted as a survey to gather data in order to test the developed hypothesis and to achieve the objectives. The type of investigation was correlational because researchers is interested in defining the important variables associate with the problem. This study was conducted in the natural working environment with minimum interference and collected the data mainly by administering questionnaire at the workplaces. Study was conducted in natural work environment where work proceeds normally. There would not be any interference to normal working conditions as survey method was used. The unit of analysis for this study was the individual. Each employee's response would be considered as an individual data source. The gathering data for this study were one shot and data were collected perhaps over a period of one week.

2.4 POPULATION SAMPLE AND SAMPLE DESIGN

This study was conducted for the "Assistants who joined organization within recent two years and who work in Private sector organizations in Sri Lanka". "Office staff assistant is an employee who maintains office operations by receiving and distributing communications; maintains supplies and equipment; picking-up and delivering items; and serving customers" (Monster, 2014). Therefore the duties resist with the assistant are typing, filling, taking inventory, keeping records, prepare documents, process mails, some data entry tasks and payroll tracking. They may represent the entry level organizational level where who enters to corporate and follow instructions provided by the professional of supervisory level. Researchers selected Colombo district as sample area. Randomly selected 100 assistants were the sample for the study.

Procedure and Data collection Method

In order to gather primary data researchers used a self-administered questionnaire which was distributed for the purpose of testing developed hypothesis of the study. The questionnaire had three parts. Part A was consist of a question with ordinal scale relating to the employees' experience of workplace bullying. It has three parts as "It is happening to me now", "It happened to me" and "It never happened to me". Part B was consist of demographic characteristics of the employees such as Age, Gender, and Education level, Marital Status, Designation and Duration in the post. Part C was consist of 18 statements relating to economic, loyalty and ESS factors and employee retention. Respondents indicated their preferences according to a Likert scale numbered extent from 1- (strongly disagree) to 5- (strongly agree). Both negative and positive questions were developed in order to obtain quality data.

After developing the preliminary questionnaire, the reliability was measured by conducting a pilot survey using 15 office staff assistants. The interim consistency reliability was measured by using the Cronbach's coefficient alpha and all results were more than .7.

After that researchers administrated questionnaire by hand and by using e-mail. From the gathered data researchers selected the bullied employees in order to achieve the purpose of the study.

3 FINDINGS

In order to measure the relationships between EF, EL and ESS and employee retention in a bullied workplace, researchers conducted Pearson's correlational analysis.

Table 1: Correlation between EF, EL and ESS with employee retention in a bullied workplace

	EF	Loyalty	ESS
Employee retention in a bullied workplace	.198	.440**	.354**
Sig. (2 tailed)	.098	.000	.002
N	71	71	71

Note: ** Correlation is significant at the 0.01 level (2- tailed)

Source: Survey Data, 2014

As per the Table 1, the correlation coefficient was conducted to access the relationship between EF and employee retention. Therefore, there is a positive correlation between two variables, $r = 0.198$, $n = 71$, $p = 0.098$. As r value is lower than the 0.25, there is a weak relationship and the significant level is at 0.098 which is $P > 0.05$. Therefore there is a weak positive statistically insignificant relationship between EF and employee retention in a bullied workplace. Correlation coefficient was conducted to access the relationship between EL and employee retention. Therefore, there is a positive correlation between loyalty towards the organization and employee retention, $r = 0.440$, $n = 71$, $p = 0.440$. The correlation coefficient is between 0.25 and 0.75. It indicated a moderate relationship. The significant value is, $P < 0.05$. Therefore it reveals that there is a moderate positive statistically significant relationship between loyalty and employee retention in a bullied workplace where correlation is significant at the 0.01 level. Correlation coefficient is conducted to access the relationship between ESS and employee retention. Therefore, there is a positive correlation between ESS and employee retention, $r = 0.354$, $n = 71$, $p = 0.002$. The correlation coefficient was between 0.2 and 0.75 which indicates a moderate relationship between two variables. The significant value is, $P < 0.05$. Therefore it reveals that there is a moderate positive statistically significant relationship between ESS and employee retention in a bullied workplace where correlation is significant at the 0.01 level.

Table 2A: Results of multiple regression analysis on employee retention in a bullied workplace

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F
1	.479 ^a	.229	.195	2.03893	6.669

Source: Survey Data, 2014

Table 2B: Results of multiple regression analysis on employee retention in a bullied workplace

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.503	1.698		2.063	.043
EF	.057	.067	.094	.854	.396
Loyalty	.295	.110	.331	2.673	.009
ESS	.124	.082	.185	1.516	.134

Source: Survey Data, 2014

According to the Table 2A, 0.479 is the multiple correlation coefficient of the relationship between dependent variable and all the independent variables in together. Value of R square of 0.229 shows that 22.9% variance in employee retention is accounted for by all the independent variables which are EF, loyalty and ESS together. Therefore other factors will effect on employee retention by 77.1%. Based on the standardized coefficient Beta value Loyalty factors have the more impact when all the variables taken together. Therefore 33.1% change will result in employee retention by the change in one unit of loyalty. The change will be positive at the significant level of 0.009. But other factors have insignificant relation with p values of more than 0.05. Therefore EF and ESS are insignificantly but positively correlate with the employee retention at the multiple regression analysis. Hence

$$Y = a + bX + b_1X_1 + b_2X_2 \quad (2)$$

$$Y = 3.503 + 0.094(EF) + 0.331(LF) + 0.185(SS) \quad (3)$$

where:

Y – Employee retention in a bullied workplace,

a – Intercept,

b – Slope of the economic factor variable,

X – EF,

b₁ – Slope of the loyalty factor variable,

X₁ – Loyalty Factors,

b₂ – Slope of the ESS factor variable,

X₂ – ESS Factors.

Testing Hypothesis

In order to testing the hypothesis researchers used linear regression analysis. There, if the P value is less than 0.05 alternative hypothesis is accepted. It means if the P value is less than 0.05 it shows a statistically significant relationship between variables.

Hypothesis 1: Economic factors significantly influence on employee retention in a bullied workplace.

According to the Table 1, the P value scores a value of 0.098 which is greater than 0.05. Therefore it proves that there is not a significant impact of EF on employee retention in a bullied workplace. Hence null hypothesis is accepted.

Hypothesis 2: Employee loyalty significantly influence on employee retention in a bullied workplace.

According to the Table 1, the P value scores a value of 0.000 which is less than 0.05. Therefore it proves that there is a significant impact of loyalty on employee retention in a bullied workplace. Hence null hypothesis is rejected and alternative hypothesis is accepted under 5% confidence level.

Hypothesis 3: There is a significant impact of ESS on employee retention in a bullied workplace.

According to the Table 1, the P value scores a value of 0.002 which is less than 0.05. Therefore it proves that there is a significant impact of ESS on employee retention in a bullied workplace. Hence null hypothesis is rejected and alternative hypothesis is accepted under 5% confidence level.

Table 3: Summary of hypothesis testing

Hypothesis	Accepted	Rejected
1		✓
2	✓	
3	✓	

Source: Survey Data, 2014

4 DISCUSSION

Objective number four was achieved by conducting the Pearson correlation (r) which indicated in the Table 1 there were moderate positive relationships between employee retention and loyalty and ESS factors. But EF had weak insignificant but positive relationship. In order to achieve objective number five researchers conducted Lanier regression analysis to consider whether there were significant impact on employee retention of each selected factor. There researchers could identified that there were statistically significant impact on employee retention by loyalty factors and ESS. But EF were not significantly impact on employee retention desire according to the study. Therefore finally it can be said that researchers could achieve prescribed objectives of the study.

5 CONCLUSION

According to the findings of this study many of employees have experienced workplace bullying or currently they are experiencing it. There is an insignificant weak but positive relationship between EF and employee retention of bullied employees which was mainly included compensation, pay equitability and job market. There was an insignificant impact on EF on employee retention too. This supports the findings of Bersin (2013) which concluded that "Compensation plays a role, but not as much as you may think. All the experience we have shown that for mid-performing people compensation is a "hygiene" factor - too little money will definitely create high churn, but over compensating people won't make up for a poor work environment.". Ariyawansa, (2008) also revealed that the pay is important but it is not the only factor when employees' concerning to retain or leaving the organization. But it is contradicting according to the findings of Lindgren and Paulsson (2008) as they have mentioned that employees are working for money and as per Abeyrathne (2007) there was a

statistically significant negative correlation between reward management and intention to quit. Employees leaving their bosses than leaving their organization. Therefore loyalty towards the organization is another factor that researchers considered indicating sense of belongingness, learning and boss where resulted a statistically significant moderate and positive relationship with employee retention. According to Sanda and Ntsiful (2013) as a retention tool training is becoming obsolete and it is not like in the past employees are not much excited about traditional ways of workplace learning opportunities like training. According to this study there is a statistically significant impact of loyalty and employee retention of bullied employees. This supports the findings of many researches. Sanda and Ntsiful (2013) has revealed that there is a positive significant relationship between employee engagement and employee retention. ESS is the other factor that the researchers concerned in this study. It is revealed that there is a statistically significant but moderate relationship between the ESS and employee retention in a bullied workplace. And also there is a significant impact on employee retention of it. It also supported the findings of Tseng and Wallace, (2009) and Know Bull- Australia, (2010). Therefore, researchers could prove two hypothesis out of developed three by conducting linear regression and could achieve all the objectives of the study. Taken as a whole there is a positive relationships with each factor with the dependent variable which is employee retention. Finally, it can be concluded that both loyalty factors and ESS factors are significantly impact on employee retention while EF are insignificantly impact on employee retention whereas all have moderate positive relationships with the employee retention in a bullied workplace with respect to the Private sector of Sri Lanka.

6 RECOMMENDATIONS

According to this study it is revealed that there are positive moderate relationships between each factor such as EF, EL and ESS and ER. Though the EF are insignificantly impact on ER there have significant impact on it. Therefore it is better to improve working conditions within the workplace especially factors relate with the immediate bosses, superiors and managers. If the bosses are really helpful, respectful, and well-proficient the employees would prefer in retain in the workplace. Employees concern about their dignity, recognition, self-esteem as well as social recognition. Employee are highly consider about the non- financial benefits such as good working conditions, recognition, respect and confidence in working. Therefore companies have to think about implement and further developed the policies and strategies on behalf of improve employee retention. Compensation also plays a role but it is only an important factor. But organizations can also implement in order to enhance the pay levels of employees comparing to other same level employees in the industry.

Companies should take actions against workplace bullying in Sri Lanka. Employees are not in a position to report or complain about their hardships or problems occur due to workplace bullying. Most of times they keep it as a secret. Therefore it is very much important to give them chance to report their problems to relevant parties. Though policies and strategies like open door policy, grievance handling are function within the organizations they should be properly managed and there should be well qualified and empathetic officials to handle it. The processes should be conducted in effective and efficient manner. Therefore companies have to thorough their implemented strategies. By implementing and upgrading a well sound communication system, organizations can retain their employees.

Further companies can implement anti- bullying policies, train managers well and employees can be educated and trained in order to prevent or minimize the effect of workplace bullying. That is because it may sometimes severely damage employees' morale,

courage, career, self-esteem and their performance and productivity too. When concerning the company's aspect, prevention or minimizing workplace bullying will be beneficial for gaining high retention, high performance as well as high productivity of their employees.

BIBLIOGRAPHY

- Abeyratne, S.H.A.M. (2008, June 24). The Impact of Organizational Change On Productivity: With special reference to Central Bank of Sri Lanka. Central Bank of Sri Lanka News Survey, 2-11.
- Allen, D. (2008). Retaining Talent: A Guide to Analyzing and Managing Employee Turnover : SHRM Foundation's Effective Practice Guidelines Series.
- Ariyawansa, C. (2008). The role of human resource management in turbulent times. 20th Anniversary Convention: Association of Professional Bankers of Sri Lanka, 293-301.
- Bersin, J. (2013, August 29). Josh Bersin on "Employee Retention Is Now a Big Issue: Why the Tide has Turned". Retrieved May 10, 2014. Cooray, R. (2011, June 12). Big 'bullies' at work. Retrieved September 16, 2014, from <http://sundaytimes.lk/110612/BusinessTimes/bt07.html>
- Corbell, T. (2014, January 1). Workplace Bullies May Hurt Retention of All Employees, Not Just Victims. The Biz Coach. Retrieved November 16, 2014, from <http://www.bizcoachinfo.com/archives/10928>
- Einarsen, S., Hoel, H., & Cooper, C. (2003). Bullying and emotional abuse in the workplace: International perspectives in research and practice. London: Taylor & Francis.
- Encyclopaedia Britannica. Inc. (2014, January 1). ESS. Retrieved October 26, 2014, from <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/551450/social-status>
- Fernando, H. (2014, August 11). Creating an Inclusive Work Environment in Sri Lanka. Retrieved November 6, 2014, from [http://www.kadrigamarinstitute.lk/spotlight/20140811 - Creating an Inclusive Work Environment in Sri Lanka_Hiranya Fernando.pdf](http://www.kadrigamarinstitute.lk/spotlight/20140811-CreatinganInclusiveWorkEnvironmentinSriLanka_HiranyaFernando.pdf)
- Irshad, M. (2012). Factors affecting employee retention: evidence from literature review. Abasyn Journal of Social Sciences, 4(1), 84-88. Retrieved November 8, 2014, from <http://64.17.184.140/wp-content/uploads/2012/12/V4I1-7.pdf>
- Jayasuriya, N. (2012, March 14). Why unqualified managers are harmful to employees: Part I. Retrieved September 16, 2014, from <http://www.ft.lk/2012/03/14/why-unqualified-managers-are-harmful-to-employees-part-i/>
- Know Bull! (Australia). (2010, May 30). Survey Report: Extent and Effects of Workplace Bullying Prepared 30th May 2010 by Know Bull! (Australia) To support 'Workplace Bullying Awareness Month' © 2010. Retrieved November 15, 2014, from [http://www.know-bull.com/Report-Extent and Effects of Workplace Bullying, 2010 print\[full\].pdf](http://www.know-bull.com/Report-ExtentandEffectsOfWorkplaceBullying,2010print[full].pdf)
- Lindgren, L., & Paulsson, S. (2008). An explanatory study of Swedish employees in the financial sector regarding leadership style, remuneration and elements towards job satisfaction. 1- 38. Retrieved November 8, 2014, from <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:205794/FULLTEXT01.pdf>
- MBA Brief. (2014, January 1). Employee Loyalty. Retrieved November 7, 2014, from http://www.mbabrief.com/what_is_employee_loyalty.asp
- Mehdi Mousavi Davoudi, S., Fartash, K., Allahyari, M., & Yarahmadi, H. (2013). Workplace Bullying and Turnover Intentions among Iranian Employees. International Journal of Research in Organizational Behavior and Human Resource Management, 1(1). Retrieved August 20, 2014, from <http://aijsh.org/setup/international/paper2.pdf>

- Monster. (n.d.). Recruiting and Hiring Advice. Retrieved November 3, 2014, from <http://hiring.monster.com/hr/hr-best-practices/recruiting-hiring-advice/job-descriptions/office-assistant-job-description-sample.aspx>
- Sanda, A., & Ntsiful, A. (2013). Dynamics of Employee Retention Among SMEs in a Developing Economy. International Conference on Business Administration, Marketing and Economics. Retrieved November 15, 2014, from <http://www.europment.org/library/2013/venice/bypaper/BAME/BAME-16.pdf>
- Tseng, C., & Wallace, M. (2009). Retention of software employees in the IT industry in Taiwan. 1-11. Retrieved August 1, 2014, from http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1341&context=gcm_pubs
- Yamada, D. (2011, January 17). Workplace bullying in the non-profit sector. Retrieved October 22, 2014, from <https://newworkplace.wordpress.com/2011/01/17/workplace-bullying-in-the-non-profit-sector/>

Authors:

P. Edirisinghe

Department of Human Resource Management
University of Kelaniya, Sri Lanka
piumi327@gmail.com

A. Chamaru De Alwis

Department of Human Resource Management
University of Kelaniya, Sri Lanka
dealwisac@gmail.com

Reviewers:

doc. Ing. František Lipták, DrSc.
doc. Ing. Elena Šúbertová, PhD.

VPLYV TRANSFEROVÉHO OCEŇOVANIA NA VÝSLEDOK PODNIKU

IMPACT ON TRANSFER PRICING OPERATING RESULT

Anna Harumová

Abstract

Purpose of the article Contribution is to point out the differences arising on non-compliance with arm's length principle in business transactions linked (dependents). These differences affect the accuracy of the reported profit and the amount of the tax base and thus the tax paid.

Methodology/methods During the preparation of the present contribution was used basic qualitative and quantitative scientific methods, such as analysis, synthesis, deduction and comparison

Scientific aim Transfer pricing is a difficult issue, and the reason for its existence is a fair distribution of income among tax jurisdictions dependent (related) companies for the purposes of taxation. Scientific aim of this paper is to highlight the impact of differences in transfer pricing on the profit and tax base.

Findings In this article I have these effects a transfer pricing method was presented at arm's length. Differences dependent and independent price we will have on results of operations such influence that he was less a statement and thereby substantially reduce their own capital to a time, though higher tax revenue end up paying.

Conclusions (limits, implications etc.) Transfer pricing is the pricing of cross-border transactions between related parties to conform to the arm's length principle. To interact economically and personally related entities may be artificially influencing the profit in territories with low tax territories at the expense of higher taxes. The normal procedure is that in the home country, the product is valued only at cost (no profit) and profit achieved sales in the country with a favorable tax rate. Individual countries are trying to allocate profit (tax base) in its capacity and gain tax profit in its national budget. It is the same in the Slovak Republic. The problem is that transfer prices are not set on the open market, and therefore may differ from the price agreed between independent business partners in comparable transactions under comparable conditions. Transfer pricing is therefore for tax purposes-validated the appropriateness of their height.

Keywords: price, pricing, transfers, transfer pricing methods, analysis

JEL Classification: M41, H2

ÚVOD

Transferové oceňovanie sa skúma pri obchodných transakciách medzi prepojenými osobami. Spoločnosti so skupinovou štruktúrou preto stále častejšie čelia daňovým kontrolám zameraným na transferové oceňovanie, ktorých cieľom je preveriť, či transakcie realizované v rámci skupiny spĺňajú atribúty nezávislého obchodného vzťahu. Každá spoločnosť musí vedieť preukázať aplikovanú stratégiu transferového oceňovania a podložiť ju požadovanou dokumentáciou. Do roku 2015 sa transferové oceňovanie aplikovalo len na medzinárodné vzťahy. Je známe, že medzinárodne spoločnosti podnikajúce v rámci globálnej ekonomiky tvoria až 60 percent svetového obchodného obratu. Spoločným znakom takýchto nadnárodných a cezhraničných daňových subjektov je to, že sú umiestnené v rozdielnych daňových jurisdikciách, samozrejme, s rozdielnym zdanením. Novelou zákona o dani z príjmov sa od roku 2015 rozširuje používanie pravidiel transferového oceňovania aj na všetky tuzemské závislé osoby. Daňové subjekty majú v praxi záujem produkovať zisk (a teda aj základ dane) tam, kde je to pre ne daňovo výhodnejšie. Daňovú výhodnosť možno dosiahnuť aj presunom zisku medzi osobami v rámci legislatívy jednej krajiny alebo presunom zisku medzi osobami cez hranice do krajiny s daňovo priaznivejšou legislatívou. V tejto súvislosti je oceňovanie predmetu obchodných transakcií jeden z najvýznamnejších problémov v teórii aj v praxi účtovníctva a zdaňovania. Zákon o dani z príjmov v znení platnom od 1.1.2014 odstraňuje dovtedy preferované uprednostňovanie používania tradičných transakčných metód pred transakčnými ziskovými metódami. Avšak podľa metodického pokynu, ak je v určitom prípade použitie tradičných transakčných metód a transakčných ziskových metód rovnako spoľahlivé, naďalej majú prednosť tradičné transakčné metódy. Pri uplatňovaní cien medzi prepojenými osobami, ktoré nie sú v súlade s metódami transferového oceňovania vznikajú rozdiely, ktoré majú vplyv jednak na vykázaný výsledok hospodárenia a jednak na daňový základ.

1 CIEĽ A METODIKA

Cieľom príspevku je poukázať na rozdiely vznikajúce pri nedodržaní princípu nezávislého vzťahu pri obchodných transakciách prepojených (závislých osôb). Tieto rozdiely vplývajú na správnosť vykázaného výsledku hospodárenia a výšku daňového základu a tým aj zaplatenej dane. Základné východiská a princípy transakcií medzi prepojenými osobami by mali byť v súlade s príslušnými predpismi, ktoré upravujú túto problematiku. Okrem metód transferového oceňovania upravujú tieto predpisy aj príslušnú terminológiu.

Pre naplnenie hlavného cieľa príspevku som identifikovala parciálne ciele:

- stručne charakterizovať historický vývin postupov transferového oceňovania Slovenskej Republiky,
- prezentovať súčasné metódy transferového oceňovania,
- analyzovať a prognózovať vývoj daňových dôsledkov pri transferovom oceňovaní.

Štruktúra príspevku je vytvorená v súlade s požiadavkami na vedecké príspevky (úvod, cieľ, metodika, výsledky, diskusia a záver). V súlade so stanovenými cieľmi som sa zamerala na zdroje, ktoré dokumentujú predmetnú problematiku. Analyzovala som vplyv rozdielov vznikajúcich pri nesprávnom uplatňovaní cien u prepojených subjektov, na výsledok hospodárenia a daňový základ.

V rámci spracovania uvedeného príspevku som využila bežne dostupné vedecké metódy, napr. analýzu, syntézu, komparáciu a iné. Štruktúra príspevku je vytvorená v súlade s

požiadavkami na vedecké príspevky (úvod, cieľ, metodika, výsledky, diskusia a záver). V súlade so stanovenými cieľmi som sa zamerala na zdroje, ktoré dokumentujú predmetnú problematiku.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Transferové oceňovanie možno považovať v súčasnosti za najdôležitejšiu daňovú otázku, ktorej v súčasnosti čelia nielen nadnárodné spoločnosti, ale už aj tuzemskí podnikatelia. Transferové oceňovanie znamená stanovenie ceny, za ktorú sa realizujú transakcie medzi spoločnosťami, ktoré sú majetkovo alebo personálne prepojené, vrátane transferu tovaru, majetku, služieb, úverov a nájmov. Úspešné podnikanie je kľúčová aktivita, ktorá prispieva k rozvoju hospodárstva každej krajiny (Šubertova E., 2015). Preto je potrebné postupovať tak, aby podnikateľom nevznikali zbytočné problémy pri uplatňovaní transferových cien.

2.1 HISTORICKÝ VÝVOJ PRÁVNEJ ÚPRAVY TRANSFEROVÉHO OCEŇOVANIA

Problematika transferového oceňovania sa v slovenskej právnej úprave relatívne často menila. Bola upravená v zákonoch o daniach z príjmov (č. 286/1992 Zb. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov, zákone č. 366/1999 Z. z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov) ako aj v súčasnosti platnom zákone č. 595/2003 Z. z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o daniach z príjmov“). Pre správu daní bola zložitejšia kontrola cezhraničných transferov, preto bola legislatívna úprava tejto oblasti podrobnejšia.

Táto slovenská právna úprava prebrala postupy podľa medzinárodnej Smernice o transferovom oceňovaní pre nadnárodné spoločnosti a správu daní (publikované vo Finančnom spravodajcovi č. 14/1997, Finančnom spravodajcovi č. 20/1999, Finančnom spravodajcovi 3/2002)). Súčasný zákon č. 595/2003 Z. z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov upravuje (§ 17, ods. 5), že súčasťou základu dane zahraničnej závislej osoby je aj rozdiel, o ktorý sa ceny pri vzájomných obchodných vzťahoch zahraničných závislých osôb vrátane cien za poskytnuté služby, pôžičky a úvery líšia od cien používaných medzi nezávislými osobami v porovnateľných obchodných vzťahoch, pričom tento rozdiel znížil základ dane. Pri určení rozdielu sa použije postup podľa § 18, kde je uvedená úprava základu dane pri transakciách zahraničných závislých osôb. V zmysle pokynu Finančného riaditeľstva SR Banská Bystrica z decembra 2013 *transakcia* je obchodný alebo finančný vzťah medzi dvoma alebo viacerými osobami. V transferovom oceňovaní sa zameriavane na transakcie zahraničných závislých osôb – t.j. transakcie, ktoré vykonáva osoba so sídlom alebo bydliskom na území Slovenskej republiky s ekonomicky alebo personálne prepojenou osobou so sídlom alebo bydliskom v zahraničí (Luknárová-Kutišová, D, 2009). Tieto transakcie nazývame *kontrolované transakcie* a porovnáваме ich s *nekontrolovanými transakciami* (transakciami vykonávanými medzi nezávislými osobami). Potom vzájomne porovnávať môžeme len transakcie, ktoré majú porovnateľné všetky ekonomicky významné charakteristiky. Ak zahraničná závislá osoba vykonáva porovnateľnú transakciu so závislou aj s nezávislou osobou, potom môžeme na porovnanie použiť túto *internú nekontrolovanú transakciu*. Ak zahraničná závislá osoba nevykonáva porovnateľnú transakciu s nezávislou osobou, potom na porovnanie musíme použiť porovnateľnú transakciu uskutočňovanú medzi nezávislými osobami, t.j. *externú nekontrolovanú transakciu*. Metódy transferového oceňovania sa používajú pre skúmanie – testovanie konkrétnej transakcie. Rozlišujeme priame a nepriame metódy transferového oceňovania.

Pri priamej metóde transferového oceňovania sa porovnáva priamo cena kontrolovanej transakcie a cena nekontrolovanej transakcie.

Pri nepriamej metóde transferového oceňovania dochádza k úprave ceny kontrolovanej transakcie nepriamo, prostredníctvom použitia ďalších ukazovateľov, napr. marže hrubého alebo čistého zisku. Metódy transferového oceňovania delíme na jednostranné a dvojstranné. *Jednostranná metóda* skúma len jednu zo zmluvných strán transakcie, spravidla tú, ktorá vykonáva menej komplexné funkcie a znáša nižšie riziká. Pre skúmanie – testovanie si môžeme zvoliť domáci alebo zahraničný subjekt. Ak je testovanou stranou domáci subjekt, o druhej zmluvnej strane potrebujeme poznať len údaje potrebné pre výkon funkčnej a rizikovej analýzy. Ak si zvolíme ako testovanú stranu zahraničný subjekt, k analýze a skúmaniu potrebujeme všetky relevantné finančné ukazovatele a podklady. *Dvojstranná metóda* skúma obidve zmluvné strany transakcie a ich prínos k predpokladanému dosiahnutému zisku. Agregovaný zisk sa následne delí medzi závislé osoby v súlade s princípom nezávislého vzťahu.

Medzi *základné pravidlá o transferovom oceňovaní*, ktoré obsahuje vzorová zmluva OECD a Smernica OECD, patria:

- *Princíp nezávislého vzťahu*, podľa ktorého každý člen nadnárodného podniku podlieha dani z príjmov na základe princípu rezidencie alebo princípu zdroja príjmu. Princíp nezávislého vzťahu je zameraný na dva ciele:
 - zabezpečenie primeraného daňového základu v každej jurisdikcii,
 - zamedzenie dvojitému zdaneniu.
- *Princíp obvyklých cien*, ktorý sa rešpektuje pri vzájomných transakciách. Tento princíp je medzinárodným štandardom, ktorý uplatňujú pri kontrole správcovia daní vo väčšine krajín na celom svete. Obvyklé ceny sa v správe o transferovom oceňovaní a mnohonárodných podnikoch, publikovanej OECD v roku 1979, definujú ako „ceny, ktoré by boli za rovnakých, alebo za podobných podmienok dohodnuté medzi nezávislými podnikmi zainteresovanými v rovnakých alebo podobných obchodných transakciách alebo za podobných podmienok na rovnakom trhu“.
- *Zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia*, ktoré musia obsahovať pravidlá rešpektujúce metódy transferového oceňovania.

2.2 POSTUPY STANOVENIA TRANSFEROVÝCH CIEN

Pri stanovení transferových cien postupujeme podľa vyššie uvedených princípov a pravidiel transferového oceňovania. Pri zisťovaní rozdielu transferových cien a obvyklých cien sa vychádza z porovnania podmienok, ktoré boli dohodnuté v obchodných alebo finančných vzťahoch medzi zahraničnými závislými osobami, s podmienkami, ktoré by vznikli medzi nezávislými osobami v porovnateľných obchodných alebo finančných vzťahoch za porovnateľných podmienok (princíp nezávislého vzťahu). Základné rozdelenie metód transferového oceňovania (Harumová, A., 2002):

- *tradičné metódy* - vychádzajúce z porovnávania ceny,
- *transakčné ziskové metódy* - metódy vychádzajúce z porovnávania zisku,
- *kombinácia prvých dvoch metód*,
- *iná metóda priamo neuvedená v zákone*, ak jej použitie je v súlade s princípom nezávislého vzťahu

1. Metódy vychádzajúce z porovnávania ceny (*tradičné metódy*):

- a) *metóda nezávislej trhovej ceny (Comparable Uncontrolled Price Method)*, pri ktorej sa porovnáva cena prevodu majetku alebo služby dohodnutá medzi zahraničnými závislými osobami s porovnateľnou nezávislou trhovou cenou

dohodnutou medzi nezávislými osobami. Problémom v praxi môže byť princíp porovnateľnosti obchodov alebo spoločností uskutočňujúcich tieto obchody prostredníctvom cien tvorených na voľnom trhu. Je to *priama, jednostranná metóda*, používa sa hlavne na transakcie s hmotným (napr. suroviny) a nehmotným majetkom (napr. licenčné poplatky), finančné transakcie (napr. úrokové sadzby),

b) *metóda následného predaja (Resale Price Method)*, pri ktorej sa cena prevodu majetku nakúpeného zahraničnou závislou osobou prepočíta na nezávislú trhovú cenu z ceny, za ktorú táto zahraničná závislá osoba majetok opätovne predáva nezávislej osobe, zníženej o *obvyklú výšku obchodného rozpätia* porovnateľných nezávislých predajcov. Metóda následného predaja si vyžaduje vykonať analýzu porovnateľnosti a následne porovnať obchodné rozpätie dosiahnuté v kontrolovaných transakciách s:

- obchodným rozpätím, ktoré ten istý predajca dosiahne pri rovnakých tovaroch nakúpených alebo predaných v porovnateľnej nekontrolovanej transakcii, alebo
- obchodným rozpätím dosiahnutým nezávislou spoločnosťou v porovnateľných nekontrolovaných transakciách.

Metóda následného predaja sa používa v prípadoch, keď zahraničná osoba tovar nakúpený od niektorého člena nadnárodnej skupiny ďalej predáva nezávislej osobe. Táto metóda je druhým najlepším prístupom k oceňovaniu založenom na princípe nezávislého vzťahu (Eiteman, D., K. – Stonebrill, A., I. – Moffett, M., 2007). Je tým spoľahlivejšia, čím sa následný predaj realizuje v čo najkratšom čase po zakúpení tovaru predajcom. Čím viac času uplynie medzi pôvodným nákupom a predajom, tým viac hrozí vyššie riziko zmien na trhu (zmena úrokových mier, nákladov, atď.). Tieto skutočnosti by mali byť zohľadnené pri porovnávaní transakcií. Vhodne zvolené obchodné rozpätie by malo rásť spolu s rastom objemu transakcie, vykonávanými funkciami a možným rizikom. Pri uplatňovaní tejto metódy vzniká problém porovnateľnosti v rozdielnosti jednotlivých druhoch nákladov a uplatňovaní odlišných postupov účtovania a pri určení obchodného rozpätia opakovanej predajnej ceny. Dôležitým faktorom pri určení obchodného rozpätia je časový interval medzi pôvodným nákupom a predajom, pretože čím je tento interval dlhší, tým viac faktorov treba zohľadniť. Je to *nepriama, jednostranná metóda* a používa sa na distribúciu produktov.

c) *metóda zvýšených nákladov (Cost Plus Method)*, pri ktorej sa nezávislá trhovú cena vypočíta zo skutočných priamych a nepriamych nákladov majetku alebo služby prevádzanej medzi zahraničnými závislými osobami, zvýšených o sumu cenovej prirážky uplatňovanej tým istým dodávateľom vo vzťahu k nezávislým osobám alebo o sumu cenovej prirážky, ktorú by uplatňovala nezávislá osoba v porovnateľnom obchode za porovnateľných podmienok. Uvedená metóda je vhodná vtedy, keď dodávateľ výrobkov alebo služieb ich predáva alebo poskytuje závislej osobe. Najvhodnejšie je jej použitie pri nedokončených výrobkoch, ktoré sú predávané v závislom vzťahu. Je to *nepriama, jednostranná metóda* a využíva sa hlavne na porovnávanie výroby a predaja polotovarov.

2. Metódy vychádzajúce z porovnávania zisku (*transakčné ziskové metódy*)

a) *metóda delenia zisku (Profit Split Method)*, ktorá vychádza z takého delenia predpokladaného zisku dosiahnutého nezávislými osobami, aké by očakávali nezávislé osoby pri spoločnom podnikaní pri dodržaní princípu nezávislého vzťahu. Ziskom, ktorý je delený medzi zmluvné strany, môže byť buď celkový zisk dosiahnutý z ich transakcie, alebo reziduálny zisk – tj. zisk, ktorý nemožno v

prvej fáze výpočtov jednoznačne prisúdiť žiadnej zo zmluvných strán, ako aj zisk vznikajúci použitím jedinečných nehmotných aktív vysokej hodnoty v rámci konkrétnej transakcie. Rovnako je uvedená metóda využívaná, ak nie je možné nájsť porovnateľné transakcie. Pri delení zisku je potrebné zohľadniť nasledujúce faktory:

- je potrebné určiť, či ide o delenie zisku v rámci určitej produktovej línie, agregovaných produktov alebo celej nadnárodnej skupiny,
- ak daňovník vykonáva transakcie s viac ako jednou zahraničnou závislou osobou je potrebné identifikovať zmluvné strany, zisky súvisiace s týmito transakciami a určiť zisk, ktorý má byť rozdelený medzi zmluvné strany,
- aby mohol byť určený konsolidovaný zisk, je potrebné, aby účtovníctvo oboch zmluvných strán bolo založené na rovnakej báze z hľadiska použitej meny, účtovných štandardov a následne konsolidované.

Problém porovnateľnosti pri tejto metóde vzniká pri získavaní kvalitných externých údajov o trhu a o podrobnej analýze činností vykonávaných porovnávanými spoločnosťami. Je to *dvojstranná metóda*, používa sa najčastejšie na vysoko integrované transakcie, keď zmluvné strany prispievajú v rámci transakcie unikátnym spôsobom alebo vlastní hodnotný nehmotný majetok,

- b) *metóda čistého obchodného rozpätia (Transactional Net Margin Method)*, ktorá zisťuje výšku ziskovej prirážky z obchodného vzťahu alebo finančného vzťahu medzi závislými osobami vo vzťahu k nákladom, tržbám alebo inej základni, ktorú porovnáva so ziskovou prirážkou používanou vo vzťahu k nezávislým osobám. Je to metóda založená na porovnaní na úrovni čistého zisku. Porovnania na úrovni čistého zisku môžu byť založené na skúmaní jednej transakcie alebo na agregácii transakcií. Táto metóda môže byť aplikovaná až po dôkladnom uplatnení funkčnej analýzy. Je možné zohľadniť len taký zisk, ktorý je priraditeľný ku konkrétnej posudzovanej transakcii. Nie je vhodné, aby táto metóda bola aplikovaná na báze celej spoločnosti v prípadoch, ak spoločnosť vykonáva veľké množstvo rôznych transakcií, alebo ak vykonáva také činnosti, ktoré sa nedajú vhodne porovnať na spoločnom základe s transakciami a funkciami nezávislej spoločnosti. Táto metóda vyžaduje porovnanie čistých obchodných rozpätí, ktoré spoločnosť dosiahla v kontrolovaných transakciách s čistými obchodnými rozpätiami, ktoré daňovník dosiahol v nekontrolovaných transakciách za porovnateľných podmienok. Problémom uplatnenia tejto metódy je náročnosť zabezpečenia vysokého stupňa podobnosti mnohých aspektov na porovnanie týchto obchodných vzťahov. Je to *jednostranná metóda*, používajú sa rôzne ukazovatele ziskovosti, pri rôznych typoch transakcií v závislosti od dostupných údajov. Použitie tejto metódy je obmedzené, ak napríklad zmluvné strany transakcie vlastní cenný nehmotný majetok alebo ich príspevok k transakcii má unikátny charakter.

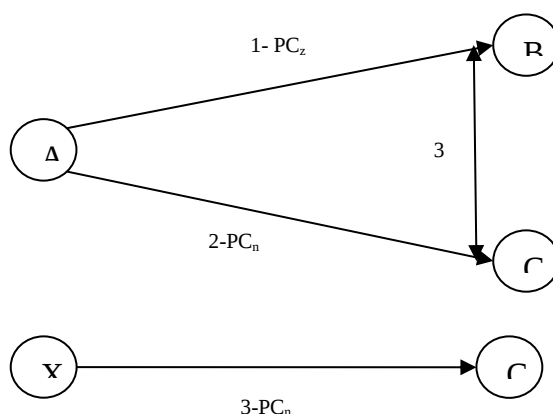
Medzi *d'alšie metódy transferového oceňovania* (ktoré metodický pokyn nezahŕňa) možno zaradiť (Harumová, A. 2011):

- a) *metóda porovnateľných ziskov*, ktorá vychádza z výsledkov porovnávania úrovne dosiahnutého zisku podniku s úrovňou zisku nezávislého podniku, ktorý sa zaoberá rovnakou alebo podobnou činnosťou za porovnateľných podmienok.
- b) *metóda návratnosti investovaného kapitálu*, je založená na porovnávaní návratnosti kapitálu investovaného v spojených podnikoch s návratnosťou kapitálu v nezávislých podnikoch, ktoré uskutočňujú rovnaké alebo podobné aktivity, vyžadujúce si rovnaké alebo podobné kapitálové investície.

- c) *metóda alokácie globálnych ziskov*, táto metóda sa neopiera o princíp obvyklých cien. Čistý zisk, ktorý plyní z uskutočnených obchodných transakcií sa priradzuje jednotlivým zainteresovaným podnikom na základe ich príspevku k dosiahnutému čistému zisku. Základňou sú spravidla celkové náklady alebo mzdové náklady.

2.3 ANALÝZA VPLYVU TRANSFEROVÝCH CIEN

Pre analýzu vplyvu nedodržania transferových cien na výsledok hospodárenia a daňový základ som si vybrala *metódu nezávislej trhovej ceny*, pri ktorej sa porovnáva cena prevodu majetku alebo služby dohodnutá medzi zahraničnými závislými osobami s porovnateľnou nezávislou trhovou cenou dohodnutou medzi nezávislými osobami. Problémom v praxi môže byť princíp porovnateľnosti obchodov alebo spoločností uskutočňujúcich tieto obchody prostredníctvom cien tvorených na voľnom trhu.



Agenda:

- 1- podnik A predáva závislej osobe B – preverovaná cena,
- 2- podnik A predáva nezávislej osobe C – obvyklá cena, alebo
- 3- podnik X predáva nezávislej osobe C,
- 4- porovnanie cien AB a AC alebo XC.

Obrázok 1: Porovnanie transakcií pri metóde nezávislej trhovej ceny

Zdroj: vlastné spracovanie

Výpočet transferovej ceny (AB) v súlade s touto metódou možno urobiť podľa vzorca:

$$TC_u = PC_n \pm RP \quad (1)$$

kde:

TC_u – transferová cena uznateľná,

PC_n – predajná cena nezávislej osobe,

RP – rozdielne položky (napr. doprava, colné poplatky).

Zdaniteľný rozdiel pri uplatnení nižších cien voči závislej osobe (TC_R) vypočítame:

$$TC_R = (PC_n \pm RP) - PC_z, \text{ alebo} \quad (2)$$

$$TC_R = TC_u - PC_z \quad (3)$$

kde:

TC_R – rozdiel predajných cien,

PC_z – predajná cena závislej osobe.

Pri analýze predaja tovaru A voči závislej osobe B vychádzame z toho, že závislá predajná cena ($PC_z=480$ €) môže obsahovať aj iné položky ($RP=30$ € doprava a 20 € clo) ako nezávislá cena ($PC=550$ €). Pri výpočte uznateľnej transferovej ceny ($TC_u = 550-30-20=500$ €) musíme tieto položky zohľadniť. Porovnaním TC_u a PC_z dostaneme TC_R – pripočítateľnú položku k daňovému základu 20 € ($500-480$).

Tabuľka 1: Analýza cien podľa metódy nezávislej trhovej ceny

druh transferu	závislá cena	nezávislá cena	rozdielne položky	transferová cena	rozdiel predajných cien	vplyv na VH	vplyv na DZ
V € podniku A	PC_z	PC_n	RP	TC_u	$TC_r (TC_u-PC_z)$	+/-	+/-
predaj tovaru závislej osobe B	480	550	50	500	20	-20	20
nákup od závislej osoby C	500	560	40	520	20	20	0
predaj služby závislej osobe D	350	420	30	390	40	-40	40

Zdroj: vlastné spracovanie

Ak podnikateľský subjekt vykáže závislé ceny vo svojej účtovnej závierke a tento výsledok hospodárenia použije aj na výpočet základu dane, potom je potrebné stanoviť transferové ceny v súlade s metódami transferového oceňovania a podať dodatočné daňové priznanie. Rovnako bude postupovať daňová kontrola a rozdiely transferových cien dodaní. Ak sa teda v skutočnosti uplatnila závislá cena 480 €, po kontrole vplyv na výsledok hospodárenia (VH) bude mať tento transfer -20 €, pretože vo výnosoch máme zaúčtovanú len sumu 480 € a správne mala byť 500 €. Tento rozdiel nám bude mať na výsledok hospodárenia taký vplyv, že ho vykážeme nižší a tým si v podstate znížime vlastné imanie oproti skutočnosti aj keď dane z vyššieho výnosu nakoniec zaplatíme. Vplyv na daňový základ bude $+20$ €, pretože rozdiel transferovej ceny a závislej ceny je pripočítateľnou položkou k základu dane.

Transferové oceňovanie je náročná problematika a dôvodom jeho existencie je spravodlivé rozdelenie príjmov medzi daňové jurisdikcie závislých (prepojených) spoločností pre účely zdanenia. Povinnosti podnikateľov v súvislosti s transferovým oceňovaním sú upravené v uvedených predpisoch a metodických pokynoch a usmerneniach. Bližší návod k analýze porovnateľnosti v nich nenájdeme. Analýzu porovnateľnosti môžeme nájsť v revidovanej Smernici OECD, Smernica o transferovom oceňovaní pre nadnárodné spoločnosti (2010), ktorá poskytuje pomerne podrobný návod k analýze porovnateľnosti. Podľa smernice analýza porovnateľnosti by sa mohla realizovať v týchto krokoch:

- určenie obdobia, na ktoré sa analýza porovnateľnosti bude robiť;
- analýza pomerov daňového poplatníka (charakter skúmaných transakcií);
- analýza funkcií (podmienky skúmaných transakcií, voľba testovanej strany);
- prehľad a zhodnotenie interných porovnateľných údajov;
- zhodnotenie dostupnosti a stanovenie externých porovnateľných údajov;
- výber najvhodnejšej metódy transferového oceňovania;
- identifikácia možných porovnateľných údajov;
- interpretácia a aplikácia výsledkov porovnávacej analýzy,
- určenie nezávislej ceny.

Základom pre porovnateľnosť cien pri transferovom oceňovaní medzi závislými osobami je preto príprava benchmarkingových štúdií a modelov analýzy porovnateľnosti pre jednotlivé transakcie medzi týmito závislými osobami. Tento postup je stavaný pre nadnárodné spoločnosti a je celkom náročný. Ako budú ale postupovať malí podnikatelia pri analýze porovnateľnosti a či budú vôbec schopní si potrebnú dokumentáciu vypracovať ukáže čas. Nevieme koľko ich bude stáť externé vypracovanie dokumentácie a či nájdú vhodné porovnateľné podniky. Pretože práve porovnateľnosť je v tomto procese hlavný kameň úrazu. Či už porovnateľnosť podnikov, podmienok podnikania, obchodovaných tovarov a služieb, štruktúry uplatňovaných cien a pod.

2.4 ZHRNUTIE VÝSLEDKOV

Transferové oceňovanie predstavuje osobitný súbor legislatívnych pravidiel, ktorých predmetom je celé spektrum aktivít vykonávaných závislými osobami v ich vzájomných vzťahoch a vyžaduje preukázanie dodržania princípu nezávislého vzťahu. Nedodržanie týchto pravidiel má za následok vplyvy na vykazované výsledky hospodárenia, základy dane a zvýšené daňové náklady. V príspevku som tieto vplyvy prezentovala na metóde nezávislej trhovej ceny. Rozdiely závislých a nezávislých cien nám budú mať na výsledok hospodárenia taký vplyv, že ho vykážeme nižší a tým si v podstate znížime vlastné imanie oproti skutočnosti, aj keď dane z vyššieho výnosu nakoniec zaplatíme. Vplyv na daňový základ bude taký, že rozdiel transferovej ceny a závislej ceny je pripočítateľnou položkou k základu dane. Vyčíslenie vyššieho daňového základu po termíne má za následok doplatok dane a ďalšie sankčné daňové náklady.

ZÁVER

Záverom možno uviesť, že pri výkone daňovej kontroly bude musieť správca dane vychádzať z dodržiavania princípu nezávislého vzťahu, z použitej metódy a analýzy porovnateľnosti ocenenia. Hlavným problémom z pohľadu správcu dane pri daňovej kontrole bude otázka porovnateľnosti obchodných transakcií. Pri výkone daňovej kontroly bude zrejme potrebné pri riešení konkrétnych situácií zobrať do úvahy aj skutočnosť, že závislé osoby môžu medzi sebou realizovať obchodné vzťahy aj za obvyklé ceny alebo že ceny medzi závislými osobami sa môžu odlišovať od tzv. obvyklých cien aj z objektívne vysvetliteľných dôvodov. Takýmto dôvodom môže byť napríklad to, že spolu s predávanými výrobkami môžu byť poskytované rozličné služby na podporu predaja, rabaty na zvýšenie odbytu, poskytovanie reklamných vzoriek za nižšie ceny a pod. Z tohto pohľadu posúdenie správcu dane nemusí byť vždy objektívne čiže nemusí niekedy tieto objektívne príčiny rozdielu cien medzi závislými osobami uznať. Pre daňovníka v tomto prípade vzniká problém dodania z nesprávneho posúdenia správcu dane. Iný daňový problém môže vzniknúť na strane správcu dane, ktorý zistí transferové oceňovanie medzi prepojenými osobami, ale nemá dostatok prostriedkov na to, aby to dokázal. Príkladom môže byť to, že nenájde vhodný porovnateľný podnik.

LITERATÚRA

Eiteman, D., K. – Stonebrill, A., I. – Moffett, M., H. (2011). Multinational Business Finance. 11. vyd. Boston, Mass: Pearson, Addison – Wesley, 2007. s. 687. ISBN 0-321-44956-8.

- Harumová, A. (2011): *Účtovný a daňový reporting*. Vydavateľstvo Ekonóm. Bratislava. ISBN s. 122. 978-80-225-3228-0.
- Harumová, A.: (2002) *Dane v teórii a praxi*. Bratislava : Iura Edition. Ekonómia. s. 128 ISBN 80- 89047-39-4.
- Luknárová-Kutišová, D.(2009): *Transferové oceňovanie I., legislatíva, princípy, metódy a dokumentácia v príkladoch*. Bratislava. Verlag Dashofer.
- Smernica OECD, Smernica o transferovom oceňovaní pre nadnárodné spoločnosti (2010).
- Šúbertová, E.: *Dynamika a odvetvová štruktúra SZČO a spoločností s ručením obmedzeným v Slovenskej republike*. MANažment a EKOnomika 1-2015. Journal of MANagement and EConomics. S. 123. ISSN 1338-5127.
- Metodický pokyn Finančného riaditeľstva SR k aplikácii metód transferového oceňovania, december 2013.
- Zákon č. 595/2003 o dani z príjmov, v znení neskorších predpisov.

Afiliácia k projektu:

Príspevok je výstupom riešenia grantovej úlohy VEGA č. 1/0067/15 „Verifikácia a implementácia modelovania výkonnosti podniku v nástrojoch finančného rozhodovania“.

Autor:

doc. Ing. Anna Harumová, PhD.

Katedra podnikových financií, FPM

Dolnozemska cesta 1

Tel.: +421 905 517779

e-mail: anna.harumova@euba.sk

Recenzenti:

prof. Ing. Božena Chovancová, CSc.

doc. Ing. Elena Gregová, CSc.

СОСТОЯНИЕ ХЛЕБОПЕКАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА РОССИИ (ОБЩИЙ АНАЛИЗ. СИСТЕМНЫЕ ПРОБЛЕМЫ. ВАРИАНТЫ РЕШЕНИЯ)

CONDITION BAKERY IN RUSSIA (GENERAL ANALYSIS. SYSTEMIC PROBLEMS. OPTIONS FOR DECISION)

Татьяна Ларина – Николай Заводчиков – Алёна Землянкина

Abstract

Baking industry in Russia - one of the most important in the food industry. It is closely linked to the agricultural sector. Its level of development affects the quality of life of the population. Bread - a product of first necessity in Russia. Consumption of grain products in the average per capita in 2013 was 118 kg. Russians spend on the purchase of bread 4,2% of the consumer budget. However, according to official statistics, the consumption of bread and bakery products are reduced each year. Reducing demand, growth of tariffs for energy and other factors have had a negative impact on the effectiveness of bakery production in Russia. In 2014, was approved the branch target program "Development of the baking industry of the Russian Federation for 2014 - 2016". This fact increases the relevance of research.

Purpose of the article is to analyze the situation in the production of bakery products and determining the prospects for the baking industry.

Methodology/methods Studied the data of Rosstat and the Ministry of Agriculture, publications of Russian scientists on the problem, applied statistical methods of analysis of the dynamics and structure.

Scientific aim is the identification of patterns of development of the baking industry and the definition of measures to improve the economic efficiency of baking production in Russia

Findings After analyzing the situation in the Russian bakery industry, the authors have identified two sets of measures to improve the efficiency of bakery production: at bakeries and at the federal level. For Russian bakeries recommended expand the range by functional foods. It is necessary to carefully study consumer demand. Also necessary to replace obsolete technology of production of bread products, to upgrade equipment in order to ensure increased productivity, reduce material and energy intensity of production. The authors recommend to move from indicators of financial result (profit or loss) on the value added to assess the effectiveness of the enterprise; develop cooperation between the bakeries and agricultural enterprises. At the federal level is necessary to pay attention to the problem of collecting statistical information on Bakery.

Conclusions (limits, implications etc.) The implementation of the proposed measures will contribute to evidence-based pricing for socially important kinds of bread products and to targeted state support for grain producers, and increase the economic efficiency of bakeries.

Keywords: efficiency, bakery production, costs, modernization of the industry, the profitability of the enterprise

JEL classification: C46, L17, L66

ВВЕДЕНИЕ

Хлебопекарная промышленность в России традиционно относится к ведущим отраслям агропромышленного комплекса. Уровень её развития оказывает существенное влияние на качество жизни населения. Хлеб – продукт первой необходимости, стабильно занимающий свое место в рационе питания россиян. Так, в среднем на душу населения за 2013 г. потребление хлебных продуктов в России составило 118 кг. В состав хлебных продуктов включаются: хлеб, макаронные и кондитерские изделия в пересчете на муку, крупу и бобовые. На их покупку приходится 4,2% потребительских расходов домашних хозяйств [Социальное положение и уровень жизни населения России, etc., 2014].

Однако официальные статистические данные свидетельствуют о сокращении объемов потребления хлеба и хлебобулочных изделий в последние годы. По мнению авторов статьи, причины заключаются в сокращении численности населения трудоспособного возраста – главного потребителя хлеба, а также в изменении структуры рациона питания населения. В свою очередь, снижение спроса, рост тарифов на энергоносители и ряд прочих факторов, которые будут освещены далее в материалах статьи, оказывают негативное влияние на общую эффективность хлебопекарного производства в России.

Понимание руководством страны и профильными министерствами РФ проблем отрасли и ее влияние на национальную безопасность имеется, на взгляд авторов, в достаточном объеме. Это отразилось в принятии важного национального документа: в 2014 г. в России была утверждена отраслевая целевая программа «Развитие хлебопекарной промышленности Российской Федерации на 2014 – 2016 гг». Ее целями являются обеспечение населения страны качественными хлебобулочными изделиями, повышение конкурентоспособности продукции, модернизация производства и повышение финансовой устойчивости хлебопекарной промышленности [Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, etc., 2014].

Подобные амбициозные целевые программы всегда диктуют повышенные требования к аналитическим материалам, обуславливают расширение программы мониторинга экономической эффективности мезоуровня производства. Хлебопекарная отрасль – не исключение. К тому же в России данное направление исследований приобрело особую актуальность по причине необходимости решения импортозамещения продуктов питания – массово и уже традиционно представленных на российском рынке, но в связи с применяемыми санкциями со стороны ряда стран Европы и/или в ответ на них запрещенных ко ввозу на территорию Российской Федерации.

Поэтому в предлагаемом материале авторы статьи акцентируют внимание на выявлении закономерностей развития хлебопекарной отрасли в России и определении мероприятий по повышению экономической эффективности хлебопекарного производства.

В качестве информационной базы использованы данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации и Министерства сельского хозяйства РФ, публикации известных российских ученых по данной проблеме, в частности, Богомоловой И.П., Ермаковой Ж.А., Косована А.П., Шапошникова И.И. и др.

1 ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ ХЛЕБНЫХ ПРОДУКТОВ В РОССИИ

Производство продукции растениеводства – основы производства хлебных продуктов - в России характеризуется значительной волатильностью в годовой динамике, что не может не оказывать влияние на показатели хлебопечения. Так, в 2011 г. наблюдался значительный по объему валовой сбор зерновых и зернобобовых в хозяйствах всех категорий, составивший 94213 тыс. тонн. В свою очередь, большое предложение на рынке базового сырья обеспечило выгодные условия для производителей муки и крупы, что прямо пропорционально отразилось на переработке: в 2012 г. наблюдался существенный прирост производства муки и крупы по сравнению с 2011 г. Однако в 2013 г. валовой сбор зерновых и зернобобовых составил лишь 70908 тыс. тонн, что негативно отразилось на динамике показателей производства муки и крупы. Таким образом, совокупно за период 2011-2013 гг. объем производства муки из зерновых и зернобобовых культур сократился на 1,7%. Пропорционально снизилось производство хлеба и хлебобулочных изделий в натуральном выражении на 3,1%, макаронных изделий – на 4,5%. На 10 единиц сократилось число крупных и средних организаций мукомольно-крупяной промышленности, на 67 единиц – хлебопекарных предприятий. Общие данные сведены в таблицу 1.

В качестве значительного положительного момента выделим, что производство крупы по сравнению с 2011 г. выросло на 15%.

Таблица 1: Динамика показателей производства хлебных продуктов в России, тыс. тонн

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2013 г. к 2011 г., %
Мука из зерновых и зернобобовых культур	9 944,1	10 166,1	9 778,8	98,34
Хлеб и хлебобулочные изделия	7 049,1	6 960,8	6 829,2	96,88
Макаронные изделия	1096	1057	1047	95,53
Крупа	1 177,1	1 410,5	1 353,2	114,96
Количество крупных и средних организаций хлебопекарной промышленности	818	769	751	91,18
Количество крупных и средних организаций, производящих продукты мукомольно-крупяной промышленности и готовые корма для животных	297	290	287	96,63

Источник: [Агропромышленный комплекс России: стат. сборник]

Последние данные официальных источников свидетельствуют о следующей динамике: в 2014 г. объем производства хлеба и хлебобулочных изделий сократился еще на 2,4% к уровню 2013 г.; в первой половине 2015 г. сокращение объемов производства хлеба и хлебобулочных изделий прекратилось, и российские хлебопекарные предприятия произвели 3,305 млн. тонн хлеба и хлебобулочных изделий (сравним – за тот же период 2014 г. произведено 3,241 млн. тонн). Развернув общие данные Федеральной службы государственной статистики Российской

Федерации в пределах отраслевого уровня, находим стойкое свидетельство положительной динамики: в период с января по июнь 2015 г. было произведено 4627,1 тыс. тонн муки из зерновых, овощных и других растительных культур (это на 2% больше, чем в 2014 г. за аналогичный период); производство пшеничной и пшенично-ржаной муки составило 4213,5 тыс. тонн (рост – 1%); производство муки из прочих зерновых культур достиг 351,7 тыс. тонн (рост – 3%) [Анализ производства муки и хлеба в РФ в I полугодии 2015 г.].

Динамика потребления хлебных продуктов сопряжена с изменением структуры питания населения и величины реальных денежных доходов. До 2014 г. в России росло потребление мясопродуктов, рыбы и овощей, что привело к уменьшению доли хлебных продуктов в рационе питания россиян (смотри таблицу 2). Но с началом отдельных финансово-экономических проблем реальные доходы населения России стали падать, и, возможно, последует рост потребления хлеба и хлебобулочных изделий.

Таблица 2: Потребление основных продуктов питания в России на душу населения, кг

Категории продуктов питания	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2013 г. к 2011 г., %
Хлеб и хлебные продукты	119	119	118	99,16
Овощи и продовольственные бахчевые культуры	106	109	109	102,83
Фрукты и ягоды	60	61	64	106,67
Мясо и мясопродукты	65	68	69	106,15
Молоко и молочные продукты	246	249	248	100,81

Источник: [Социальное положение и уровень жизни населения России, etc., 2014]

2 ЭКОНОМИКА ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ

К особенностям хлебопекарной отрасли России можно отнести высокую концентрацию производственных мощностей на крупных предприятиях и, одновременно, наличие большого количества малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. Так, в 2013 г. индивидуальные предприниматели произвели 727 тыс. тонн хлеба и хлебобулочных изделий. По данным Российской гильдии пекарей и кондитеров, в 2013 г. в российском хлебопечении функционировало около 13 тыс. субъектов предпринимательской деятельности, из них около 95% составляют малые предприятия [Скопинцева Е., 2014]. В РФ на 10 тыс. населения в среднем приходится около одного субъекта хлебопечения; в странах Европы этот показатель составляет 3,5-4 единицы. Однако, очевидно, россияне не испытывают дефицит хлебопродукции, ведь крупными и средними предприятиями производится 70% всех хлебобулочных изделий; с учетом неучтенного официальной статистикой производства, по оценкам экспертов, общий объем производства хлеба в России достигает 9-10 млн. тонн.

В специальной литературе отмечается, что официальной статистикой не учитывается от 700 тыс. до 2,5 млн. тонн хлебобулочных изделий в год. Например, не охвачено статистическим учётом набирающее популярность направление: пекарни сетевой торговли. Но особо авторы исследования отмечают традиционные для россиян производство хлеба и хлебобулочных изделий в сфере общественного питания, в малом бизнесе и домашних условиях [Косован А.П., Шапошников И.И., 2015]. Причем, отдельные пункты разнообразной кухни многонациональной России агрессивно и устойчиво отвоевывают хлебопекарный сегмент рынка и все более пользуются

популярностью внутри прежде обособленных национальных страт, стирая их стойкие границы – в аспектах заявленного среза мониторинга исследования.

Почти весь объем розничного рынка в натуральном выражении представлен продукцией отечественных производителей: доля зарубежных поставок составила в 2012 г. лишь 0,15%; в целом, на протяжении 2008-2012 гг. доля импорта на российском рынке хлеба и хлебобулочных изделий варьировала в пределах 0,11 - 0,15%. Авторам статьи представляется, что отсутствие зарубежных конкурентов на российском рынке хлебопродуктов не стимулирует производителей повышать качество продукции. В первую очередь, это касается хлебопродуктов функционального назначения. К ним относятся обогащенные биологически активными веществами натуральные пищевые продукты, обладающие при ежедневном потреблении помимо общей пищевой ценности способностью специфично поддерживать и регулировать конкретные физиологические функции и тем самым снижать риск возникновения и развития заболеваний [Богомолова И.П., Белимова Е.А., 2014].

Здесь добавим, что объемы производства лечебных, профилактических и функциональных сортов хлебной продукции составляют около 100 тыс. тонн при потребности в 600-700 тыс. тонн [Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, etc., 2014]. Большинство россиян предпочитают покупать хлеб из пшеничной муки высшего сорта, которая отличается низким уровнем содержания важных питательных веществ, микроэлементов. Таким образом, именно эта группа хлебобулочных изделий, в первую очередь, нуждается в обогащении, но в России всего 13% хлебопекарных предприятий выпускают продукцию функционального назначения. В разрезе регионов страны наибольший удельный вес таких предприятий находится в Амурской (85,2%), Курской (49%), Тульской (41,9), Ростовской (37,0%), Кировской (35%), Тюменской (27,2%), Тамбовской (25,0%), Воронежской (24,0%), Челябинской (23,4%) областях. [Богомолова И.П., Белимова Е.А., 2014].

Делаем промежуточный вывод по заявленной теме статьи: в России имеется большой потенциал развития производства хлебобулочной продукции функционального и специализированного назначения, а также продукции, изготовленной по уникальным рецептам.

Однако принципиальное обновление рецептуры неизбежно требует модернизации производственного оборудования. К сожалению, производственные мощности российских хлебопекарных предприятий в значительной степени изношены. По данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, коэффициент износа основных средств по отрасли составил в среднем 47,5% (2012 г.); на отдельных предприятиях уровень износа машин и оборудования достигает 80%. Но даже такое, порой сильно устаревшее, оборудование эксплуатируется с низким уровнем эффективности, в частности, коэффициент использования мощностей составляет 39-41%. При этом подчеркнем, что значительная часть основных средств – машин и оборудования – является импортной. Здесь налицо стойкая диспозиция: российские производители оборудования пока не могут удовлетворить потребности по всем технологическим линиям предприятий хлебопекарного мезоуровня экономики [Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, etc., 2014].

Еще одним следствием эксплуатации устаревшего оборудования является низкая производительность труда по сравнению со странами Западной Европы. Например, для выработки одной тонны хлебобулочной продукции 7-10 наименований на зарубежном оборудовании требуется 3 человека; в России, чаще всего, от 6 до 8 человек [Шапошников И.И., 2010].

Мониторинг важнейшего показателя экономической эффективности – рентабельности хлебопекарного производства – показывает следующее: в последние годы она имеет тенденцию к снижению, несмотря на рост розничных цен на хлеб; причем, в 1990-х гг. рентабельность производства составляла 12-14%, то в 2012-2013 гг. – в среднем не превышает 3%.

Обращаясь к сегменту продаж, авторы исследования выявили немало как положительных элементов, так и тревожных. В частности, по данным Российской гильдии пекарей и кондитеров, объем российского розничного рынка продаж хлеба и хлебобулочных изделий показывает ежегодный рост. Оборот торговли на рынке хлеба и хлебобулочных изделий 2014 г. составил 569,1 млрд. руб. (в текущих ценах), что на 35,4 млрд. руб. больше, чем в предыдущем году [Российская гильдия пекарей и кондитеров [официальный сайт], etc., 2015]. При этом средние по России потребительские цены на хлеб и хлебобулочные изделия из пшеничной муки высшего сорта за период 2008 – 2012 гг. выросли с 22,24 руб. до 45,36 руб. за кг, т.е. в 2 раза. За первое полугодие 2015 г. хлеб и хлебобулочные изделия подорожали уже более, чем на 5% при том, что за весь 2014 г. рост цен не превысил 7,5%. На взгляд авторов статьи, такие показатели обусловлены растущей общей инфляцией, удорожанием сырья и энергоресурсов, падением спроса.

Очередной промежуточный вывод: экономические условия хозяйствования производителей хлеба становятся всё более сложными, вариативными и зависимыми в необычно широком диапазоне – от страновых макроусловий до проблем домохозяйств.

На данном этапе исследования авторы считают важным остановиться подробнее на структуре розничной цены на хлеб. Последняя складывается из нижеследующих элементов: самую большую долю (41%) занимают расходы на покупку муки, яиц и прочего сырья для производства готовой продукции; на втором месте находится содержание (аренда) производственных помещений (17,5%). Полная «картина» представлена на рисунке 1.

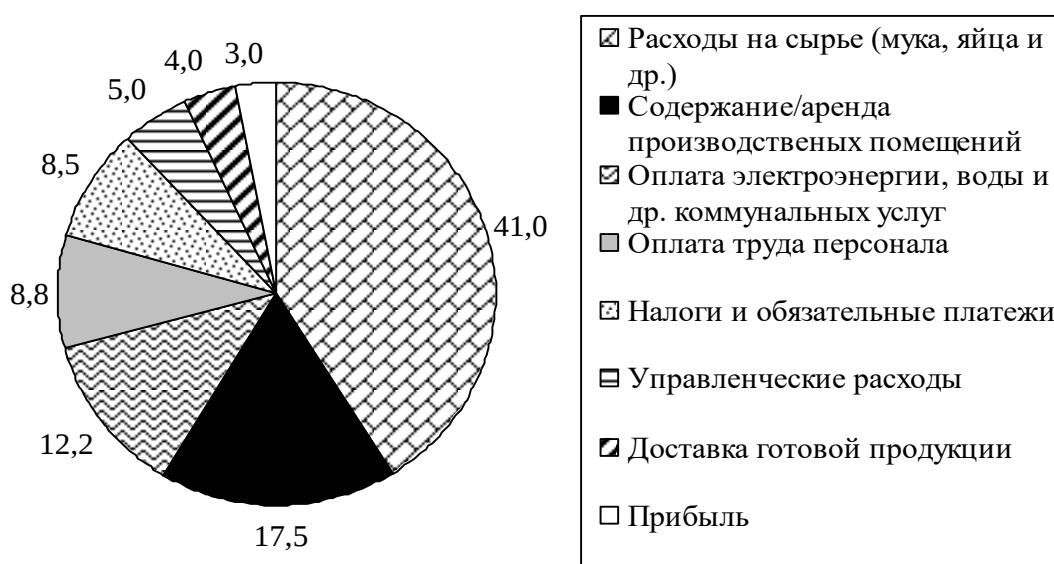


Рисунок 1: Структура розничной цены на хлеб, %%

Источник: [Российская гильдия пекарей и кондитеров [официальный сайт], etc., 2015]

Важно: доля прибыли производителя занимает около 3%; наценка торговых сетей составляет уже 35% [Российская гильдия пекарей и кондитеров [официальный сайт], etc., 2015]. Явно, что воспроизводственный цикл мезоуровня хлебного рынка имеет значительный перекос, т.е. низкий процент прибыли в производстве затрудняет доступ производителей хлеба к банковским кредитным ресурсам и, далее, не позволяет в нужном объёме инвестировать заёмные средства на его развитие. К тому же средневзвешенная ставка кредитных организаций по кредитам нефинансовых организаций, выданных в рублях на срок свыше 1 года, установленная Центральным Банком России, в январе 2015 г. составила 17,35% годовых, что в сравнении с полученной прибылью наглухо закрывает возможности производителей в обновлении основных фондов, стремлении покупать конкурентное и передовое оборудование, осваивать новые бренды изделий, открывать производственные лаборатории, развивать внутрифирменное предпринимательство и так далее. На все перечисленное просто не достаёт свободных оборотных (денежных) средств.

Далее. Невозможно обойти стороной такую немаловажную особенность российского рынка хлебных продуктов, как его ярко выраженный региональный характер. Это связано с огромной территорией страны, необычайно широким разнообразием её географических, климатических, национальных особенностей и сформированной еще в советское время транспортной, технико-технологической и прочей инфраструктурой мезоуровня экономики. Это не может не отражаться на колебаниях показателя производства и потребления на душу населения по федеральным округам России. Например, в регионах Центрального и Северо-Западного федеральных округов РФ население предпочитает хлеб из ржаной и ржано-пшеничной муки (свыше 28 кг/год), в Южном, Дальневосточном и Сибирском федеральном округах Российской Федерации производство такого хлеба составляет менее 10 кг/год. По производству хлеба и булочных изделий из пшеничной муки лидирует Южный федеральный округ РФ – свыше 42 кг/год; наименьший показатель в Центральном федеральном округе России – 24,2 кг/год.

Делаем очередной промежуточный вывод по заявленной теме: вполне вероятно, что в Российской Федерации на сегодняшний день нет и не может быть единой и универсальной страновой модели развития хлебопекарной промышленности для мезоуровня экономики; объективно программы развития отрасли должны иметь региональную направленность.

Итак, для обеспечения оптимальной экономической эффективности в производстве хлеба и хлебобулочных изделий необходимы региональные целевые программы, которые должны предусматривать как освоение новых технологий, внедрение инноваций, так и перепрофилирование крупных предприятий, у которых мощности используются менее, чем на 50%, а рентабельность близка к нулю.

Анализ хозяйственной деятельности хлебопекарных предприятий одного из регионов России – Оренбургской области (Приволжский федеральный округ) – показывает, что уровень инновационного обновления некоторых из них недостаточный для эффективного функционирования и снижения затратёмкости. Рассмотрим показатели трех крупных организаций региона подробнее (данные представлены в таблице 3).

Таблица 3: Сравнительная оценка деятельности хлебопекарных организаций Оренбургской области (коммерческая тайна организаций А1, А2, А3 сохранена)

Наименование показателей	Организации / 2012 г.		
	А1	А2	А3
Уровень использования производственной мощности, %	23,6	55,2	69,8
Затраты товарной продукции на 1 руб. выручки, руб.	0,91	0,79	0,80
Фондовооруженность труда, тыс. руб./чел.	81,5	231,2	252,1
Коэффициент обновления основных фондов, %	2,7	5,1	7,9
Фондоотдача на 1 руб. стоимости основных средств, руб.	1,9	3,1	4,2
Производительность труда, тыс. руб./чел.	310,4	536,2	649,4
Прибыль, млн. руб.	2,8	29,5	51,3
Рентабельность продукции, %	3,1	12,1	20,7
Сценарии мероприятий, обеспечивающие развитие предприятия	№1	№2	№2

Источник: расчеты авторов по материалам ряда статистических источников

Как видно из таблицы 3, повышение технической оснащённости предприятия и лучшее использование производственной мощности обеспечивает существенный рост экономической эффективности выпуска продукции, гарантирует высокий уровень рентабельности. Одним из факторов, снижающих уровень использования производственных мощностей, является высокая степень физического износа основных производственных фондов (на некоторых предприятиях региона вышеуказанный показатель достигает 75%). На подобной технической базе невозможно выходить не только на федеральный уровень рынка хлеба и хлебобулочной продукции, но уверенно конкурировать даже на региональном рынке. В конечном итоге растут удельные затраты конкретных предприятий, снижается рентабельность продаж и производства, страдает деловая репутация и уменьшаются потенциальные возможности даже известных местных брендов.

Для каждого из анализируемых предприятий авторы выделили сценарии первоочередных мер по повышению экономической эффективности их деятельности (№1 и №2). В частности, для предприятия А1 рекомендуется в первую очередь направить усилия на улучшение менеджмента, внедрение энергосберегающих технологий, изменение структуры производства. Для предприятий А2 и А3 рекомендуется осуществить обновление оборудования и технологий, профильную диверсификацию, активизировать маркетинг.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный рынок хлеба и хлебобулочных изделий диктует жесткие требования к производителю. Сегодня недостаточно выпускать только массовые сорта хлеба и хлебобулочных изделий. Обеспечить экономическую рентабельность производства

возможно только, вырабатывая широкий ассортимент продукции, включающей значительную долю сортов хлеба с высокой добавленной стоимостью.

Проанализировав сложившуюся ситуацию в российской хлебопекарной отрасли, авторы исследования выделили два блока мероприятий по повышению эффективности хлебопекарного производства: на уровне хлебопекарных предприятий (микроуровень) и на федеральном уровне (макроуровень).

Для хлебопекарных предприятий сегодня первоочередной задачей является повышение качества продукции, расширение ассортимента за счет функциональных продуктов. С реализацией этой задачи связаны мероприятия по грамотному позиционированию своей продукции на рынке. По мере повышением уровня жизни населения меняются его пищевые предпочтения, и удовлетворение повышающихся и/или высоких запросов конечных потребителей является возможностью повысить доходы производителя, обеспечить конкурентоспособность и финансовую устойчивость предприятия (микроуровня), т.е. в конечном итоге оптимизировать и сбалансировать воспроизводственный цикл мезоуровня экономики страны. Также сложной, но очень важной проблемой, причем в масштабах Российской Федерации в целом, является замена устаревших технологий производства хлебных продуктов, модернизация и замена оборудования с целью обеспечения повышения производительности труда, снижения материалоемкости и энергоемкости производства продукции.

Еще одной задачей на микроуровне – вполне разрешаемой в краткосрочной перспективе – является переход в оценке эффективности деятельности с показателей финансового результата (прибыли или убытка) на показатели добавленной стоимости (EVA-концепции, CFROI и т.п.), активно и полным шагом идущие в показателях европейских фирм и показателей мониторинга рынков консалтинговыми, рейтинговыми и тому подобными агентствами. Ведь именно добавленная стоимость и управление стоимостью предприятия на её основе включает расходы на воспроизводство рабочей силы (оплата труда наёмных работников и отчисления на социальные нужды), доход собственников (прибыль) и расходы на воспроизводство основного капитала (амортизация). Как показывают исследования [Ермакова Ж.А., Андреева Т.В., 2011], структура добавленной стоимости хлебопекарных предприятий улучшается по мере увеличения видов деятельности по созданию стоимости хлебобулочной продукции. Эффективность хлебопекарной отрасли в целом повышается при кооперации хлебопекарных и сельскохозяйственных предприятий. Таким образом, осуществление полного цикла производства от выращивания зерна до выпечки хлеба способствует росту эффективности деятельности как предприятия, так и отрасли в целом.

На федеральном уровне необходимо обратить внимание на проблему сбора статистической информации о хлебопекарном производстве. По нашему мнению, надо расширить программу статистического наблюдения о затратах и объёмах выпуска продукции, финансово-экономическом состоянии хлебопекарных предприятий в разрезе крупных, средних, малых и микропредприятий, что будет способствовать научно-обоснованному формированию цен на социально значимые сорта хлебной продукции и адресности государственной поддержки производителей.

Правительство РФ планирует в период 2013-2020 гг. инвестировать на цели модернизации хлебобулочного производства более 100 млрд. руб. [Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, etc., 2014]. Это позволит осуществить модернизацию отечественного хлебопечения и стать важным этапом повышения экономической эффективности отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

- Агропромышленный комплекс России: стат. сборник / Министерство сельского хозяйства РФ [электронный ресурс]. - URL: <http://mcx.ru/navigation/page/show/205.htm> (дата обращения 12.09.2014).
- Анализ производства муки и хлеба в РФ в I полугодии 2015 г. // Хлебопродукты. 2015. №9. С. 17 [электронный ресурс]. - URL: <http://www.roshleb.com/rsp23.pdf> (дата обращения 12.09.2014).
- Богомолова И.П., Белимова Е.А. Направления и механизмы государственного регулирования производства функциональных хлебопродуктов // Вестник ВГУИТ. 2014. №2. С. 177-183.
- Ермакова Ж.А., Андреева Т.В. Инструментарий оценки добавленной стоимости хлебопекарной промышленности региона // Экономика региона. 2011. №4. С. 274-279.
- Косован А.П., Шапошников И.И. Анализ и перспективы развития рынка хлебобулочных изделий в России и за рубежом // Хлебопродукты. 2015. №7. С. 8-12.
- Российская гильдия пекарей и кондитеров [официальный сайт]: Ломтик прибыли. Из чего складывается цена на хлеб. - URL: <http://www.breadbusiness.ru/rus/news/?action=show&id=10> (дата обращения 17.09.2014).
- Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 19 марта 2014 г. №83 «Об утверждении отраслевой целевой программы «Развитие хлебопекарной промышленности Российской Федерации на 2014 – 2016 гг.» [электронный ресурс] / URL: <http://www.roshleb.com/programme1.pdf> (дата обращения 10.09.2014).
- Скопинцева Е. Мукомолов беспокоит качество российского хлеба // Экономика и жизнь. 2014. №26 (9542). - URL: <http://www.eg-online.ru/article/251239/> (дата обращения 17.09.2014).
- Социальное положение и уровень жизни населения России 2014: Стат.сб. / Росстат - М., 2014. – 321 с.
- Шапошников И.И. Оценка объема и структуры производства хлебобулочных изделий в Российской Федерации [текст] // Хлебопечение России. 2010. № 1. С. 13.

Authors:

Ph.d. in Economic, Tatiana Larina

The Orenburg State Agrarian University,
Orenburg, Russia,
docent.
Tel.: +7(3532)783872 (Orenburg, Russia)
lartn.oren@mail.ru

Ph.d. in Economic, Nikolaj Zavodchikov

The Orenburg State Agrarian University,
Orenburg, Russia,
prof.
Tel.: +7(3532)770838 (Orenburg, Russia)
znd-nik@mail.ru

Alena Zemlyankina

The Orenburg State Agrarian University,
Orenburg, Russia,
graduate student
Tel.: +79128463517 (Orenburg, Russia)
znanie56@ya.ru

Reviewers:

prof. Elena Shibanova-Roenko, PhD.
doc. Ing. Alexsej Antonov, CSc.

POISTENIE VEĽKÉHO RIZIKA NA ÚZEMÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY

INSURANCE OF LARGE RISKS IN THE SLOVAK REPUBLIC

Martin Majdan

Abstract

Purpose of the article The aim of the article is to present the possibilities for insurance of large risks in the insurance sector in the Slovak Republic. The article deals with the different trends in the Slovak insurance business structures in general, but especially for the entities operating within and established on the territory of the Slovak Republic and the entities operating in the Slovak Republic established outside the territory of the Slovak Republic.

Methodology/methods The standard methods of research work were used, such as comparison, analysis and synthesis, and standard statistics methods. After the analyses, generalization was used.

The database of The National bank of Slovakia was used as a main source. The database contains data of all insurance entities in the Slovak Republic.

Scientific aim The main goal is to show relevant picture of the possibilities of providing services of the insurance of large risks on the insurance market in Slovakia. To separate the insurance companies by type of license to conduct business activities based on their headquarter location. To summarize the possibilities of offered products and services in the insurance of large risks. To allocate the individual types of products to the amount of insurance entities, which provide the particular type of product or service

Findings The perfect knowledge of the insurance market offer makes it possible to create a better picture of the possibilities to choose a suitable service provided to insure the client. In the decision-making process it is important to know the offer of the competition in order to select the best fit for the client's requirements.

Conclusions (limits, implications etc.) In the insurance of large risks market we face the situation where insurance companies compete for clients providing a wide range of their products with insurance companies that specialize in only a particular kind of product or service. An important factor for selecting a particular product is the knowledge of the environment of economy, experience and skills.

Keywords: insurance, risk assessment, competitiveness

JEL Classification: G22

ÚVOD

Ponuka a dopyt v oblasti poistenia a zaistenia prebieha výhradne na poistnom trhu. Vývoj na tomto trhu smeruje k väčšej komplexnosti služieb, novým formám komunikácie a kontaktov s klientmi, väčšiemu komfortu pre klientov, čím si komerčné poisťovne vytvárajú určité konkurenčné výhody oproti menším špecializovaným poisťovniam.

Poistný trh funguje na princípe zhromažďovania a rozdeľovania peňažných prostriedkov, ako je tomu aj na finančnom trhu. Na poistnom trhu sú to predovšetkým rezervy, ktoré tento trh špecifikujú. Rezervy sa vytvárajú pre prípad náhodných a nepredvídaných udalostí. Pre tieto rezervy je ich typický nárok na čerpanie až po splnení príslušných poistných podmienok. Poistenie teda možno definovať predovšetkým ako vzťah tvorby a prerozdeľovania rezerv v závislosti od vzniku rizika. Na poistnom trhu postačí, keď celková výška tvorby rezervy závisí na riziku a či je v primeranom rozsahu zabezpečená úhrada poistných potrieb.

Poistenie teda môžeme definovať ako špeciálny druh tovaru resp. služby, ktorý má fiktívny charakter. Na poistnom trhu platia špeciálne princípy poisťovníctva a to princíp solidarity, podmienenej návratnosti a neekvivalentnosti. Poisťovatelia a zaistovatelia nezarábajú len poisťovacou a zaistovacou činnosťou, ale svojimi dočasne voľnými peňažnými prostriedkami vstupujú aj na iné segmenty trhu, čím im vzniká priestor na tvorbu zisku.

Na poistnom trhu na strane ponuky vystupujú poisťovatelia, zaistovatelia a sprostredkovatelia poistenie. Zaistovňou rozumieme právnické osoby, ktoré sú akciovou spoločnosťou, vykonávajúce zaistovaciu činnosť na základe povolenia na vykonávanie zaistovacej činnosti. Zaistovňa môže mať v Slovenskej republike aj formu kaptívnej zaistovne, alebo zahraničnej zaistovne. Na území Slovenskej republiky sprostredkovateľov poistenia definuje zákon č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve ako Finančných agentov a finančných poradcov.

Strana dopytu predstavuje na poistnom trhu rôznorodá skupina fyzických osôb, právnických osôb, združení, organizácii a iných subjektov ak je napríklad štát, ktorí požadujú poistné krytie. Poistný trh predstavuje určité spoločenské prostredie a územie, na ktorom pôsobí ponuka a dopyt po produktoch poistenia a zaistenia.

Podľa predmetu činnosti poisťovateľa môžeme rozdeliť poistný trh na dva relatívne samostatné segmenty, a to: Ponuka a dopyt poistenia a zaistenia, tzv. vecný poistný trh a investovanie dočasne voľných peňažných prostriedkov poisťovateľa, tzv. investičný poistný trh.

Tento článok zameriavam na poukázanie možností poskytovania služby poistenia veľkého rizika v poisťovníctve na území Slovenskej republiky. Veľkým rizikom v stručnosti môžeme chápať ako poistenie, kde celková suma poisteného majetku prevyšuje poistnú sumu 6 200 000 EUR, čistý obrat poisteného prevyšuje sumu 12 800 000 EUR a priemerný ročný prepočítaný stav zamestnancov poisteného za zdaňovacie obdobie je väčší ako 250. V poistení veľkého rizika platí podmienka, aby boli splnené aspoň dve z vyššie uvedených pravidiel.

1 CIEĽ A METODIKA

Konkurencieschopnosť je významný faktor pre nastavenie ponúkaných produktov poistenia ponúkaných klientom. V prípade existencie jedného poisťovateľa nemá bežný spotrebiteľ možnosť voľby z viacerých ponúk na poistenie a je odkázaný len na jednu možnú variantu, a to je zobrať alebo nezobrať ponuku od takzvaného monopolu.

Významným faktorom pri výbere možných poistných variánt je aj fakt, či si klient dojednáva poistenie sám alebo prostredníctvom sprostredkovateľa. V oboch prípadoch je dôležité poznať trhové prostredie reálnych subjektov, ktoré sú schopné ponúknuť požadovanú službu tak na strane poisťovateľa ako aj na strane sprostredkovateľa.

Cieľom predloženého článku je určiť početnosť subjektov poisťovateľov zaoberajúcich sa poistením veľkého rizika a rozdeliť ich podľa toho či sídlia, alebo nesídlia na území Slovenskej republiky. Následne zostaviť zoznam nimi ponúkaných produktov a služieb a takémuto zoznamu priradiť početnosť poskytovateľov služby.

Predkladané dáta sú čerpané predovšetkým z údajov poskytnutých Národnou bankou Slovenska a komunikácie s produktovými oddeleniami vybranými poisťovňami. Všetky získané dáta boli postupne analyzované a vyhodnocované. Pri spracovaní článku boli využité všeobecné metódy vedeckej práce ako je analýza, syntéza, indukcia, dedukcia, ako aj štandardné štatistické metódy.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Pre stanovenie výberu poisťovateľov je nutné určiť početnosť poisťovateľov zaoberajúcich sa neživotným poistením. V tejto zúženej skupine poisťovateľov preskúmať typy ponúkaných produktov a služieb a až následne stanoviť, ktoré parametre je potrebné analyzovať pre určenie vhodnosti konkrétnej ponuky na poistenie.

2.1 POISŤOVNE A ZAISŤOVNE SO SÍDLOM NA ÚZEMÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Na území Slovenskej republiky môžu poisťovne a zaist'ovne vykonávať svoju činnosť na základe povolenia od Národnej banky Slovenska, ktoré im bolo vydané ako poisťovní alebo zaist'ovní so sídlom na území Slovenskej republiky. Národná banka Slovenska vedie zoznam poisťovní so sídlom v Slovenskej republike, ktoré môžu vykonávať poisťovaciu činnosť a zverejňuje ho na svojej web stránke.

V tabuľke 1 je uvedená početnosť subjektov pôsobiacich ako poisťovňa so sídlom na území Slovenskej republiky a poisťovňa so sídlom v Slovenskej republike s oprávnením vykonávať zaist'ovaciu činnosť neživotného poistenia. V tejto tabuľke zároveň uvádzam množstvo subjektov pôsobiacich v inom členskom štáte na základe systému jednotnej licencie, kde subjekty podnikajú ako poisťovňa so sídlom na území Slovenskej republiky, podnikajúce na základe slobody poskytovania služieb alebo podnikajúce prostredníctvom pobočky v inom členskom štáte.

Tabuľka 1: Prehľad subjektov pôsobiacich na území Slovenskej republiky so sídlom v území Slovenskej republiky

	Poisťovne so sídlom na území SR	Poisťovne so sídlom v SR s oprávnením vykonávať zaist'ovaciu činnosť	Poisťovne so sídlom na území SR vykonávajúce činnosť v inom členskom štáte systémom jednotnej licencie	
			Podnikajúce na základe slobody poskytovania služieb	Podnikajúce prostredníctvom pobočky
Všetky subjekty pôsobiace na trhu	17	7	10	3
Subjekty zaoberajúce sa veľkým rizikom	7	6	7	0

Zdroj: Majdan, 2015

Z tabuľky 1 vidíme, že nie každá poisťovňa so sídlom na území Slovenskej republiky sa aj reálne zaoberá poistením veľkého rizika. Z tejto tabuľky zároveň vidíme, že na území Slovenskej republiky ponúkajú niektoré poisťovne aj zaist'ovacu činnosť. Z tabuľky vidíme, že na území Slovenskej republiky vystupujú poisťovne so sídlom na území Slovenskej republiky podnikajúce v inom členskom štáte systémom jednotnej licencie na základe slobody poskytovania služieb, pričom prevažne podnikajú aj v poistení veľkého rizika v zahraničí. Poisťovne podnikajúce v inom členskom štáte prostredníctvom systému jednotnej licencie podnikajúce prostredníctvom pobočky poisťovne v inom členskom štáte nevykonávajú poistenie veľkého rizika v zahraničí.

2.2 POISŤOVNE A ZAISŤOVNE SO SÍDLOM MIMO ÚZEMIA SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Poisťovne so sídlom v niektorom štáte Európskej únie alebo Európskeho hospodárskeho priestoru môžu taktiež vykonávať svoju činnosť až po splnení stanovených podmienok na základe povolenia, ktoré im bolo udelené v štáte svojho sídla. Tieto poisťovacie spoločnosti sa môžu rozhodnúť vykonávať činnosť na území Slovenskej republiky buď na základe práva zriaďovať pobočky alebo na základe práva slobodného poskytovania služieb. V oboch prípadoch je nutné aby subjektom bola udelená licencia na vykonávanie činnosti od Národnej banky Slovenska.

Národná banka Slovenska vedie zoznam zahraničných finančných inštitúcií, ktoré môžu vykonávať činnosť v Slovenskej republike a zverejňuje ho na svojej web stránke. Subjekty ponúkajú svoje služby na základe povolenia Národnej banky Slovenska alebo sú oprávnené vykonávať túto činnosť na území Slovenskej republiky na základe povolenia získaného v štáte svojho sídla.

V Tabuľke 2 uvádzam početnosť poisťovní a zaist'ovní so sídlom mimo územia Slovenskej republiky umožňujúcim vykonávať svoju činnosť na území Slovenskej republiky systémom jednotnej licencie prostredníctvom pobočky alebo na základe slobody poskytovania služieb.

Tabuľka 2: Prehľad subjektov pôsobiach na území Slovenskej republiky so sídlom mimo územia Slovenskej republiky

	Poisťovne a zaist'ovne so sídlom mimo územia SR	
	Vykonávajúce činnosť prostredníctvom pobočky	Vykonávajúce činnosť na základe slobody poskytovania služieb
Všetky subjekty pôsobiace na trhu	21	551
Subjekty zaoberajúce sa veľkým rizikom	10	359

Zdroj: Majdan, 2015

Z tabuľky 2 vidíme, že poistenie veľkého rizika sú reálne schopné vykonávať zhruba tri pätiny poisťovacích subjektov v rámci Európy. Pre tieto subjekty pravdepodobne Slovenská republika predstavuje zaujímavý priestor pre poskytovanie svojich služieb, keďže oproti európskemu trendu vykonáva činnosť poistenia veľkého rizika polovica poisťovní, ktoré zriadili pobočku na území Slovenskej republiky aby boli schopné zaujať lepšie postavenie v rámci konkurenčného boja o klienta.

2.3 PONÚKANÉ PRODUKTY POISTŮVNAMI ZAOBERAJÚCE SA VEĽKÝM RIZIKOM NA ÚZEMÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY

V čase, kedy sa klient rozhoduje uzatvoriť poisťnú zmluvu veľkého rizika nie je dôležité poznať len početnosť subjektov, ktoré ponúkajú poistenie z poisťného odvetvia a o ktoré má potenciálny klient záujem, ale dôležité je aj poznať produktové zloženie portfólia jednotlivých poisťovní.

Poisťovňami, ktoré vykonávajú činnosť na základe slobody poskytovania služieb na území Slovenskej republiky so sídlom mimo územia Slovenskej republiky sa analýza tohto článku nezaobera z dôvodu, že ide skôr o individuálny biznis medzi poisťovňou a klientom o ktorom nie je možné získať relevantné štatistické údaje, nakoľko samotní poskytovatelia služby poistenia veľkého rizika nemajú sídlo na našom území a ani neposkytujú internetové stránky z ktorých by sa dali čerpať relevantné údaje potrebné pre výskum. Významný faktor zohráva aj samotná rozsiahla početnosť udelených licencií na našom území.

V tabuľke 3 a v tabuľke 4 uvádzam ponúkané produkty a služby komerčných poisťovní na území Slovenskej republiky podnikajúce či už na základe povolenia poisťovne so sídlom v Slovenskej republike, alebo poisťovne podnikajúce na území Slovenskej republiky so sídlom mimo územia Slovenskej republiky.

Tabuľka 3: Ponúkané produkty a služby poisťovňami na území SR

Ponúkané produkty a služby na území SR	Poisťovne so sídlom v SR	Poisťovne so sídlom mimo SR	Spolu
Poistenie majetku	5	3	8
Poistenie priemyselného majetku	4	3	7
Zmiešané poistenie majetku a technických rizík	1	3	4
Poistenie majetku a prerušenia prevádzky	2	1	3
Poistenie majetku a zodpovednosti	2	3	5
Poistenie zodpovednosti	5	2	7
Poistenie zodpovednosti za škodu v cestnej doprave	1	2	3
Poistenie zodpovednosti za škody pri výkone povolania	3	3	6
Poistenie zodpovednosti cestujúceho dopravcu – vnútroštátna, medzinárodná	1	2	3
Poistenie zodpovednosti zaistiteľa	1	2	3
Poistenie zodpovednosti za škodu spôsobenú... (pri výkone štátnej služby; podnikateľmi; Primátormi, starostami; projektovej organizácie,...)	1	2	3
Poistenie zodpovednosti dodatkových druhov	1	2	3
Poistenie zodpovednosť za škody spôsobené na zdraví z vadne vyrobenej stravy,	1	2	3
Poistenie zodpovednosť za škody na zdraví a veciach spôsobených vadou výroby,	1	2	3
Osobitne druhy poistenia zodpovednosti	1	2	3
Poistenie zodpovednosti za škody členov štatutárnych orgánov,	0	1	1
Poistenie profesijnej zodpovednosti za škodu	0	1	1
Poistenie zo skupiny personal lines	0	1	1
Poistenie prerušenia prevádzky	2	0	2

Zdroj: Majdan, 2015

Tabuľka 4: Ponúkané produkty a služby poisťovňami na území SR

Ponúkané produkty a služby na území SR	Poisťovne so sídlom v SR	Poisťovne so sídlom mimo SR	Spolu
Poistenie colného dlhu	1	0	1
Poistenie elektrotechniky	3	0	3
Poistenie stavby	2	1	3
Poistenie montáže	1	3	4
Poistenie stavby a montáže	3	2	5
Poistenie stacionárnych strojov	2	5	7
Poistenie strojov	2	5	7
Poistenie strojov na lom stroja	1	2	3
Poistenie zásielky	1	0	1
Poistenie nákladu	1	0	1
Poistenie leteckých rizík	1	0	1
Poistenie lietadiel a lodí	2	0	2
Poistenie prepravného tovaru	2	2	4
Poistenie jednorazovej prepravy	1	2	3
Poistenie prepravy zásielok	0	3	3
Poistenie právnej ochrany	2	0	2
Poistenie pohľadávok	1	3	4
Poistenie záruky	1	0	1
Poistenie za škodu z klinického štúdia	1	2	3
Poistenie neštátneho zdravotníckeho zariadenia	1	0	1
Poistenie bytového domu	2	0	2
Poistenie environmentálnej škody	1	0	1
Poistenie výstav	1	0	1
Poistenie poľnohospodárskych zásob, plodiny, zvierat	2	1	3
Poistenie plodín pestovných na ornej pôde	1	1	2
Poistenie lesa	1	0	1

Zdroj: Majdan, 2015

Z tabuľky 3 a tabuľky 4 vidíme, že nie každá poisťovňa poisťuje všetko o čo majú klienti záujem. Na našom poistnom trhu existujú i špecializované poisťovne, ktoré kryjú len jednu službu, ako je tomu napríklad u poistení pohľadávok. Prípadne monopolná poisťovňa ktorá kryje poistenie lesa, alebo poistenie environmentálnej škody, či poistenie záruky, prípadne colného dlhu a iné špecializované druhy poisťovacej služby ponúkané výhradne jedným poisťovateľom. V týchto prípadoch je klient odkázaný výhradne na jedinú ponuku na poistenie.

Situácia napríklad v poistení majetku alebo zodpovednosti je diametrálne odlišná. Tento typ produktu a služby poskytuje viacero poisťovateľov, čo dáva klientovi možnosť výberu a voľby z viacerých ponúk. Nakoľko poistenie veľkého rizika je individuálny biznis medzi poisťovňami, dostáva sa klient do polohy v ktorej svojimi obchodnými zručnosťami a svojou znalosťou prostredia ekonomiky môže značne prispieť a docieľť konkurenčný boj medzi poisťovňami o jeho potrebu krytia, čím si zabezpečí získanie výhodnejšej ponuky, oproti tomu, kedy by uzatváral poistnú zmluvu na základe prvej ponuky.

Konkurenčnému boju prispievajú i sprostredkovatelia, ktorý sa snažia získať provízie za sprostredkované poistné služby. O klienta môžu súperiť najmä svojou odbornosťou,

obchodnými zručnosťami a šírkou svojho portfólia, pretože len tak ponúknú pridanú hodnotu svojmu klientovi.

ZÁVER

Výber konkrétnej najvýhodnejšej poistnej zmluvy v poistení veľkých rizík môže byť pre klienta častokrát náročný. Služby poisťovateľov a klientova znalosť ekonomiky predmetu poistenia je kladená ako priorita a zohráva významnú úlohu v procese rozhodovania. Za týmto účelom klienti mnohokrát vyhľadávajú sprostredkovateľov poistenia z dôvodu lepšej orientácie v spleti finančných produktov a obchodných podmienok poisťovní, alebo ako garanciu odbornosti a osobitného prístupu na základe odporúčania ktoré dostávajú.

Z pohľadu finančnej inštitúcie spolupráca so sprostredkovateľom je výhodná, či až vítaná. Úlohou sprostredkovateľov je aktívne vyhľadávať klientov za účelom predloženia ponuky na uzatvorenie poistnej zmluvy. Za svoju činnosť sprostredkovateľ dostáva sumárne ohodnotenie vo forme provízie za uzatvorenie poistnej zmluvy, pričom je povinný vrátiť svoju odmenu, prípadne jej časť, ak došlo k porušeniu podmienok na získanie provízie. Okrem kvantitatívneho ohodnotenia províziou činnosti sprostredkovateľa je pre finančnú inštitúciu prínosom aj kvalitatívne ohodnotenie finančnej inštitúcie sprostredkovateľom pred klientom, ktorý sa rozhodol uzatvoriť danú poistnú zmluvu.

Podniky podnikajúce ako sprostredkovateľ poistenia veľkých rizík môžu zavedením inovačných technológií maximalizovať svoj zisk tým, že budú držať svoje prevádzkové náklady na minimálnej konštantnej úrovni bez ohľadu na to, aká vysoká produkcia je dosahovaná. Rastúca produkcia sprostredkovanej služby a renta vyplácaná finančnou inštitúciou za platenie finančnej služby klientom predstavuje opätovnú zložku príjmu, ktorá narastá s objemom sprostredkovaného obchodu podnikom. Vyplácaná renta a efektívne riadenie krytia veľkých rizík predstavuje motivačný nástroj pre manažérsku metódu finančného riadenia podniku.

LITERATÚRA

- Čejková V. - Martinovičová D. 2007. Poisťovníctvo: Úvod do teórie. Bratislava: MERCURY, 2009.
- Horhejová M. - Masarová J. 2005. Mikroekonómie I. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2005.
- Horniaková Ľ. - Čunderlík Ľ. 2009. Finančný trh. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2009.
- Chovan P. 2001. Poisťovníctvo: Nová ekonómia v práci a podnikaní. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2001.
- Chovancová B. 2006. Finančný trh: nástroje, transakcie, inštitúcie. Iura Edition, spol. s.r.o., Bratislava: 2006.
- Majdan M. 2015. Proceedings of MAC-EMM 2015. Praha: MAC Prague consulting, 2015.
- Nečas S., - Čejková V. 2009. Poistný trh: Vybrané problémy. Bratislava: MERCURY, 2009.
- Ordovery J. - Pittman R. - Clyde P. 1994. University of Michigan Competition Policies for Natural Monopolies in Developing Market Economy. Michigan: 1994.
- Pearce David W. 1992. Malachaninov slovník modernej encyklopédie. Praha: VICTORIA PUBLISHING, 1992.
- Pidnay J. - Kafková E. - Kyseľová V. 1999. Poisťovníctvo: životné, neživotné s atribútom na výrobné procesy. Bratislava: ROYAL Unicorn, 1999.
- Šíbl D. a kol. 2002. Veľká ekonomická encyklopédia. Bratislava: SPRIT, 2002.

Národná banka Slovenska. 2015. Oddelenie dohľadu nad finančným trhom. [online].
Dostupné na: <http://www.nbs.sk/sk/dohlad-nad-financnym-trhom-prakticke-informacie/zoznamy-subjektov-registre-a-formulare/zoznamy-subjektov/poistovnictvo/poistovne-a-zaistovne>

Zákon č. 8/2008 Z. z. poisťovníctve a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Zákona č. 186/2009 Z. z. o finančnom sprostredkovaní a finančnom poradenstve a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Afiliácia k projektu:

Tento príspevok je súčasťou riešenia úlohy: ÚM-13587-67875, „efektívne riadenie prirodzených monopolov“, zodpovedný riešiteľ Ing. Martin Majdan, v rozsahu: 100 %.

Autor:

Ing. Martin Majdan

Ústav Manažmentu STU

Vazovova 5, 812 43 Bratislava

e-mail: martin.majdan@stuba.sk

Recenzenti:

doc. Ing. Jana Kajanová, PhD.

doc. Ing. Zora Petráková, PhD.

POTRAVINOVÁ BEZPEČNOST KRAJINY – POHĽAD PODNIKU

FOOD SECURITY OF THE COUNTRY – A VIEW OF THE ENTERPRISE

Milan Majerník – Štefan Majerník – Dušan Majerník

Abstract

Purpose of the article The aim of the article is to point out the specifics caused by the nature and the way of the realisation in science - technological development in the food industry and food security in the Slovak Republic.

Methodology/methods Article processing method is based on determining the target of the article, its major reason, theoretical definition of food security, conditions, indication of important conclusions with findings and warnings of food security of the country in the Slovak Republic.

Scientific aim „The concept of food security, is not an anachronism, as it is claimed by some of the ultra-liberalism supporters. It has three major dimensions: the sufficiency of a stock supply, price affordability and health harmlessness of food.”

Findings Currently, according to different methodologies, self sufficiency in food of Slovak Republic is approximately in the range from 45 to 50 percent. But still at the beginning of agro-food transformation it exceeded the 80-percent threshold. Worsening of this indicator by about 30 percentage points in the last twenty years is reflecting very dangerous trend (see Table 1).

Conclusions (limits, implications etc.) Solving the issue of a food security should be tackled by the Concept of development of the food industry from 2014 to 2020 and solution to a high (20%) VAT on food in comparison to other states of the EU.

Keywords: food security, food business sectors, retail chains, science - technological development, VAT

JEL Classification: M21

ÚVOD

Potreba inovácií a vedecko-technického rozvoja v potravinárskych podnikoch je zrejmá. Nové technológie, možnosti a rozšírený sortiment vytvárajú vhodné prostredie pre uplatnenie sa potravinárskych výrobkov na domácich i zahraničných trhoch a posilnenie potravinovej bezpečnosti krajiny.

Dôraz sa kladie predovšetkým na **ekologické výroby a technológie**, produkciu biopotravín, nové výrobky vytvárané na zvyšovanie efektívnosti a hospodárnosti, metódy a techniky podpory predaja, **inovačné procesy** v smere zvyšovania záujmu spotrebiteľa, riadenie vzťahov so zákazníkmi, zvyšovanie objemov produkcie, ktoré je podmienené zvyšovaním kapacity výrobných zariadení, potreba **rešpektovať pravidlá racionálnej výživy** ale aj stravovacích zvyklostí zákazníkov.

Špeciálne biopotraviny sa stali súčasťou „zdravej spoločnosti“ a racionálneho stravovania. Konzumácia biopotravín znamená zvýšený prísun bioaktívnych látok. Zároveň je zredukované riziko v súvislosti so zvyškami pesticídov, nitratov, používaním prídavných látok pri výrobe potravín a geneticky manipulovaných organizmov. Biopotraviny sú vyrobené zo špeciálnych surovín a za špeciálnych podmienok, ktoré korešpondujú s ekologickým poľnohospodárstvom. Ich výroba nebola zaťažená použitím chemických hnojív, syntetických látok, chemických konzervantov alebo umelých prísad, ktoré majú negatívny dopad na ľudský organizmus.

Ďalšou diskutovanou oblasťou výskumu je výroba a predaj geneticky manipulovaných potravín tzv. genetically modified organism (GMO). Na európskom trhu sa tieto potraviny objavujú a preto je dôležité, aby boli označené. Hoci časť verejnosti má radikálne negatívny postoj voči týmto výrobkom, pestujú sa a predávajú aj na našom území.

Sumárny pohľad na špecifiká potravinárskeho priemyslu, ktoré sú nositeľmi zvýšených nákladov a potreby mimoriadnych opatrení v riadení podnikov potravinárskeho priemyslu majú svoj dopad na potravinovú bezpečnosť krajiny. Ak sa situácia nezlepší a naša krajina nezačne praktickými krokmi pamätať na svoju potravinovú bezpečnosť, o niekoľko rokov ani zďaleka nedokáže sama nasýtiť svojich obyvateľov. V súčasnosti sa podľa rôznych metodík sebestačnosť Slovenska v potravinách pohybuje zhruba v intervale 45 - 50 percent, ale ešte na začiatku transformácie agropotravinárskeho komplexu prevyšovala 80-percentnú hranicu a v komoditách mierneho pásma bola 100-percentná, ba aj väčšia, pretože časť z nich sa vyvážala. Zhoršenie tohto ukazovateľa o približne 30 percentuálnych bodov v ostatných dvadsiatich rokoch predstavuje veľmi nebezpečný trend (viď tabuľka 1).

1 CIEĽ A METODIKA

Cieľom článku je poukázať na špecifiká spôsobené podstatou a spôsobom realizácie vedecko – technického rozvoja v potravinárskom priemysle, ale aj na dopad na potravinovú bezpečnosť v Slovenskej republike. Metodika spracovania článku je postavená na určení cieľa článku, jeho hlavného dôvodu, teoretického vymedzenia potravinovej bezpečnosti, stavu, záverov a označenie významných zistení a upozornení v oblasti potravinovej bezpečnosti štátu – Slovenskej republiky.

Tabuľka 1: Prehľad o vývoji podielu vybraných slovenských potravinárskych výrobkov podľa odborov potravinárskeho priemyslu v rokoch 2002 až 2012

Odbor potravinárskeho priemyslu	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Mliekarenský priemysel	86,1	78,6	79,2	62,2	59,2	61,8	59,7	56,7	55,6	53,3	57,8
Mäsový priemysel	92	89,8	58,7	72,3	61,5	64	66	63	53,3	46,3	46,2
Hydinársky	77,4	85,5	75	72,9	57,2	61	52,6	49,7	43,5	50	47
Mlynský	96,1	95,5	98	97,5	96,7	95,5	95,5	93,4	92,5	85,3	86,9
Konzervársky	64,1	44,3	44,3	51,1	37,9	47,6	48,1	47,5	45,8	47,4	45,8
Slniečnicový a repkový olej	100	99,1	97,9	92,4	73,3	79,3	60	37,1	56,8	25,9	¹⁾
Cestoviny	64,2	65	28,9	71,6	52	44	45,7	32,1	19	21,2	18,1
Trvanlivé pečivo a cukrárske výrobky	41,9	41,7	40,1	37,2	32,1	23,6	4,7	23,8	14,9	9,6	13
Čokoláda, čokoládové a nečokoládové cukrovinky	41,2	35,9	38,1	35,3	35	29,9	63,3	65,7	54,1	44,5	60,7
Vinársky priemysel	85,3	85,3	81,6	70,7	43,5	67,5	67,7	65,9	58,2	57,3	52,8
Pivo (vrátane nealkoholického a ochuteného)	92,7	91,5	93,2	92,1	84,4	81,2	67,6	73,4	77,1	74,5	73,3
Nealkoholické nápoje	68,3	67,1	57,9	72,6	73,9	75	69,7	63,3	61,4	62,9	63,5
Mrazená zelenina a ovocie a zmrzlina	37,4	22,7	41,7	37	21,7	27,5	45,6	33,8	23	7,6	21,8
Priemer spolu	72,8	69,4	64,2	66,5	56	58,3	57,4	54,3	50,4	45,1	48,9

¹⁾Pri slnečnicovom a repkovom oleji údaje za rok 2012 nie sú, nakoľko najväčší producent na Slovensku PALMA, a.s. v tomto roku prestala s výrobou (už len oleje plní).

Zdroj: Štatistický úrad SR (údaje o vývoze a dovoze), Rezortný štatistický výkaz POTRAV (MPRV SR) 1-12 (údaje o výrobe)

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

„Pojem potravinovej bezpečnosti nie je žiadnym anachronizmom, ako to tvrdia niektorí zástancovia ultraliberalizmu. Naopak, od sedemdesiatych rokov minulého storočia, keď sa s ním začalo prvý raz vážnejšie narábať, prešiel vývojom k definícii zohľadňujúcej kvalitu a ľudský rozmer. Má tri hlavné dimenzie: dostatočnosť ponuky, cenovú dostupnosť a zdravotnú neškodnosť potravín. Z hľadiska štátu možno hovoriť o potravinovej bezpečnosti najmä vtedy, ak v ňom nezaznamenávajú výraznejší deficit vo výrobe základných potravinárskych komodít. Viaceré odborné štúdie sa prikláňajú k názoru, že jej hranica sa v súčasnosti pohybuje asi na úrovni 80-percentného pokrytia dopytu po potravinách domácou výrobou. Teda stavom, aký sme na Slovensku mali na začiatku deväťdesiatych rokov minulého storočia“.

Podľa vyjadrenia predstaviteľov Slovenskej poľnohospodárskej a potravinárskej komory / SPPK / v našich podmienkach nepatrila potravinová bezpečnosť v ostatných dvoch desaťročiach medzi štátne priority. Predchádzajúce vlády nenašli v zložitom období hĺbkovej transformácie ekonomiky spôsob, ako sa s týmto problémom vyrovnat', iné ho otvorene bagatelizovali. Úpadok celého agropotravinárskeho sektora, najmä živočíšnej výroby a potravinárskeho priemyslu, spôsobila nevydarená ekonomická transformácia, silný konkurenčný tlak zo zahraničia, nekontrolovaný nástup zahraničných obchodných systémov na náš trh, ako aj „dvojrychlostná“ spoločná poľnohospodárska politika EÚ, znevýhodňujúca našich poľnohospodárov. Domáca produkčná základňa mimoriadne doplatila na absenciu potravinovej a obchodnej politiky, ktorá sa nikdy nespracovala a teda ani nerealizovala komplexne, lebo takmer vždy v nej chýbala finálna fáza – výroba a odbyt.

Na základe prieskumu z roku 2012, konštatujeme, že slovenský 48,9-percentný predaj domácich potravín zaostáva za zahraničím, pretože priemer EÚ predstavuje 95 %, v susednom Poľsku je to 82 %, v Českej republike 72 % a v Maďarsku 71 %. Z pohľadu domácich výrobcov potravín je neúnosné, aby sa s nimi obchodné systémy pohrávali ako mačka s myšou.

Z hore uvedeného prieskumu patrí náš potravinársky priemysel medzi najohrozenejšie odvetvia. Štruktúra potravinárskej výroby sa vyvíja veľmi nepriaznivo, najmä v tých výrobných odboroch, ktoré produkujú základné potraviny, dôležité pre výživu obyvateľstva, zatiaľ čo iné, ktoré sú však menej dôležité z hľadiska výživy obyvateľstva, vylepšujú celkové výsledky potravinárstva v SR. Príčin úpadku poľnohospodárstva a potravinárstva u nás je určite viac, ale základný rozdiel medzi krajinami západnej a strednej Európy je nespochybniteľný: v Nemecku, Rakúsku, Francúzsku alebo vo Veľkej Británii je veľkodistribúcia potravín jednoznačne v rukách domácich spoločností a zastúpenie domácich potravín na pultoch tam dosahuje asi 80 %. V Českej republike, u nás alebo v Maďarsku dominujú zahraničné obchodné reťazce a tento podiel je iba 60 %, resp. ešte menší percentuálny podiel. Môžeme konštatovať, že takýto veľký rozdiel nemôže byť náhodný.

Na vyostrený konkurenčný boj medzi obchodnými reťazcami na Slovensku paradoxne dopláca spotrebiteľ, pričom o tom nevie. Veľká konkurencia vedie reťazce k tomu, že cena je najdôležitejším kritériom na dodávku tovaru a toto rozhodovanie vedie k zásobovaniu obyvateľstva potravinami otáznej kvality. Náš spotrebiteľ však reaguje na nízku cenu veľmi aktívne a táto spotrebiteľská vlastnosť núti reťazce pokračovať vo vyhľadávaní dodávateľov, ktorí vedia tovar ponúkať za najnižšie ceny.

K tomuto záveru nás vedie zistenie, že na Slovensku majú za posledné roky nadnárodné obchodné spoločnosti neuveriteľne vysoké zisky, kým naše poľnohospodárstvo a potravinárstvo bojuje každý deň o prežitie.

Rok 2013 bol pre mnohých výrobcov potravín ťažký, ale s podmienkami ktoré im diktujú obchodné reťazce na ďalšie roky, už mnohí nemôžu prežiť. To, že obchodné reťazce na slovenských výrobcov potravín zarábajú a často nie len v tom zmysle, že ich nútia do nevýhodných podmienok, teda nízkych odbytových cien za svoje výrobky či spätné poplatky, ale aj na hrane zákona, je všeobecne známe.

Pri porovnávaní s okolitými krajinami (Česká republika, Maďarsko, Rakúsko) možno vidieť, že hospodárske výsledky hospodárenia dodávateľov potravín a obchodu sú nevyvážené, možno to súvisí s tým, že okolité krajiny stanovili určité mantinely pre podnikanie cez legislatívu (obmedzenia predaja v nedeľu a cez sviatky Maďarsko, Rakúsko), stanovenie podielu domácich dodávateľov do obchodných reťazcov.

Ministerstvo pôdohospodárstva uvedomujúc si tento problém prijalo zákon, ktorý má práve neprimerané podmienky vo vzťahoch dodávateľov potravín do obchodných reťazcov riešiť. Na druhej strane však konštatujeme, že pre niektorých výrobcov potravín, ktorých

nátlak na znižovanie cien svojich výrobkov a rôzne dodatočné spätné platby priviedol na pokraj krachu, sa začal uplatňovať neskoro a tak či tak sa zdá byť málo účinným. Mnohokrát dokonca nejde o „vzt'ahy“ medzi dodávateľom potravín a odberateľom, teda obchodným reťazcom, ale len o „diktát“ podmienok zo strany obchodu. Slovenskí výrobcovia potravín majú pri tom obmedzené možnosti iného odbytu svojich výrobkov, pretože až 80 % ich tovaru sa obchoduje cez veľké obchodné reťazce. Môžu teda len predať podľa diktovaných podmienok, alebo skončiť. A to už nie je len problém jednotlivých podnikateľov v potravinárskom priemysle, to je problém celospoločenský. Je to problém Slovenska, aby zachránili na Slovensku výrobu potravín kvôli sebestačnosti v zásobovaní potravinami, ktoré majú na rozdiel od mnohých dovážaných kontrolami zaručenú kvalitu. Je to dôležité aj preto, aby sme zachovali zamestnanosť. V potravinárstve pracuje nezanedbateľný počet zamestnancov, preto problém treba riešiť aj z dôvodu zachovania pracovných miest.

V roku 2008 pracovalo v potravinárstve 56 300 osôb a v roku 2012 už len 48 500. A v neposlednom rade potravinárstvo spracováva suroviny nášho poľnohospodárstva. Aj tam sú ohrozené pracovné miesta a podnikateľské subjekty. Môže sa stať, že zo Slovenska za nízke ceny sa bude vyvážať surovina s nízkou pridanou hodnotou a potom späť sa budú dovážať spracované výrobky s vysokou pridanou hodnotou. Z toho nám vyplýva, že týmto spôsobom *dáme prácu ľuďom v zahraničí*.

Za negatívny moment považujeme, že si síce budeme môcť kupovať dovážané potraviny, ale zaplatíme ich z podpory v nezamestnanosti. To už ale bude možno za vyššiu cenu, pretože dovezeným výrobkom nebudú konkurovať domáce výrobky. Môžeme si položiť otázku: „A aká bude ich kvalita?“ Už v súčasnosti sú najproblematickejšie kontroly kvality potravín dovážaných rôznymi firmami.

V krajinách s vyšším počtom obyvateľov, ako je Poľsko alebo Česká republika, sú zisky oveľa nižšie. To už nie je len o dodávateľoch potravín, na ktorých zarábajú, ale aj o zákazníkoch. Teda o nás všetkých. Tento postup v konečnom dôsledku likviduje slovenských výrobcov potravín, ktorí nedisponujú prebytkami, ktoré by mohli ponúkať za dumpingovú cenu a do cien svojich výrobkov musia premietnuť reálne náklady na surovinu a výrobu.

ZÁVER

Ako riešiť potravinovú bezpečnosť krajiny:

1. Mala by byť spracovaná stratégia rozvoja odvetvia s ohľadom na tvorbu nových pracovných miest, ktoré by vznikli v prvovýrobe i potravinárskom priemysle a len vtedy, keď prestaneme dovážať zbytočne veľké množstvá potravín, ktoré si bez problémov môžeme vyrobiť sami doma. Potrebne je vytvoriť kvalitnú surovinovú základňu, jej spracovanie i cestu k slovenskému spotrebiteľovi. Čiastkové koncepcie síce môžu priniesť aké - také zlepšenia v niektorých sektoroch, ale trvalý obrat určite nezabezpečia. Na to by nemali zabúdať všetci tí, ktorí podceňujú ich význam“ (Janíček, 2014). Napomôcť tomuto kroku má Koncepcia rozvoja potravinárskeho priemyslu 2014 – 2020.
2. Riešení nedostatočného predaja domácich výrobkov na vnútornom trhu je viac, no jedno z najdôležitejších - popri vypracovaní serióznej koncepcie, ktorá by platila aspoň v strednodobom časovom horizonte - určite spočíva v systematickej výchove spotrebiteľa k spotrebiteľskému patriotizmu a vo zvýšenej podpore predaja domácej produkcie. Treba tiež prilákať ďalších investorov, zabezpečenia podporných prostriedkov na výskum, modernizáciu a výrobovú inováciu potravinárskeho priemyslu. Ak v tomto smere nedokážeme prijať a realizovať správne opatrenia, ďaleko sa nedostaneme a bude svedkami ďalšej štrukturálnej,

ale v konečnom dôsledku aj objemovej, deštrukcie slovenského potravinárskeho priemyslu (viď tabuľka1).

3. Zvýšenie podielov domácich potravinárov na trhu si stanovil rezort pôdohospodárstva ako jednu z kľúčových úloh. Ministerstvo chce, aby potravinová sebestačnosť krajiny za desaťrocie stúpala z terajších 45 až na 80 percent. Konkrétnych nástrojov, ako to chce dosiahnuť, má však málo. Niektoré z nich kritizujú aj domáci potravinári. Odmietli plán vytvorenia nového odbytového fondu, do ktorého by štát od potravinárov vyberal povinné príspevky na reklamu domácich potravín na tuzemskom trhu, Nepáčilo sa im, že povinne by sa mali skladať aj výhradní exportéri potravín, obávali sa aj možnej sprenevery zdrojov fondu. Ministerstvo začalo nútiť obchody, aby na svojich vchodoch zverejňovali, koľko domácich potravín predajú. Slováci na rozdiel od Západoeurópanov však pri nákupe potravín menej prihliadajú na ich pôvod. Väčšinu zaujíma cena. Pre obchod je to administratívna záťaž navyše. Domácom potravinárom nepomáha ani snaha Smeru o kontrolovanie a zákonné obmedzovanie výšky poplatkov, ktoré si reťazce strhávajú od potravinárov za prijatie ich tovaru na pulty, prepravu produktov či za reklamné letáky.
4. Obchodné reťazce sa tlaku štátu prispôsobujú tým, že tlačia potravinárov do nižších cien alebo si pod nich dávajú vystavovať fakturačné zľavy. Aj tak ostáva všetko na vzťahu medzi potravinárom a obchodom. Ak chce štát zvyšovať potravinovú sebestačnosť, mal by sa zasadiť najmä o skoncovanie nerovného dotovania farmárov zo západu a východu do únie, apelujú potravinári. Slabšia konkurencieschopnosť menej dotovaných východoeurópskych poľnohospodárov sa prenáša ja do potravinárskych výrobní. Práve efektívny rozvoj kvalitnejších potravín prináša podnikom dlhodobejší úspech.
5. Problémom domácich potravinárov je aj vysoká (20 % DPH) na potraviny v porovnaní s okolitými štátmi EÚ, na základe čoho obyvatelia SR podporujú rozvoj potravinárskeho priemyslu v okolitých štátoch (viď. tabuľka 2). (Autor článku M. Majerník má 33 ročnú prax v potravinárskom priemysle SR).

Tabuľka 2: Prehľad DPH vo vybraných krajinách EÚ

Štát	Štandardná DPH	Znížená DPH	Poznámka
Anglicko	20 %	10 %	5% potreby pre malé deti, niektoré energeticky úsporné materiály. 0%: potraviny, knihy, lieky, zdravotnícke potreby, osobná doprava, noviny
Česká republika	21 %	15 %	15%: základné potraviny, knihy, lieky a zdravotnícke potreby, osobná doprava, noviny, vstupné na kultúrne podujatia, ubytovacie služby
Poľsko	23 %	5 %, 8%	8% lieky a zdravotnícke potreby, osobná doprava, noviny, ubytovacie služby, reštaurácie, vstupné na kultúrne športové a zábavné podujatia. 5%: jedlo a nealkoholické nápoje
Maďarsko	27 %	18 %, 5 %	18% potraviny, ubytovacie služby 5%: knihy, lieky a zdravotnícke potreby

Štát	Štandardná DPH	Znížená DPH	Poznámka
Rakúsko	20 %	10 %	10% základné potraviny, knihy, lieky, osobná doprava, noviny, vstupné na kultúrne a zábavné podujatia, ubytovacie služby

Zdroj :<http://www.vatlive.com/vat-rates/european-vat-rates/eu-vat-rates/>

6. Návrhy ,ktoré sú uvedené v závere príspevku nariadenie potravinovej bezpečnosti krajiny a sú obsiahnuté v bodoch 1 až 5. Pohľad z jednej strany sú to návrhy, ktoré môže ,alebo má zabezpečiť štát. Vychádzajúc z názvu článku „ Potravinová bezpečnosť krajiny – pohľad podniku“ tak tu štát zohráva a musí zohrávať hlavnú, nosnú, usmerňujúcu politiku. Štát stanovuje normy, mantinely a priestor pre správanie sa podnikov.

Prínos podnikov pre potravinovú bezpečnosť by sme videli:

- dôslednom zabezpečovaní a plnení podmienok stanovených štátom,
- pôsobením na spotrebiteľov – výchovou spotrebiteľov,
- presadzovaním a využitím špecifik potravinárskeho priemyslu,
- dosiahnutím a udržaní certifikátov kvality – ISO normy, potravinový kódex, HACCP,
- presadzovaním na trhu značku kvality ako sú : Značka kvality SK, Značka kvality Slovak Gold, Zaručená tradičná špecialita a pod.

Aj keď podnik môže určitým podielom prispieť k potravinovej bezpečnosti krajiny, stále si ale myslíme že hlavná ťarcha zostáva na štáte.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- Bielik, P. a kol.(1999) *Ekonomika poľnohospodárstva a európska integrácia*. 3-54 s. Nitra: Vydavateľstvo SPU. Praha: Vydavateľstvo ČZU vyd. 1999. ISBN 80-7137-616-7.
- Boreková, B. (2004) *Ekonomika agroodvetví*. 142 s. Nitra: Vydavateľstvo SPU vyd. ISBN 80-8069-306-4.
- Herzka, P. – Kajanová, J.(2010) *Ekonomika a manažment podniku*. 1. vyd. – 206 s. Vydavateľstvo STU, Bratislava 2010. ISBN 978-80-227-3268-0
- Ivanička, K. (2009) *Synergia kreativity, invencie a inovácie v sociálno-ekonomickom rozvoji Slovenska*. NCEGS, In *Ekonom 2009*, 362 s
- Jorgeson, Dale W. – Gollop, F. – Fraumeni, B. (1987) *Productivity and U. S.economic Growth*. 159, s.l. : Cambridge: HarvardUniversity Press, 1987, Harvard Economic Studies.
- Kubicová, Ľ. (2014) Úroveň spotreby potravín – významný faktor rozvoja agrokomplexu, [online]. [Cit. 07.10.2014] Dostupné na internete: <http://www.slpk.sk/eldo/fpu03/kubicova.pdf>
- Potravinárstvo na Slovensku kontinuálne upadá, tvrdí komora [online] [cit. dňa 10.1.2014]. Dostupné na internete: <http://ekonomika.sme.sk/c/6213496/>
- Samuelson, P.A. – Nordhaus, W. D. (1995) *Ekonomía*. USA: McGraw-Hill, 1995. 1011 s. ISBN 80-205-049-1.

- Schwab, K. (2009) *The global Competitiveness Report*. [Online] Geneva World Economic Forum. [Cit. 2010.02.20.] Dostupné na internete: http://insight.iese.edu/casos/Study_0035.pdf
- Slovensko v EÚ príležitosti a ohrozenia [online] [cit. dňa 28.01.2014]. Dostupné na internete: <http://www.agroporadenstvo.sk/potraviny/clanky/eutr.htm>
- Vyššie DPH v krajinách Európy [online] [cit. dňa 08.10.2014]. Dostupné na internete: <http://www.ako-uctovat.sk/clanok.php?t=Vyssie-DPH-v-krajinach-Europy-vizualizacia-na-mape&idc=108>
- Zalai, K. a kol.(2000) *Finančno-ekonomická analýza podniku*. SprintBratislava. 2000. ISBN 80-88848-61-X.
- Zelená správa 2013 – Potravinárstvo a poľnohospodárstvo [online] [cit.dňa18.12.2013]. Dostupné na internete: <http://www.mpsr.sk/index.php?navID=122&id=8150>

Autori:

doc. Dr. Ing. Milan Majerník

Ústav manažmentu STU

Vazovova 5

812 43 Bratislava

Mobil: 0911 755 656

Email: milan.majernik@stuba.sk, ekonom@pmpas.eu

Ing. Štefan Majerník – externý doktorand

Ústav manažmentu STU

Vazovova 5

812 43 Bratislava

Mobil: 0902 870 000

Email: stefanmajernik@yahoo.com

Recenzenti:

doc. Ing. Zora Petráková, PhD.

doc. Ing. František Lipták, DrSc.

EKONOMICKÝ RAST VÝZVY PODNIKOV V POTRAVINÁRSKOM PRIEMYSLE

ECONOMIC GROWTH OF THE ENTERPRISE IN THE FOOD INDUSTRY

Milan Majerník – Anna Šutovská – Alena Vavrová

Abstract

The aim of the article is to point out the share of the economic growth in the food industry, taking into account the specifications and the challenges the food industry have to face nowadays.

The methodology of the article is based on the aim of the article, the main reason defining the specifics of the food industry, economy, food companies and the share of food industry in the national economy.

The economy of the food enterprises is influenced based on food industry specifications and challenges:

The first challenge – agricultural and food producers will also influence the Transatlantic Agreement for trade and investment partnership between the US and the EU (TTIP-Transatlantic Trade and Investment Partnership).

The second challenge – continuing sanctions by the EU against the Russian Federation, which introduced retaliatory sanctions primarily on the food industry in the EU.

Keywords: economic growth, food industry, challenges, TTIP, sanctions, market protection

JEL Classification: M21

ÚVOD

I keď podiel odvetvia potravinárskeho priemyslu nepatrí medzi rozhodujúce odvetvia, ale svojimi špecifikami a zabezpečovaním každodennej výživy obyvateľstva si zabezpečuje svoje miesto v štruktúre národného hospodárstva a na ekonomický rast.

V tabuľke 1 uvádzame prehľad o výsledku hospodárenia za výrobu potravín, nápojov a tabakových výrobkov za roky 2008 – 2012 v SR. Sledované obdobie prezentuje obdobie ekonomickej krízy čo má svoj dopad vo výrobe potravín nápojov a tabakových výrobkov. K poklesu výkonov dochádza v roku 2009 a 2010 oproti roku 2008. Koncový rok 2012 dosahuje rast ale nedosahuje úroveň východiskového roku 2008. Náklady nekopírujú výnosy, v rokoch 2010, 2011 a ich podiel na výnosoch presahuje úroveň v rokoch 2008 a 2009. Podiel nákladov na výnosoch sa prejavuje vo výsledku hospodárenia, ktorý v roku 2012 dosiahol úroveň ako vo východiskovom roku 2008. Tabuľka poukazuje na to, že dopady ekonomickej krízy postihli aj výrobu potravín, nápojov a tabakových výrobkov.

Tabuľka 1: Vývoj výsledku hospodárenia za výrobu potravín, nápojov a tabakových výrobkov za roky 2008 – 2012 v SR (mil. EUR)

Ukazovateľ	Rok 2008	Rok 2009 Index 2009/2008	Rok 2010 Index 2010/2009	Rok 2011 Index 2011/2010	Rok 2012 Index 2012/2011
Výnosy	4 734,3	3 773,2 0,80	3 817,14 1,01	4 338,02 1,14	4 613,0 1,06
Náklady	4 586,7	3 577,0 0,78	3 791,31 1,06	4 297,52 1,13	4 418,0 1,03
Výsledok hospodárenia	147,6	196,2 1,33	25,83 0,13	40,50 1,57	195,50 4,83

Zdroj: Zelená správa MP SR za roky 2010, 2012

1 CIEĽ A METODIKA

Cieľom článku je poukázať na ekonomický rast podielom potravinárskeho priemyslu, pri zohľadnení jeho špecifikácie a výziev, ktorým musí potravinársky priemysel v súčasnosti čeliť.

Metodika spracovania článku je postavená na úrovni cieľa článku, jeho hlavného dôvodu, vymedzenia špecifik potravinárskeho priemyslu, ekonomiky potravinárskych podnikov, podiel potravinárskeho priemyslu v národnom hospodárstve.

2 VÝSLEDKY A DISKUSIA

Špecifiká potravinárskeho priemyslu

Potravinársky priemysel má nezastupiteľné postavenie medzi priemyselnými odvetvami nášho hospodárstva. K hlavným úlohám patrí zabezpečenie výživy obyvateľstva a spracovávanie poľnohospodárskej produkcie. Zameranie na vývoj potravinárskeho priemyslu

sa mení závisí od štrukturálnych zmien potravín a vzťahu poľnohospodárskej produkcie a chemicko-potravinárskych technológií. Predovšetkým v posledných rokoch dochádza k orientácii na špeciálne potraviny, biopotraviny a iné vysoko kvalitné produkty podporujúce racionálny spôsob stravovania.

Úspešný rozvoj odvetvia je podmienený úzkou spoluprácou s poľnohospodárstvom. Zabezpečenie klasického sortimentu ale aj špeciálnych produktov, po ktorých neustále narastá dopyt obyvateľstva, si vyžaduje inovácie a rekonštrukcie v oblasti podnikových stratégií, zabezpečenia výrobných zariadení a moderných bezodpadových technológií.

Potravinárske podniky produkujú široké spektrum výrobkov: **mliekarenské, mäsové a hydinaárske, mlynsko-pekárske, cukrársko-pečivárske, cukrovarnícke, škrobárske, konzervárske, mraziarske a rybné, tukové a kozmetické, liehovarnícke, pivársko-sladovnícke, vinárske, nealkoholické nápoje, tabakové výrobky.** Potravinársky priemysel je rozmiestnený pomerne rovnomerne po celom území Slovenskej republiky. Niektoré odbory sú zastúpené prevažne v mestách, t. j. v mieste spotreby, ako napríklad pivovary, mäsový priemysel, výroba cukrovín, iné sa viažu na produkčné oblasti poľnohospodárskych plodín, ktoré sú spracovávanými surovinami daného odvetvia, napríklad liehovary, konzervárne, vinárske závody.

Ekonomiku potravinárskych podnikov ovplyvňujú špecifiká a iné výzvy:

- a) vyplývajúce z povahy potravinárskych výrob,
- b) charakteru výrobných činiteľov a priebehu výrobných procesov v potravinárskom priemysle,
- c) vyplývajúce z postavenia potravinárskeho priemyslu v reprodukčnom procese, spôsobené podstatou a spôsobom realizácie vedecko-technického rozvoja v potravinárskom priemysle.

Prvá výzva - poľnohospodárskych a potravinárskych výrobcov bude ovplyvňovať aj Transatlantická dohoda obchodného a investičného partnerstva medzi USA a EÚ (TTIP – Transatlantic Trade and Investment Partnership). Podľa názoru Centra pre ekonomické štúdie v Mníchove, by uvedení výrobcovia získali menej výhod než iné odvetvia. Vyplýva to z nedávno zverejnenej štúdie (IFO), ktorú inštitút vypracoval na podnet Európskeho parlamentu.

Ak by TTIP znížil clá a ďalšie obchodné prekážky o štvrtinu, poľnohospodárske vývozy EÚ by sa mohli zvýšiť o 60 %, avšak dovoz poľnohospodárskych produktov z USA by sa podľa štúdie zvýšil približne o 120 %. Tým by sa prebytok EÚ v obchode s poľnohospodárskymi výrobkami znížil zo súčasných 6 miliárd Eur ročne na nulu. Pri surovinách, ako sú obilniny, olejnaté semená a mäsa, má v posledných rokoch EÚ, podľa štúdie Ifo, je systematický deficit obchodnej bilancie s USA - aj keď s klesajúcou tendenciou - naposledy vo výške 3 mld. EUR, čo však bolo viac kompenzované rastúcim obchodným prebytkom spracovaných výrobkov, ako je víno, pivo a iné potraviny, ktorý v súčasnej dobe predstavuje asi 9 miliárd EUR. Uzatvorenie zmluvy by bolo výhodné pre výrobcov mlieka, mäsových výrobkov alebo špeciálnych vín, nevýhodné pre neupravené produkty a z nich najmä hydiny, hovädzieho mäsa, izoglukózy a niektorých obilnín.

Identifikácia zbytočných prekážok obchodu medzi USA a EÚ sú množstevné obmedzenia, dovozné kvóty, regulačné rozdiely a byrokratické požiadavky. Uvedenými prekážkami sa zdôvodňuje ochrana zvierat a rastlín a ochranou verejnosti pred zdravotnými rizikami.

Kým v EÚ sa na trh môžu dostať len látky, ktoré preukázateľne nemajú škodlivé účinky na zdravie spotrebiteľa, americké úrady môžu zakázať len tie látky a produkty, ktoré sú preukázateľne škodlivé.

Rozdiely predaja potravinárskych produktov ktoré sa môžu predávať:

- **v USA:**

- geneticky modifikované potraviny,
- mäso s vysokým obsahom rastových hormónov,
- ošetrovanie kuracieho mäsa použitím chlóru,

- **v Európskej Únii:**

- listerin – ktorý sa používa na určité druhy syrov, USA uplatňuje omnoho prísnejšie štandardy než EÚ,
- ošetrovanie kuracieho mäsa chladením vzduchom, (len Poľsko v rámci EÚ má výnimku môže hydinu chladiť vodou, čo má za následok nižšie výrobné náklady, máčaním hydiny vo vode sa spotrebiteľovi predáva mäso nasiaknuté vodou, vyššie riziko výskytu salmonely, uvedené sa týka aj dovozu hydiny z Brazílie).

Potravinárske produkty ktoré sa minimálne vyvážajú do USA:

- mäsové výrobky: údeniny,
- mäkký syr vyrobené zo surového mlieka, s výnimkou syrov ktoré boli skladované 3 a viac mesiacov, tradičné výrobné postupy ako napr. prírodné znečistenie syra, ktoré nie je zdraviu škodlivé. Nemôže sa dovážať francúzsky syr Mimolette (zreje viac ako 12 mesiacov),
- mliečne produkty,
- ovocie a ovocné šťavy z dôvodu vysokého obsahu rezíduí prípravkov na ochranu rastlín.

Priemerné dovozné clá na poľnohospodárske produkty sú podľa disponibilných údajov 12 % v EÚ a 7 % v Spojených štátoch.

Tabuľka 2: Prehľad obchodných vzťahov medzi EÚ a USA za rok 2012 v mil. EUR

Oblasť obchodu	Tovar	Služby	Investície	SPOLU
EÚ do USA	293,20	163,00	1 655,00	2 111,20
USA do EÚ	206,50	148,90	1 536,40	1 891,80

Zdroj: <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/united-states/>

Zástupcovia slovenských potravinárskych a poľnohospodárskych združení sa k TTIP stavajú skepticky. Obavy pramenia z presvedčenia, že by TTIP mohol mať na poľnohospodársky a potravinársky sektor podobný vplyv ako vstup do EÚ. Potravinárska komora Slovenska žiada napríklad dopadovú štúdiu na slovenské podnikateľské prostredie.

Ministerstvo hospodárstva Slovenska neakceptovalo v rámci prípravy mandátu požiadavku komôr, aby sa potravinárstvo úplne vyňalo z rokovaní o TTIP. Podľa Andreja Kráľika (Zastúpenia EK na Slovensku) „až 68 percent z objemu obstarávania USA je vyhradených pre americké firmy. To bude najtvrdší oriešok rokovaní“.

Druhá výzva - pokračujúce sankcie zo strany EÚ voči Ruskej federácii, ktorá zaviedla odvetné sankcie hlavne na potravinársky priemysel EÚ a to na: ovocie, zeleninu, bravčové a hovädzie mäso, ryby, mlieko, mliečne výrobky, t.j. prebytky potravín ktoré končia vo východnej alebo strednej Európe, ktoré boli určené na ruský trh. Zníženie cien potravinárskych komodít z dôvodu uvedených sankcií, má za následok finančné kompenzácie

zo strany EÚ pre dotknuté potravinárske subjekty. V tabuľke 3 uvádzame desať najväčších kategórií potravín ktoré sa vyvážali do Ruska za rok 2013.

Tabuľka 3: 10 najväčších kategórií potravín, ktoré sa vyvážali do Ruska z EÚ za rok 2013

	Kategória	Suma v EUR
1	Ovocie	1,07 mld.
2	Syr	985 mil.
3	Bravčové mäso	969 mil.
4	Zelenina	769 mil.
5	Destiláty	752 mil.
6	Víno	597 mil.
7	Pekárske výrobky a cestoviny	575 mil.
8	Ostatné špecifikované potraviny	496 mil.
9	Krmivo pre domáce zvieratá	483 mil.
10	Vnútornosti a iné druhy mäsa	460 mil.

Zdroj: Európska komisia

Z uvedenej tabuľky najväčší dosah majú sankcie na potraviny a to: ovocie, syr, bravčové mäso, zelenina pri ktorých má EÚ v rámci obchodovania aj najväčšie tržby do Ruska. Z uvedených sankcií budú profitovať iné krajiny ako Brazília ktorá je najväčším svetovým vývozcom hovädzieho a kuracieho mäsa ako aj Argentína a Chile ktoré od apríla zvýšili svoj obchod s mäsom o viac ako 100%. Z európskeho kontinentu je to Turecko ktoré je piaty najväčší dovozca potravín do Ruska za rok 2012 vo výške 1,26 miliardy EUR. Turecko je pripravené pokryť zvýšený dopyt po ovocí, zelenine, hydinového mäsa a morských plodov.

Bravčové mäso: EÚ produkuje ročne 22,3 milión ton bravčového, sebestačnosť je na 110%. Trh je v dôsledku zákazu vývozu do Ruska od začiatku roka v poklese, štandardne sa exportuje z EÚ do Ruska ročne 800 000 ton mäsa bravčového. Hlavné exportné krajiny sú Nemecko, Dánsko, Španielsko, Francúzsko, Holandsko a Poľsko, ktoré predstavujú vyše 80% EÚ exportu bravčového mäsa. Najväčší problém tu robí vysoký objem nízko hodnotených produktov, ktorých ruský trh v normálnej dobe absorboval cez 350 000 ton čo má dopad na nepredané zásoby v rámci EÚ. Podľa nášho názoru, je potrebné nájsť alternatívne trhy ako Čile, Mexiko, Brazília, zvýšiť podpory pre uvedený sektor a zabezpečiť koordinácia EÚ exportu do nových krajín, predovšetkým v Južnej Amerike, Indii.

Hovädzie mäso: Situácia nie je natoľko kritická, ako v ostatných sektoroch. Export do Ruska je obvyčajne najväčší v októbri a novembri, kedy sa vyváža viac ako 25% objemu. Snahou je o znovuo tvorenie tureckého trhu. Taktiež by sa mali dokončiť rokovania s USA o medzinárodných štandardoch u BSE („choroba šialených kráv“), aby sa umožnil prístup na trh USA.

Mlieko: z odborných analýz vyplýva, že za rok 2013 sa vyviezlo z EÚ 13 % objemu do Ruska. To znamená, pri komodite syrybol export vo výške 257 000 t za rok 2013 t.j. 33% všetkých EÚ vývozov syrov. U masla to bolo 37 000 t 28% EÚ exportu a mliečne produkty z EÚ predstavovali 37,4% celkových ruských vývozov.

Ovocie a zelenina : Rusko dovážalo z EÚ tretinu všetkého ovocia a zeleniny 34% za rok 2013. Ovocie vývoz za 1,225 miliardy Eur a zelenina za viac ako 734 miliónov Eur. Export do Ruska vzrástol medzi 2011 a 2013 podstatne u všetkých druhov ovocia a zeleniny. Najväčšími exportérmi do Ruska je Poľsko, Belgicko, Litva a Španielsko. Poľsko je najväčší vývozca 41% všetkých exportov ostatné 3 krajiny medzi 10 až 13%. U zeleniny je najväčším vývozcom Holandsko, nasledované Poľskom. Čísla, ktoré sú uvádzané za jednotlivé krajiny nezodpovedajú skutočnosti, pretože tu nie je zahrnutý vnútorný obchod krajín EÚ, kde veľmi často dochádza k re-exportu. Litva prakticky neprodukuje žiadne ovocie, ale predstavuje veľmi aktívnu tranzitnú ekonomiku.

Pokiaľ nebude politický prielom, možno očakávať, že táto situácia, ktorej riešenie sa prenieslo na diskusiu na pôdu W.T.O.(World Trade Organization), bude trvať minimálne 3 roky. Predpokladá sa, že na ruskom trhu sa za tri roky uskutočnia zmeny v neprospech EÚ, a EÚ sa už nepodarí otvoriť ruský trh pre svoje potravinárske produkty“. Uvedené konštatovanie odznelo na novembrovom zasadnutí komisie Copa / Cogeca v roku 2014.

COPA-COGECA (C-C) je riadne registrovaná lobingová organizácia s dlhodobou tradíciou (vznik v r. 1958), ktorá je v súčasnosti považovaná za najväčšiu a najsilnejšiu organizáciu reprezentujúcu názory svojich členov – zástupcov poľnohospodárov a družstiev. C-C združuje zástupcov farmárov z takmer každého členského štátu EÚ (predovšetkým poľnohospodárske komory). V súčasnosti združuje 60 členských organizácií v rámci EÚ a 36 partnerských organizácií z iných európskych krajín (napr. Nórsko, Švajčiarsko, Turecko...).

ZÁVER

Vyjednávacie pozície ohľadom nových poľnohospodárskych a potravinárskych trhov sú časovo náročné a krajiny alebo združenia krajín si svoj trh chránia (protekcionalistické opatrenia) ako napr.:

- Japonsko: rokovania by sa mali dokončiť do decembra 2015, rokovania sú otvorené predovšetkým pri sanitárnych otázkach a pri problémoch spracovania živočíšnych produktov,,
- USA: ďalšie kolo rokovaní vo februári 2015,
- Kanada: dohoda bola podpísaná v Septembri 2014. Kvóty dovozov hovädzieho mäsa sú rozložené na päť rokov, rokovania o vzájomnom uznaní štandardov pokračujú,
- MERCOSUR (obchodné združenie krajín južnej Ameriky): Nie je nová ponuka a nič sa nemení ani po voľbách v Brazílii. Zostávajú tu otvorené otázky hormónov a rastových prípravkov pri zvieratách. Ďalším problémom je kríženie zvierat, veľká časť stád je dnes z 2/3 hospodársky dobytok, až 1/3 zebu (zdomácnенý africký alebo americký druh túra).

Špecifiká potravinárskeho priemyslu a uvedené výzvy ovplyvňujú ekonomiku potravinárskych podnikov a sú podnetom na ich riešenie v súčasnosti. Úspešná ekonomika podnikov potravinárskeho priemyslu sa premietne do podielu potravinárskeho priemyslu v národnom hospodárstve a jeho ekonomickom raste.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- Aghion, P. – Howitt, P. (1998) *Endogenous Growth Theory*. [Online] New York may 1998. [cit. 2009.12.12.] Dostupné na internete: <http://www.google.com/books?hl-sk&lr=&id=tLuqjrVJUcoC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Aghion+and+Howitt,+1998&ots=muK2YxPm9V&sig=J982mprH0S5pY3dAS4KanWlqx6o#v=onepage&q=Aghion%20and%20Howitt%2C%201998&f=false>
- Bielik, P. a kol. (1999) *Ekonomika poľnohospodárstva a európska integrácia*. 3-54 s. Nitra: Vydavateľstvo SPU. Praha: Vydavateľstvo ČZU vyd. 1999. ISBN 80-7137-616-7.
- Boreková, B.: (2004) *Ekonomika agroodvetví*. 142 s. Nitra: Vydavateľstvo SPU vyd. ISBN 80-8069-306-4.
- Herzka, P. – Kajanová, J. (2010) *Ekonomika a manažment podniku*. 1. vyd. – 206 s. Vydavateľstvo STU, Bratislava 2010. ISBN 978-80-227-3268-0.
- Kubicová, L. (2014) Úroveň spotreby potravín – významný faktor rozvoja agrokomplexu, [online]. [Cit. 07.10.2014] Dostupné na
- Mihok, J. (2005) *Productivity and competitive ability of enterprise*. [online]. In Acta Montanistica Slovaca, 10 (číslo 4), 2005, [Cit. 2009.01.05] Dostupné na internete: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.139.9921&rep=rep1&type=pdf>
- Potravinársky priemysel vlni skončil so ziskom 195 miliónov eur [online] [cit. dňa 10.1.2014]. Dostupné na internete: <http://ekonomika.sme.sk/c/6880427/>
- Potravinárstvo na Slovensku kontinuálne upadá, tvrdí komora [online] [cit. dňa 10.1.2014]. Dostupné na internete: <http://ekonomika.sme.sk/c/6213496/>
- Samuelson, P.A. – Nordhaus, W. D. (1995) *Ekonomika*. USA: McGraw-Hill, 1995. 1011 s. ISBN 80-205-049-1.
- Schwab, K. (2009) *The global Competitiveness Report*. [Online] Geneva World Economic Forum. [Cit. 2010.02.20.] Dostupné na internete: http://insight.iese.edu/casos/Study_0035.pdf
- Slovensko v EÚ príležitosti a ohrozenia [online] [cit. dňa 28.01.2014]. Dostupné na internete: <http://www.agroporadenstvo.sk/potraviny/clanky/eutrh.htm>
- Solow M. R. (2000) *Growth theory*, OUP USA, New York
- Šíkula, M. (2003) *Ekonomické súvislosti globalizácie*. Bratislava. 2003, In Biatec, 2/2003, s. 4-8
- Vlachynský, K. a kol. (2003) *Podnikové financie*, Súvaha, s. r. o. Bratislava 2003. ISBN 80-88727-48-0.
- Zelená správa 2013 – Potravinárstvo a poľnohospodárstvo [online] [cit. dňa 18.12.2013]. Dostupné na internete: <http://www.mpsr.sk/index.php?navID=122&id=8150>

Autori:

doc. Dr. Ing. Milan Majerník

Ústav manažmentu STU

Vazovova 5

812 43 Bratislava

Mobil: 0911 755 656

Email: milan.majernik@stuba.sk, ekonom@pmpas.eu

Ing. Mgr. Anna Šutovská – externá doktorandka

Ústav manažmentu STU

Vazovova 5

812 43 Bratislava

Mobil: 0903 587 878

Email: sutovska@amdpartners.sk

Ing. Mgr. Alena Vavrová – externá doktorandka

Ústav manažmentu STU

Vazovova 5

812 43 Bratislava

Mobil: 0907 246 137

Email: vavrova.alena@gmail.com

Recenzenti:

doc. Ing. Monika Zatrochová, PhD.

doc. Ing. Elena Šúbertová, PhD.

МУДРОСТЬ И ЭНЕРГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ: ПРОВЕРЕНО СТОЛЕТИЯМИ

POLITICAL ECONOMY WISDOM AND ENERGY: TESTED BY CENTURIES

Анатолий Пороховский

Abstract

Article shows a role of political economy at different stages of development of market economy. The special attention is paid to political economy at the Lomonosov Moscow State University (Russia) in connection with the 210 anniversary of department of political economy. Calls of the XXI century of political economy are opened.

Purpose of the article consists in representation and knowledge of the political economy generalizing in object of the analysis of regularity and a tendency of national economy.

Methodology/methods The historical review, dialectics, statistical data, interdisciplinary approach are used as methods.

Scientific aim is detection of regularities of development of political economy, synthesizing of its essence, and also definition of a role and place of political economy in system of economic sciences.

Findings The birth of national capitalist market economy became the objective basis for full-scale development of political economy. Full division of political economy and the neoclassical direction was issued externally when the last received the name economics. The object of research at neoclassics is represented to narrower because it is concentrated on the mechanism of functioning of economy. In the XX century as reflection of economic and social progress appeared many branch and functional economic sciences, however the last world crisis showed their limited role. Today Marxist political economy and economics make two main parts of the economic theory. They differ both on a method, and on an object of research. Unites their object of the analysis – national economy. The Russian branch of political economy strengthens krone of a world tree of political economy more than 200 years.

Conclusions (limits, implications etc.) The political economy kept the value as a sample of the system analysis and creation of categories and laws of national and world economy.

Keywords: market civilization, market economy, political economy, economic theory, economics

JEL Classification: B14, P16, P26

ВВЕДЕНИЕ

2015 год стал поистине знаменательным для экономистов любой страны мира: прошло 400 лет с тех пор, как в 1615 году в научный и практически оборот вошел термин «политическая экономия». Тем самым – с момента опубликования «Трактата о политической экономии» Антуана Монкретьёна де Ваттевиля – был дан старт формированию и экономической науки в целом, и экономической теории.

Российская ветвь политической экономии укрепляет крону мирового древа политэкономии, по сути, с 05 ноября 1804 года, когда был утвержден первый устав Московского университета. И, вне сомнения, фиксация образования на отделении политических и нравственных наук кафедры дипломатии и политэкономии изначально способствовала обогащению мирового корпуса политической экономии национальным колоритом российской действительности.

1 ОТ ДОМОХОЗЯЙСТВА К НАЦИОНАЛЬНОМУ ХОЗЯЙСТВУ

Возникновение политической экономии произошло на определенном этапе развития цивилизации. Рассмотрим подробнее.

Известно, что с древних времен люди накапливали и использовали различные экономические знания, связанные с элементарными потребностями в организации и ведении хозяйства как своего дома, так и во владениях господ и царствующих особ. Как в России, так и в других частях мира складывались и описывались правила домостроя и домохозяйствования, земледелия, рыболовства, охотоведения, ремесленничества. Стихийный обмен и эпизодическая торговля требовали искать пути соизмерения изделий труда, скота, украшений. Постепенно сложилось устройство городов, принципы которого касались не только обеспечения защиты от недругов, но и выполнения горожанами своих обязанностей по домострою в городских границах. Возникшие несколько тысячелетий назад деньги позволяли поддерживать элементарную торговлю и даже породили допотопные формы капитала – купеческий и ростовщический, но не преодолели раздробленность домохозяйств даже на одной территории. В рамках отдельных государств было еще далеко до складывания домохозяйств в национальное хозяйство.

Перелом в этом эволюционном процессе произошел тогда, когда изменилась организация труда предпринимателями, а работники стали наемными, освободившись от прежней личной зависимости от феодалов и помещиков. Капитал и наемный труд ускорили прогресс не только производительных сил, производительности и разделения труда, но и объединение предприятий и домохозяйств в национальное хозяйство при государственном правовом обеспечении. Тем самым государство с первых дней становления рыночного национального хозяйства играло главенствующую роль.

Конечно, исторические особенности разных стран наложили свой отпечаток на процедуру и скорость освобождения людей от личной зависимости: в ряде стран Европы этот процесс стартовал в средние века; в России отмена крепостного права началась в 1861 году; в США рабский труд чернокожих был объявлен вне закона после окончания гражданской войны 1861-1863 годов. Причем, освобождение от личной зависимости работников в России и США, совпадая в историческом времени, имело существенно отличающиеся предпосылки и условия становления и развития национальных экономик, что не могло не сказаться на будущем обеих стран и их экономик.

К этому времени еще не были выявлены, изучены и обобщены закономерности и тенденции национального хозяйства. Национальное хозяйство сформировалось до изобретения и внедрения машин, на базе ручного физического труда. Оно отличалось от домохозяйства не только масштабом, но и конкурентным механизмом функционирования, общенациональным рынком, развивающимся общественным разделением труда. Принципы домохозяйства не подходят национальному хозяйству, которое рождает свои закономерности и тенденции. Вместе с тем острая необходимость познания нового явления становилась все более очевидной. В результате рождение именно общенациональной капиталистической рыночной экономики стало объективным основанием для полномасштабного развития политической экономии.

Автор статьи считает важным подчеркнуть тот факт, что для названия новой науки были использованы такие греческие слова, как «город», «государство», «управлять», «закон», «хозяйство», подчеркивающие общенациональный, общегосударственный уровень хозяйствования и фиксирующие обособленность экономических законов от сферы политики [Экономическая теория, 2004]. Вдумайтесь: политический акцент, по своей сути, актуализирует переход в уровне хозяйствования на общенациональный формат, т.е. на масштабе отдельного государства. Такое четкое понимание подтверждается вовсе неслучайным названием работы основоположника классической политической экономии Адама Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», опубликованной в 1776 году: не индивидуума, не работника, не капиталиста, а богатство всех граждан, всего государства [Смит, 2007].

Конец XVII века и особенно XVIII век, в связи с развитием в Европе мануфактурного капитализма, отмечены бурным ростом исследовательских работ в области политической экономии. Она четко и ясно сформировалась как стержень экономической теории и основа экономической науки. [Пороховский, 2012]. В то же время стали появляться отраслевые экономические науки, которые вместе с политической экономикой помогали бизнесу понять вектор экономического развития и механизм функционирования капиталистической экономики.

Бум в развитии рыночных принципов хозяйствования произошел в XIX веке, когда машинная индустрия прочно заняла свое место в материальном производстве. Машина не только резко подняла производительность труда, но и существенно повлияла на место наемного работника в процессе труда и производства. Классическая политическая экономия отреагировала на промышленную революцию тем, что дала жизнь двум новым ветвям – марксистской и неоклассической. Независимо друг от друга, но почти одновременно в начале второй половины XIX века появляется I том «Капитала» К. Маркса (1867г.) и книги У.С. Джевонса и К. Менгера (1871 г.), Л. Вальраса (1874 г.), которые посвящены политической экономии, но на новом методологическом основании [Вальрас, 2000; Джевонс, 1993; Менгер, 2005].

У обеих ветвей один и тот же объект анализа – национальная экономика, который и служит объективной основой для их существования и развития. В то же время марксизм и неоклассика различаются и по предмету, и по методу исследования. Если К. Маркс развил смитовскую теорию трудовой стоимости и на ее основе построил теоретическую систему капиталистической экономики, то основоположники неоклассики, опираясь на методологический индивидуализм, предложили теорию предельной полезности для анализа сферы обращения через соотношение спроса и предложения на рынке.

Историческая судьба и функциональная роль марксистской политэкономии и неоклассической теории предопределились в последующие времена, а точнее:

диалектический подход к системе производственных отношений во всех фазах воспроизводства у Маркса и математическая формализация рационального использования ограниченных ресурсов индивидуумом через рыночную среду у неоклассиков. Предмет исследования у неоклассики представляется более узким, ибо сосредоточен на механизме функционирования, однако именно такое прикладное значение оказалось доступнее и предпринимателям, и управляющим, и исследователям. Полноценное отделение от политической экономии оформилось внешне тогда, когда неоклассическое направление получило название *economics*, которое транскрипционно закрепилось и в русском языке. [Пороховский, 2006; Marshall A., Marshall M., 1879]. И хотя первоначально *economics* стартовал на микроуровне, довольно быстро он распространился на всю экономику. Домохозяйства сохранили свое место в *economics*, но их поведение рассматривается в рамках национального хозяйства.

Остается добавить, что в 1825 г. в Англии впервые в истории цивилизации произошел общенациональный экономический кризис, который, по мнению многих ученых, ознаменовал начало циклического общественного воспроизводства.

2 РАЗВИВАТЬСЯ ВМЕСТЕ С ЭКОНОМИКОЙ И ПОМОГАТЬ ЕЙ

В XIX веке становление и развитие индустриальной рыночной экономики стало основой для возникновения марксистской и неоклассической экономических теорий на базе классической политической экономии. XX век: как отражение экономического и социального прогресса активное развитие каждой из указанных ветвей привело к тому, что древо экономических наук сильно пошло в рост. Наряду с экономической теорией, состоящей из разных школ и направлений, появилось немало отраслевых и функциональных экономических наук, число которых продолжает и сегодня увеличиваться по мере углубления общественного разделения труда.

Бурным для роста отраслевых экономических наук стало время после научно-технической революции и, особенно, в связи с внедрениями информационно-коммуникационных технологий и всемирной сети Интернет. Претерпела значительные изменения среда теоретических обобщений и формирования практических решений. Среди основных отметим тот факт, что немалое число политиков, бизнесменов, исследователей стали носителями мнения, будто возникающие в экономике и обществе проблемы можно решить без общей экономической теории, опираясь лишь на отраслевые науки. Между тем мировой финансово-экономический кризис 2007-2010 гг. вынудил всех обратиться к системному видению цивилизации, но главное — к содержательному наполнению экономической теории, от которой явно, обоснованно и аргументированно потребовалось не только объяснение происшедшего, но и прогнозное конструирование будущего.

И кризис отчетливо показал ограниченную роль отраслевых наук. Ведь решение проблем отдельной отрасли или функциональной сферы экономики, как правило, не означает решение проблем экономики в целом. К тому же в современных условиях глобализации мирового хозяйства, когда национальные экономики стали взаимозависимыми, усугубление кризисных проявлений в экономиках ряда стран как эффект домино проявилось в целом ряде мировых кризисов XX века.

Как известно, неоклассическая теория сосредоточена на рыночной сфере экономики. Чтобы покрыть другие части объекта исследования, возникли и получили бурный рост институциональная и новая институциональная теории. Последняя вышла на междисциплинарный уровень, включив в свою орбиту правовые аспекты. Субъективно-психологические аспекты поведения, как потребителей, так и других

агентов рыночного хозяйства в современных условиях стали основой поведенческой экономики, которая также приобрела междисциплинарный характер. Чем сложнее становится экономика, тем больше экономикс нуждается в расширении междисциплинарных исследований, которые по-своему дополняют неоклассику.

На современном этапе научного познания, характеризующимся активным интегративным характером, междисциплинарность определяется характером знаниевого диалога. В рамках экономических и других гуманитарных наук междисциплинарный подход принимает разнообразные формы. Остановимся несколько подробнее на этих аспектах.

Опираясь на нравственные истоки классической политической экономии, современные исследователи ставят проблему ответственности капитализма перед человечеством [Jones G., 2013]. Такая постановка не вписывается в неоклассическую парадигму, но востребована широкими кругами общественности развитых стран. Более того, мировой кризис обострил этические противоречия, как среди предпринимателей, так и среди громадной массы работников наемного персонала. Отсюда все больше становятся популярными курсы по этике бизнеса в школах бизнеса, но и растет число фундаментальных исследований по этой тематике [Williams R., Elliot L., 2010].

Поиск решения возникших или накопившихся проблем продолжается разными путями в мировом научном сообществе. Россия полноценно представлена в этом процессе.

Российский экономист Г.Б. Клейнер обосновывает предложение о формировании экономической теории как «системной экономики» [Клейнер, 2013]. В построенной им схеме объединяются рынки, бизнес и государство, взаимодействие которых и обуславливает функционирование современной экономики. Существенным в концепции Клейнера, безусловно, является системный и воспроизводственный подход, без которого невозможно находить ответы на вызовы времени и теории, и практике.

Академик Макаров В.Л. предлагает остановиться на «проектной экономике» [Макаров, 2013], поскольку в современном мире и на уровне бизнеса, и на уровне государства решающими являются не рыночные индикаторы, а варианты проектных решений как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде. Такой подход уже получил свое развитие в функциональной науке «проектный анализ», которая не претендует на новое направление в экономической теории.

Широкий набор подходов к сути политической экономии, ее роли и месте в системе экономических наук и ее влиянии на экономическую политику представлен серией статей в специальном номере «Журнала экономической теории». [Журнал экономической теории, 2013].

Появление новых программ, школ или направлений можно рассматривать как в рамках общей экономической теории, так и в системе экономических наук.

Однако междисциплинарные подходы не встраиваются в предложенные структуры и требуют своей специфической классификации. При этом такие подходы могут быть как в системе экономических наук (межотраслевые и междисциплинарные исследования), так и на стыке гуманитарных наук или экономических и естественных наук. В каждом конкретном случае метод и предмет анализа имеют свою специфику.

Говоря об экономической теории, необходимо четко понимать: в наши дни марксистская политическая экономия и экономикс составляют две основные ее части. Они отличаются и по методу, и по предмету исследования. Объединяет их объект анализа – национальная экономика.

В известном смысле политическая экономия и экономикс дополняют друг друга по разным параметрам. Системное сущностное видение экономики дополняется

количественными индикаторами экономических явлений. Они имеют объективные основания для сосуществования и развития. Их значение меняется в зависимости от предпочтений тех или иных стран. Так, китайские экономисты широко используют основные положения марксистской политической экономии для прогнозирования развития своей и мировой экономики, поскольку цикличность рыночного хозяйства впервые доказана именно политэкономией. Вместе с тем китайский прагматизм не отказывается от экономики, который имеет свои преимущества в налаживании механизма функционирования экономики. В рамках неоклассического направления известный китайский экономист Джа Вайфу Линь обосновал концепцию «Нового структурного экономикса», который представляет собой третью волну «развивающегося мышления» [Lin, 2012]. Ученый показывает, что назревшие структурные преобразования экономики развивающихся стран возможны только при целенаправленном использовании государственных ресурсов. Поэтому столь велика роль государства и «опираясь на правильные идеи, политические лидеры будут иметь побудительные мотивы и возможности изменить судьбы своих народов» [Lin, 2012]. Нетрудно видеть, что предложения оставляют позади методологический индивидуализм и невмешательство государства в экономику, когда они не отвечают вызовам времени.

3 ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЯ В МОСКОВСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА

Своеобразие экономического развития России, обусловленное общинным земледелием, крепостным правом и другими обстоятельствами, замедлило становление рыночных отношений, формирование предпринимательского слоя и рынка наемного труда. Но и в этих условиях ученые МГУ не оставляли без своего внимания узловые проблемы российской экономики, подвергая их политэкономическим исследованиям.

История кафедры политической экономии экономического факультета Московского университета берет свое начало с 5 ноября 1804 года. Почти два века – от начала XIX до конца XX века - политическая экономия преподавалась как продолжение классической политической экономии. На благодатной кафедральной почве выросли различные экономические дисциплины, а затем в декабре 1941 года на базе кафедры политической экономии в Московском университете был создан экономический факультет. И сегодня, по прошествии 211 лет, на факультете работает уже 23 разных кафедры, но среди них нет ни одной, где бы в биографии их сотрудников так или иначе не оказалось кафедры политэкономии. Политэкономические корни предопределили судьбу многих выпускников, ставших видными учеными, прославленными профессорами, известными государственными деятелями и бизнесменами России и других стран.

Кафедра политической экономии стала центром политэкономических исследований в Московском университете. Воспринимая научное наследие А. Смита и других ученых классической политической экономии, профессора университета не только обучали студентов, вовлекая их в научный поиск, но и стремились просвещать широкую публику, как через традиционные открытые лекции, так и через периодическую печать. Здесь добавим, что проф. Десницкий С.Е. и проф. Третьяков И.А. после стажировки у А.Смита в университете Глазго принесли политэкономическое знание своим студентам уже в конце XVIII века [Двести лет кафедре политической экономии, etc., 2004]. Широкую известность получила работа

И.А. Третьякова «Рассуждения о причинах изобилия и медленного обогащения государства у древних, так и нынешних народов» (1772), в которой изложены ранние взгляды А. Смита и дана оригинальная трактовка причин бедности и богатства народов.

Как самостоятельная учебная дисциплина политическая экономия стала преподаваться лишь после образования кафедры. Примечательно, что это произошло все же раньше, чем в родном университете А. Смита и других университетах Европы. Впервые в России и университете курс политической экономии начал читать профессор Христиан Август Шлецер (1774 - 1831), который возглавлял кафедру с момента ее создания до 1825 года. В 1805 - 1806 гг. Х.А. Шлецер издал первый в России учебник по политической экономии «Начальные основания государственного хозяйства, или Науки о народном богатстве».

С 1825 по 1829 гг. кафедрой политической экономии руководил выдающийся теоретик права Л.А. Цветаев (1777-1835). Получив блестящее образование за границей, Л.А. Цветаев вернулся в 1805 г. в Московский университет, приняв в свое ведение преподавание по кафедре естественного, политического и народного права, сосредоточив в своих руках все основные теоретические дисциплины нравственно-политического факультета. Оставаясь до конца своей жизни одним из ведущих профессоров Московского университета, он создал теорию законов. В качестве источников создания своей теории Л.А. Цветаев использовал римское право, Кодекс Наполеона, отечественные законы, а также основные научные положения теоретиков-экономистов. Ценные мысли Л.А. Цветаева и результаты исследований нашли свое отражение в неоднократно переиздававшемся учебнике «Краткая теория законов» (1810).

Заведующие кафедрой политической экономии Московского университета и далее всегда задавали тон в скрупулезном, кропотливом подходе к анализу как зарубежного опыта, так и реалий российской жизни.

В качестве примера можно привести деятельность профессора И.К. Бабста (1824-1881), который возглавлял кафедру с 1857 по 1874 годы. За эти годы из-под его пера вышли такие фундаментальные работы, как «О характере политико-экономических учений, возникших после А.Смита» (1856), «Новый опыт о богатстве народов» (1857), «Современные нужды нашего народного хозяйства» [Бабст, 1999].

Значительное влияние на повышение роли кафедры в университете оказал профессор А.И. Чупров (1842-1908), который возглавлял кафедру с 1874 по 1899 годы – период быстрого развития капитализма в России после отмены крепостного права и распространения наемного труда. Он усилил политэкономические исследования широким использованием статистики, нацеливая теорию на решение практических задач. Его «Курс политической экономии» (1883) оставался общепризнанным учебником в России вплоть до 1918 г. Для деятельности А.И. Чупрова характерно и то, что политико-экономический подход он активно внедрял и в отраслевые экономические науки – экономика транспорта, экономика сельского хозяйства, тем самым на деле показывая, как политическая экономия дает жизнь отраслевым знаниям по мере возникновения и развития отраслей в экономике страны. Большую популярность получил его новый курс «Прикладная политэкономия». [Двести лет кафедре политической экономии, etc., 2004].

Профессор А.А. Мануйлов (1861-1929) сменил А.И. Чупрова на посту заведующего кафедрой, пробыв ее главой до 1911 г. Начало XX в. ознаменовалось первой русской революцией 1905-1907 годов, отразившей накопившиеся в стране противоречия. В это беспокойное время А.А. Мануйлов стал сначала профессором, а в 1908-1911 годы – ректором Московского университета. Его деятельность была

многосторонней: с одной стороны, он откликался на насущные проблемы развития экономики России, предлагая свои решения и в аграрной сфере, и в других отраслях; с другой стороны, он следил за развитием политической экономии в других странах. В 1896 г. ученый перевел на русский язык работу К.Маркса «К критике политической экономии», и в то же время анализировал проблему ценности в трудах других исследователей. Добавим, в эти годы уже набирало силу учение о предельной полезности, как основа неоклассического направления экономической теории.

После победы в 1917 г. в России Великой Октябрьской социалистической революции страна изменила общественный строй и организацию народного хозяйства. В течение всего времени советской власти до 1991 г. в политике и образовании доминировала марксистская идеология и марксистская политическая экономия. Многочисленные экономические работы В.И. Ленина служили адаптацией учения К. Маркса к нуждам социалистического строительства. В первые годы советской власти политическая экономия в Московском университете изучалась по курсу лекций по политической экономии, опубликованном в 1918 г. заведующим кафедрой Н. А. Каблуковым, и «Краткому курсу экономической науки» под редакцией А. А. Богданова (Малиновского).

В Московском государственном университете началась разработка проблем политической экономии социализма, и политическая экономия разделилась на две части. Одна продолжала с марксистских позиций изучать капиталистическое хозяйство, другая начала выявлять становящиеся закономерности переходного периода от капитализма к социализму и самого социалистического хозяйства. Таким образом, появилась политическая экономия социализма.

С приходом на кафедру политической экономии профессора Н.А. Цаголова в 1957 г., который возглавлял кафедру до 1985 г., именно в области политической экономии социализма стала формироваться «школа Цаголова». Организационный талант и упорство Н.А. Цаголова позволили ему создать на кафедре коллектив ученых, объединенных творческим поиском на базе марксистской методологии. В результате был подготовлен «Курс политической экономии» в двух томах, который и сегодня не утратил своего познавательного значения [Курс политической экономии, 1963]. В «Курсе» был реализован системный подход к анализу реальных процессов в экономике СССР и экономике стран Запада, показана история и логика разных этапов капиталистического и социалистического хозяйства. «Курс» воочию подтвердил, что в Московском государственном университете ни в какие годы не было простора для догматизма, но всегда сохранялся дух поиска научной истины [Цаголов Н.А., 1967].

На каждом этапе, выполняя заметную роль в жизни университета, кафедра развивала сотрудничество с Российской Академией Наук (РАН), являясь ведущим научным и учебно-методическим центром страны в области политической экономии и экономической теории вообще. Заведующие кафедрой А.И. Чупров и К.В. Островитянов были действительными членами, а А.И. Пашков – членом-корреспондентом РАН. Ректором Московского университета в 1908 - 1911 гг. был заведующий кафедрой проф. А.А. Мануйлов, а в 1928 - 1930 гг. - проф. И.Д. Удальцов.

С 1997 года кафедру возглавляет автор статьи.

Переход России в 1991 г. на рыночные принципы экономического развития потребовал перестройки как учебного процесса на экономическом факультете МГУ, так и формирования новых учебных курсов. Наряду с традиционной политической экономией начал преподаваться экономикс и были созданы курсы по переходной экономике.

Политическая экономия утратила свое главенствующее положение среди учебных курсов, но сохранила свое значение как образец системного анализа и построения категорий и законов национальной и мировой экономики. Курс политической экономии преподается по выбору по программе бакалавров. Системный, политико-экономический подход реализован в учебном пособии «Общая экономическая теория. Вводный курс» [Общая экономическая теория. Вводный курс, 2010], изучаемом первокурсниками на отделениях «экономика» и «менеджмент» бакалавриата. С 2015/16 учебного года для них читается курс «Экономика как система».

В связи с развитием институциональной и новой институциональной теорий, опирающихся на неоклассику, термин «политическая экономия» стал использоваться в буквальном смысле – для анализа политических процессов. Денежная составляющая политического рынка, где во время избирательных компаний сталкиваются не только интересы партий и избирателей, но и избирательных фондов, как раз стала предметом этой «политической экономии». [Политическая экономия России, 2010]. Поскольку по своему происхождению политическая экономия имеет дело исключительно с экономикой, постольку исследования политических рынков логично было бы именовать «политическая экономика» как это делается в англоязычном варианте в университетах развитых стран [Person T., Tabelini G., 2000], или «экономика политики».

Есть немало примеров того, как социальный и экономический прогресс наполняют новым содержанием отдельные слова или выражения. Однако, несмотря на то, что экономика XXI века не похожа на экономику XVII века, когда возникла политическая экономия, суть и основные черты экономики как явления сохранились. И хотя сфера политики за это время расширилась, но политика осталась политикой, и ее экономический анализ не входит в объект и предмет исследования политической экономии, а образует свою ветвь научного знания. Терминологическая четкость и ясность всегда отличала политэкономов Московского университета.

Трудности, которых было немало за 210-летнюю историю кафедры и перед которыми ее коллектив никогда не пасовал, не помешали и в наши дни: состав кафедры, как всегда, отличается высоким профессионализмом, возрастной устойчивостью и творческим динамизмом. В настоящее время на кафедре работают 14 профессоров и 25 доцентов. Несмотря на разную теоретическую и методологическую направленность и исторический колорит работ кафедры, они никогда не были безразличны к переживаемым страной проблемам и трудностям.

Сегодня, когда Россия должна выбрать адекватную своим задачам и современной мировой экономике национальную модель социально-экономического развития, кафедра полноценно участвует в разрешении наиболее актуальных проблем. Научные центры кафедры организуют исследования таким образом, чтобы все части общей экономической теории – политическая экономия, экономикс, институциональная и новая институциональная теории, эволюционная теория, поведенческая теория – не остались без внимания. Не игра в дефиниции, не манипулирование формулами, не безграничное абстрагирование, а системный анализ реальных процессов позволяет достичь научного результата, который полезен и необходим ученым, студентам, бизнесу, обществу. Объективность цивилизационного процесса не означает, что люди играют пассивную роль. Огромное значение на формирование позиций людей имеет и политическая экономия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Известно, что еще до выхода первого тома «Капитала» К. Маркс 1 февраля 1859 г. представил свой план цельного политэкономического исследования следующим образом: «Всю политическую экономию я делю на шесть книг: капитал; земельная собственность; наемный труд; государство; внешняя торговля; мировой рынок» [Маркс К.]. К. Марксу удалось полностью завершить только первый пункт своего плана, хотя и остальные пункты в разной степени нашли отражение в 3-х томах «Капитала». Вместе с тем с высоты нашего времени отчетливо видно, какие темы и проблемы требуют разработки на базе современного теоретического и фактического материала для того, чтобы политическая экономия сохранила свою актуальность в XXI веке.

Ключевое значение приобретает современное звучание теории трудовой стоимости. Ни у кого не вызывает сомнения тот факт, что человек – главный созидатель, что качество и количество «человеческого капитала» стало ведущим конкурентным преимуществом как отдельной компании, так и национальной экономики. Теперь осталось показать, как в информационной экономике создается стоимость, почему все большее распространение получают превращенные и иррациональные формы, формируется ли в экономике средняя прибыль, как сказывается влияние большого бизнеса на конкурентном механизме, какие формы капитала возникают в современной финансовой сфере.

Экономическая реализация земельной собственности играет важную роль в обеспечении устойчивости любой национальной экономики. Многообразие рентных отношений требует особенно тщательного анализа, так как в этой области есть корни как отсталости тех или иных стран, так и прогресса других.

За время существования капитализма наемный труд прошел громадную эволюцию от физического труда пролетария до основной формы занятости большинства трудоспособного населения развитых стран. Наемные работники – основная часть современного гражданского общества. При этом реальное подчинение труда капиталу окрепло, а не ослабло.

Много теоретических копий сломано на ниве дискуссий о роли государства в экономике. Вместе с развитием экономики развивается государство, которое выступает гарантом реализации рыночных принципов и в то же время самым крупным национальным инвестором. Информационная революция усилила роль государства как защитника не только прав интеллектуальной собственности, но и свободы личности. Устанавливая так называемые «правила игры», государство стремится гармонизировать частные и национальные интересы. Важность последних неизмеримо выросла в связи с глобализацией мирового хозяйства, повышением значения внешней торговли и мирового рынка.

При построении современной национальной системы политической экономии теперь уже невозможно абстрагироваться от внешних экономических связей, как это сделал К. Маркс в «Капитале». Национальный рынок стал частью мирового рынка – товарного, финансового, труда, капитала, услуг, информации. Отсюда и воспроизводство в открытой экономике не может не воспринимать закономерности развития мировой экономики. Титаническую работу проделал К. Маркс, выстроив систему «Капитала», проштудировав до этого все экономические труды предшественников и современников. «Капитал» К. Маркса относительно облегчает путь к современной политической экономии, но системный анализ национальной и мировой экономики предполагает невиданный ранее объем работы по представленным выше направлениям.

ЛИТЕРАТУРА

- Бабст И.К. Избранные труды – М.: Наука, 1999. - 301 с.
- Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии или теория общественного богатства. – М.: Изограф, 2000.
- Двести лет кафедре политической экономии экономического факультета (страницы истории и перспективы развития) – М.: 2004. – 120 с.
- Джеванс У.С. Теория политической экономии / Теория потребительского поведения и спроса. – СПб.: Экономическая школа, 1993.
- Журнал экономической теории. 2013. №2.
- Клейнер Г. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории / Вопросы экономики. 2013. №6. С. 4-28.
- Курс политической экономии. В 2-х т. По ред. Н.А. Цаголова. – М.: Экономика, 1963.
- Макаров В.Л. К вопросу о проектной экономике / Экономическая наука современной России, 2013. №3. С. 9-14.
- Маркс К. / Маркс – Иосифу Вейдермейеру / Маркс К., Энгельс Ф., Соч. – Т. 29.
- Менгер К. Основание политической экономии / Менгер К. Избранные работы. – М.: Территория будущего, 2005.
- Общая экономическая теория. Вводный курс. В 3-х кн. Под ред. Пороховского А.А. – М.: Кодекс, 2010.
- Политическая экономия России: динамика общественного договора в 2000-х годах. Избранные труды Института национального проекта «Общественный договор», 2000-2009 / составители А.А. Аузан, А.В. Золотов, А.А. Ставинская, В.Л. Тамбовцев. – М.: 2010. - 720 с.
- Пороховский А.А. Политическая экономия: основа и стержень экономической теории / Экономист. 2012. №1. С.61-73.
- Пороховский А.А. Economics как явление и понятие / США-Канада: экономика, политика, культура. 2006. №6. С. 85-99.
- Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Пер. с англ. – М.: Эксмо, 2007. - 960 с.
- Цаголов Н.А. Развитие советской политической экономии / Вестник МГУ, серия Экономика. 1967. №5.
- Экономическая теория. Под ред. Дж. Итуэлла, М. М. Милгейта, П. Ньюмена. Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2004. –XII. 931 с.
- Jones G. Debating the Responsibility of Capitalism in Historical and Global Perspective / Harward Business School Working Paper 14-004, July 8, 2013.
- Lin Justin Yifu. The Quest for Prosperity. How Developing Economies can take off. – Princeton University Press, 2012. XVII – 322 p.
- Marshall A., Marshall M. Economics of Industry / London, 1879.
- Person T., Tabelini G. Political Economics. – Cambridge, 2000.
- Williams R., Elliot L. Crisis and Recovery. Ethics, Economies and Justice. – L., Palgrave Macmillan, 2010.

Author:

Honored worker of science of the Russian Federation, Ph.D., Anatoly Porokhovsky, professor,

Economic Department, Head of the chair of political economy

Lomonosov Moscow State University, Russia

Tel.: +7(495)939-28-86 (Moscow, Russia)

anapor@econ.msu.ru

Reviewers:

prof. Elena Shibanova-Roenko, PhD.

doc. Ing. Alexsej Antonov, CSc.

ВОЗМОЖНО ЛИ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ СИСТЕМАМИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА БЕЗ ПОНИМАНИЯ, ЧТО ТАКОЕ КРИЗИС?

IS IT POSSIBLE THE MANAGEMENT OF ORGANIZATIONAL SYSTEMS IN CONDITIONS OF CRISIS WITHOUT UNDERSTANDING WHAT CRISIS?

Елена Шибанова-Роечко

Abstract

The article shows the main shortcomings in the formation, development and understanding of the crisis-oriented management as a field of academic knowledge and academic discipline in the training of specialists-economists. Also in the material discussed in the substantive knowledge of the construct of crisis and basic crisis management.

Purpose of the article consists in the actualization of the elimination of knowledge barriers when implementing crisis management as a management technology, but also in fixing the need to change approaches to teaching crisis-oriented management.

Methodology/methods Used as methods of historical review, a review of sources, taxonomy, morphological analysis

Scientific aim is to identify patterns of common and scientific knowledge of the crisis and synthesizing the essence of the shortcomings of the first stage of development of the economic theory of the crisis.

Findings Crisis management as a managerial technology plays a limited role, and most often it is understood as a temporary management of the economy in terms of onset and clear of the crisis of Finance. Practical field of application of the General theory of the crisis, when it was created is truly immense, as is the socio-economic sphere. It seems to the author that sometimes the stated vision of crisis management, his true role and place not only serves, but is not contained in minds responsible for the supply of economists. Eventually the bad clan-dedicated to the true depth of the crisis-oriented reality only multiplies. Morphological analysis of the substantive content of the solid sample reveals a number of steadily-a clear syntactic, semantic and attributive (semiotic) correlations, namely: a) emphasizes the systemic nature of the crisis, and often denied; b) little or no reflected the structure of the crisis and its process-based nature; C) usually is characterized by the crisis or the macro economy or the micro level.

Conclusions (limits, implications etc.) Together causes complicated and dramatic situation with crisis management and the General crisis-oriented knowledge lie not only in a half-baked economic theory of crisis and the lack of large, medium and even ideologies of a General theory of crisis, but also in the education system.

Keywords: economic theory, substantial component of crisis, structurization of problems

JEL Classification: A20, B41

ВВЕДЕНИЕ

С конца 80-х - начала 90-х годов XX века изменилось в глобальных масштабах соотношение сил партнеров по экономической деятельности: укрепились позиции крупного капитала, который, известно, менее всего заинтересован в существенной регламентации своей деятельности. Данное укрепление происходило при большой помощи инструментов государственной политики, что тем самым изменило влияние конъюнктуры рынка на общестрановые экономические процессы, а точнее: конъюнктурная политика получила преимущество перед политикой долгосрочного роста. С этого времени начала свое триумфальное шествие по всему экономическому миру порочная модель корпоративного управления («максимизация прибыли в краткосрочном периоде плюс прибыль любой ценой»), когда отсутствие у хозяйствующих субъектов необходимых социальных компетенций ведет к ущербности и манипулятивности государственной политики и имитационному характеру всего демократического управления.

На фоне глобального финансово-экономического кризиса 2007-2010 гг. эти и многие другие мировые проблемы перестали восприниматься как временные, преходящие явления, с которыми человечество в недалеком будущем успешно покончит, и обрели в массовом сознании статус состоявшихся, стойких тенденций. Казалось, наступило переломное состояние в познании реальной социально-экономической картины мира. Однако по мере восстановления национальных экономик и ослабления последствий кризиса, при рассмотрении моделей развития крупномасштабных систем негативы ассоциируются лишь с кризисной стадией. В свою очередь оживление экономики, восстановление показателей развития до прогрессивного уровня отождествляются с имманентными свойствами экономического роста, и во мнении исследователей слабо коррелируют с победой над кризисом. Опять все чаще, как мантры, звучат разномастные рецепты «смесей из семян успеха, удачи и неудач, кризиса», состоящих в оптимальной предрасположенности к риску, способности к коррекции своего экономического поведения, осмотрительном и расчетливом использовании материальных, финансовых и информационных ресурсов, своевременной диверсификации и модернизации деятельности; все перечисленное – в случае эскалации конфликтов и потрясений – опять называется в бизнесе «умением вовремя выйти из игры» и вновь ценится как своеобразный пароль и ориентир.

Автор статьи полностью поддерживает мнение, что «это взгляды тех, кто живет в странах с устоявшейся, развитой рыночной экономикой» [Аукуционек, 1996]. В результате в центре внимания традиционных экономических теорий оказываются ординарные экономические явления и процессы, изучение которых предваряется обязательным абстрагированием целого ряда изменений и флуктуаций. Развитие воспринимается как тождество экономического роста, который, в свою очередь, провозглашается единой желанной целью. И, напротив, по идейной логике традиционных экономических концепций спад активности, обвалы рынка, сжатие гуманности, совокупная деградация и тому подобные негативные и угрожающие тенденции соответствуют общекризисным фазам – рецессии (замедления роста), фазе собственно (явного) кризиса и стагнации (депрессии).

В дополнение к представленной диспозиции приведем мнение российско-французского ученого Ж. Сапира (МШЭ МГУ им. М.В. Ломоносова), в довольно резкой форме отражающего причинно-следственную связь кризисности современного общества и используемой им модели корпоративного управления: «Экономические системы западных стран функционируют не в соответствии с логикой рынка, а как

комбинации рынка, организации, сетей и администрирования, которые по-разному сочетаются в конкретных географических и исторических условиях» [Сапир, 2001].

1 ОБЩИЕ НЕДОСТАТКИ В СОВРЕМЕННОМ ПОЗНАНИИ КРИЗИСНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Из предыдущего мнения однозначно следует, что в экономике при возникновении и формировании кризисных тенденций либо общей турбулентности и массовости разноуровневых проблем антикризисному управлению как управленческой технологии отводится ограниченная роль. И действительно, оно почти повсеместно понимается как временное управление экономикой в условиях наступившего и явного кризиса финансов¹. Причем дополним, что даже в тех организационных системах, в которых имеются встроенные антикризисные механизмы (например, в банках), они все равно в общем управлении исполняют функции своеобразного буфера, реактивного компенсатора на возникающие оперативные негативы, в которых основным вектором внимания являются опять же финансы.

Именно вокруг указанного понимания построено наибольшее количество вариаций. К тому же надо быть реалистами: большинство организаций не готовятся к кризисной ситуации, когда дела идут удовлетворительно; отдельные бизнесмены воспринимают риск своего бизнеса равным нулю; некоторые экономисты вполне серьезно полагаются на мнения типа «все кризисы рано или поздно заканчиваются» или на русский «авось»². Таково положение вещей в среде практиков.

Но может быть в среде ученых, и особенно тех, кто занимается теоретическими экономическими вопросами, существует объемное представление о месте, роли и путях развития антикризисного управления? К сожалению, налицо субъективность и многозначность однообразных трактовок кризиса и аналогичное – узкое – видение кризис-ориентированного управления, соответствующее реактивному формату, в противовес превентивному и антиципативному форматам. Причины очевидны. Во-первых, сегодня нельзя сказать, что антикризисное управление представляет собой обширный и выверенный информационный массив со сложной, разветвленной структурой, ибо как область научного знания оно оформилось совсем недавно – не более 25-35 лет назад. Во-вторых, сегодня в РФ экономистов выпускают около 3500 вузов и факультетов, поэтому надеяться, что «гиперинфляция» в череде экономических вузов и лавина сомнительной и второсортной информации не взаимосвязаны, может лишь глубоко безразличный научному познанию человек. Везде и повсюду элиту не готовят, да и не могут по причине отсутствия массы элитных ученых и педагогов.

Это мнение вполне определенно высказано д.э.н., проф. *Думной Н.Н.* (Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва), которая считает, что умело сочетают фундаментальность и прикладной характер образования и своих научных разработок лишь элитные вузы. Причем под ними понимаются те учебные заведения, которые «поставили своей целью готовить экономическую элиту нашего общества» [Думная, 2006]. Например, Российский университет дружбы народов (РУДН, Москва) имеет официальный стратегический слоган «Готовим элиту». О ком идет речь?! «Элита – это личности, имеющие личные интеллектуальные достижения, способные принимать решения и нести ответственность за них: профессиональные управленцы

¹ Здесь: финансы – денежные средства, находящиеся в распоряжении, а также система их формирования и использования.

² Очень верно кем-то подмечено, что «авось» состоит из завышенного ожидания благоприятного состояния природы, удачного стечения обстоятельств и желательного поведения людей.

разного уровня, профессионалы ученые, педагоги» [Думная, 2006]. С чем-то хотелось бы поспорить, но мнение об умелом сочетании является горькой правдой. К тому же повсеместно в учебных планах экономических специальностей антикризисное управление занимает не более 36-72 а.ч.

Однако как профессиональный антикризисный управляющий автор уверен: в конечном итоге вместо эклектичного многообразия порой несвязанных друг с другом мировоззрений разных наук, дезориентирующих современного пользователя, предстанет-таки стройная, внятная, последовательная система закономерностей в рамках единого кризис-ориентированного знаниевого аппарата. Цель подобных надежд – придание ощущения контроля и уверенности в своих силах экономическому человеку. Основанием же надежд служит таксономия экономиста-теоретика, д.э.н., проф. *Тарасевича В.Н.* (НМА, г. Днепропетровск, Украина), в соответствии с которой мы подходим к выводу, что в подавляющем большинстве исследований экономическая теория кризиса представлена лишь *I этапом развития* с его характерной пестротой методологического инструментария, хаотичностью и неструктурированностью, а точнее: «описательным периодом саморефлексии экономической науки» [Тарасевич, Международная политэкон. ассоциация].

Итак, мы испытываем ряд значительных и, как кажется в первом приближении, обоснованных проблем в построении фундамента здания экономической теории кризиса, как-то: фрагментарное изложение, эклектика, тупиковые варианты, «белые пятна», тавтология и порой явная путаница. Но она все же вступила на верный путь развития, ведь на I этапе «конкретизируются и обогащаются традиционные эмпиризм, описательно-статистические методы, исторический и социологический подходы» и тем самым формируются потенции последующих этапов [Тарасевич, Международная политэкономическая ассоциация]. Однако автор предлагает предпринять иной срез в рамках научного познания кризис-ориентированной реальности уже на I этапе. Конкретнее: преодоление противопоставленных точек зрения на кризис, интеграция самостоятельных линий развития экономической науки в разрезе кризисной симптоматики, с одной стороны, и, с другой, сомнительный разворот и аллилуйя ориентации только на экономический рост и только на избегание кризиса – все это предстает для автора публикации закономерным следствием различных уровней познавательных предпочтений, интеллектуальных ценностей и когнитивного развития конкретных ученых, исследователей и педагогов.

2 ОБУЧЕНИЕ АНТИКРИЗИСНОМУ УПРАВЛЕНИЮ: ОГРАНИЧЕННОСТЬ БУКВАЛЬНОЙ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ БАЗЫ

Отталкиваясь от последней гипотезы уровневых различий и идей об элите и количестве выпускников-экономистов, к автору статьи пришло убеждение: ситуация с обучением кризис-ориентированному управлению в российских вузах не просто неудовлетворительна, она – критична. Ибо, если в малом количестве будут готовить высококлассных специалистов со знаниями в области кризис-ориентированного управления, то кем конкретно в такой большой стране, как Россия, будут преодолеваются экономические, финансовые, организационные и прочие кризисы; если же в большом количестве будут выпускать плохо подготовленных в антикризисном отношении экономистов, то и преодолеваются кризисы будут плохо. Вместе с тем современные мировые тенденции диктуют необходимость соответствия качества подготовки выпускников вузов требованиям *экономики знаний*, состоящие в том, что

выпускник должен не только обладать набором необходимых знаний и навыков, но и умением генерировать их в течение своей профессиональной деятельности.

Ограничения по объему публикации не позволяют осветить все доказательства сложной и порой крайне драматичной картины. Сейчас остановим пристальный взгляд на буквальную теоретической базе, т.е. учебных пособиях. Сразу напомним министерский постулат: образовательные программы в вузах должны представлять собой комплексы логически выстроенных дисциплин, целенаправленно формирующих конкретные заданные компетенции. Допустим, есть именно такие образовательные программы; они запускают механизм учебного процесса, из которого складывается «опыт общения» будущих экономистов с материалами дисциплин, в том числе и с антикризисным управлением. И пунктом номер один в их вводной лекционной базе предстают так называемые списки рекомендуемой литературы. Полистаем некоторые источники³.

Обзор около 100 источников, специально или опосредованно связанных с кризисной проблематикой, выявил пессимистическое соотношение научного познания кризис-ориентированной реальности и упрощенного, порой даже примитивного ее представления в учебных пособиях. Невольно приходит на ум логика рассуждений д.физ.-мат.н. Губина В.Б. (РУДН, Москва) из его знаменитой статьи о слабонаучных методах познания – философии непознанного, философии непосвященных и философии неизвестно чего [Губин, 2002].

Судите сами. «*Антикризисное управление – это система мер, позволяющая восстановить или воссоздать жизнеспособность организации в условиях экстраординарного управления и отсутствия ресурсов* силами внешней и внутренней среды организации» (Synergy Consult). Ключевые слова (*курсив*) представляют пользователю вовсе не антикризисное управление: это процедурное банкротство в судебном формате по Федеральному закону РФ №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» либо добровольная ликвидация предприятия.

Следующие примеры. «*Антикризисное управление – это сочетание специальных мероприятий в рамках комплексного управления объектом коммерческой недвижимости, а именно: борьба с проявлением кризисных явлений на отдельно взятом объекте*» (В. Стукан). «*Антикризисное управление – это функция, обеспечивающая минимизацию потенциального ущерба от кризиса и помогающая установлению контроля над ситуацией*» (Зобов А.Т.). Поражает упрощение семантического ядра. Причем, автор не против борьбы (на ней «держится» добрая половина эволюционной концепции в экономике) и, разумеется, не против функциональности, ведь как раз функциональный компонент элементов структуры кризиса широко представлен в специальной литературе; автор против зашоренной стандартизации видения и нарочитого фокусирования лишь на микролокальных проблемах.

Два заключительных примера представляют, вне сомнения, «апогей и гордость» коллекции. 1). «*Сущность антикризисного управления предприятием состоит в способности руководства к анализу и регулированию механизма планирования и распределения прибыли*». (Касьянов В. Антикризисное управление: учебник). В ключевых словах невольно видится сходство с неким пособием по криминальному распилу. 2). «----» (Кукушкин С. Антикризисное управление: учебник). Выделять нечего вообще, ибо ни на одной из 220 страниц текста Вы не найдете базовую дефиницию антикризисного управления.

³ Далее в примерах из соображений научной этики мы не указываем точную навигацию учебных материалов; все совпадения случайны.

Таким образом, логико-концептуальный аппарат изучения и исследований кризисов сложноорганизованных и крупномасштабных (социально-экономических) систем и, соответственно, управления в условиях их предвосхищения, предвидения или явного, острого формата не только не вполне разработан, но как уже отмечалось выше: человек как исследователь и ученый не только испытывает ряд значительных проблем в построении фундамента здания под названием *общая теория кризиса*, и более того – в отдельных аспектах находится еще только «на пути к котловану под тот фундамент».

Справедливости ради отметим, что образовательная индустрия все же, хотя и редко, признает, что уровень иллюзий о степени «продвижения в массы» антикризисного управления следует признать повышенным. И причины повсеместно распространенной слабой подготовки будущих специалистов в вопросах понимания кризисов, их прогнозирования, в неумении применения гетеро- и тропохронных технологий управления кризисами кроются, как надеется автор, в трудностях собственно кризисных исследований, которые по историческим меркам только начаты либо достигнутые результаты пока еще не соотносятся с конвенциональной частью экономической теории.

Однако для равновесия мнений озвучим менее толерантную позицию к.т.н. *Маюрова В.Г.* (Институт управления, экономики и социологии, г. Королев, Россия): «Экономическая теория в настоящее время представляет собой рыхлое, внутренне противоречивое образование, неспособное быть эффективной теоретической основой таких прикладных дисциплин, как маркетинг, менеджмент, экономическая политика и др.» [Маюров, 2008]. В конечном итоге на рынок труда с его прагматичными запросами приходит молодой специалист, по меткому выражению чл.-корр. РАН *Горшкова М.К.* (Институт социологии РАН) имеющий нелицеприятную оценку: «Выпускник слегка обучен, чуть-чуть воспитан, творчески неразвит» [Горшков, 2010].

3 АНТИКРИЗИСНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ – ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ TERRA INCOGNITA

Верное, истинное понимание антикризисного управления заключается в том, что оно как тип управления служит предвидению и предварению кризисов, смягчению их течения в случае возникновения, устранению отрицательных последствий и превращению их в позитивные изменения.

Такой ли управленческой идее соответствует деятельность хозяйствующего субъекта как своеобразной единицы измерения рыночной экономики? Несут ли в себе решения государственных органов элементы указанной философии? Готовы ли все физические лица в случае потребительского банкротства принять внешнего управляющего с его ежедневными указами, как дальше жить?!

Думается, вряд ли. Напомним: чаще антикризисное управление воспринимается как реактивный компенсатор проблем. Но восприятие антикризисного регулирования, пожалуй, еще хуже: редкий учебник содержит информацию о нем, либо оно преподносится как философия неизвестно чего.

Ведь до тех пор, пока дела в экономике, менеджменте, государственном строительстве, домохозяйстве идут удовлетворительно, позиционно-целевая незыблемость и теоретического, и практического регулирования подавляющего большинства проблем базируется на «истинных механизмах» регулирования: рыночной конкуренции, ценообразовании и публичном управлении. Разделение регуляции понятно: на рыночное и государственное. Но еще 50 лет назад под публичным управлением мы понимали бы исключительно вмешательство государства. Однако за

эти годы экономический идеал в виде минимума государственного интереса к делам рынка крепко обосновался в своей позиции; к тому же финансовые обороты некоторых корпораций сопоставимы с бюджетами отдельных стран. Поэтому сегодня в поле публичного управления как проявления общественной власти, помимо государственного воздействия, введены и влияние территориальных образований, и учет интересов территориальных коллективов, и корпоративная власть. Укрепление же потенциала государства идет по пути активизации общественных институтов, особенно разнообразных форм общественного контроля.

На взгляд автора, важно добавить, что антикризисное регулирование нужно представлять и понимать в двух ипостасях: как регламентированное и как творческое. Вовсе не означает, что первое – это только государственные вопросы, а второе – только рыночные. Более того, строгой дизъюнкции нет и быть не может: это свойства, разные стороны одного предмета познания; регламентация – правило, норма; творчество – исключение, отклонение от правила, но не требующее санкций в отличие от нарушения исполнения правила. Из регламентированно-творческого дуализма антикризисного регулирования следует, что наиболее значимыми в вопросах качества разрешения регуляционных проблем являются такие факторы, как: *категория проблемы* (стандартная, типовая, эвристическая) и *масштабы проблемы* (глобальная, локальная, микролокальная).

В конечном итоге полифакторная комбинация всех указанных механизмов и их возможные варианты в аспектах публичного управления (*public administration*), частного управления (*private administration*) и управления бизнесом (*business administration*) выстраивается в огромное поле слабоструктурированного и даже непознанного научного знания. Таким образом, с регуляционных позиций кризис, паракризисные ситуации составляют особый для изучения социально-экономический феномен, воздействие которого касается большинства членов общества. Представляется, поэтому в большинстве развитых стран исторически сложился и апостериори действует следующий этико-правовой принцип: в случае неудачи каждый индивид должен иметь право начать все с начала. По сути, указанный принцип – это философская миссия антикризисного регулирования.

4 ПРОБЕЛЫ В НАУЧНОМ ТЕОРЕТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПОЗНАНИИ СОДЕРЖАНИЯ КРИЗИСА

Повышенный интерес к знанию, особая, креативная подготовка, создание факультетских и кафедральных исследовательских лабораторий, специальные научные семинары – все это лежит на первоклассном изложении подходов, общепринятых в мире экономических теорий, а также на выявлении и познании креативно настроенными педагогами и учеными новых и продвинутых подходов. Многие вузы, кафедры все это реально имеют и используют.

Здесь добавим, что и выпускникам-экономистам элитных вузов, мечтающим о вице-президентских и министерских креслах, и студентам среднестатистического вуза нужно стойко уяснить: на сегодняшнем этапе положения российской экономики антикризисное управление – это профессия не для сентиментальных эрудитов. Кризис-ориентированный стиль организации любой деятельности и управления ею оказывает влияние и на интеллект, и на поведение человека, позволяя ему подступаться к резким вызовам и крупным проблемам, не ожидая скорой помощи извне, аргументировать свое мнение, критически оценивать окружение. Разработка подчас жестких решений требует от человека моральной смелости, крепкой воли, убежденности в своей правоте, но от

работника – еще и ответственности и, однозначно, высокого профессионализма. Вне сомнения, такой специалист – фирменная элита. Последнее не мыслится в ситуации, когда молодой специалист-экономист услышит от своего начальника отдела, цеха и тем более руководителя корпорации: «Забудь все, чему тебя учили, т.к. это была теория, а сейчас начинается практика». Ибо в данном случае имеют место нежелание или неумение классифицировать кризисные объекты, вскрывать кризисные закономерности, устанавливать связи между эндо- и экзогенными явлениями, отсутствует навык выработки и принятия негэнтропийных решений. Основой является слабость и даже отсутствие теоретических знаний о природе кризисных проявлений и, как следствие, их узкое – оперативно-реактивное – видение и понимание.

Какова же будет практическая область применения общей теории кризиса, когда таковая будет создана? По мнению автора, эта область поистине огромна, поскольку является почти калькой с экономической сферы (ведь редкие моменты экономической деятельности человека, общества не затрагиваются кризисными проявлениями); значительные сегменты социальной сферы подвергаются соответствующим – социальным – кризисам; и, конечно, этим охвачены немалые сегменты духовной сферы.

С точки зрения автора статьи, порой указанное видение антикризисного управления, его подлинной роли и места не только не подаются, но и не содержатся в умах ответственных за его подачу экономистов. В конечном итоге клан плохо-посвященных в истинную глубину кризис-ориентированной реальности только множится.

Не будем отрицать, в антикризисном управлении содержится достаточное число дискуссионных и крайне непроработанных положений; в частности, к наиболее «любимому» толкователями кризисной проблематики можно отнести разномасштабное объяснение причин социально-экономических кризисов. Многочисленным скороспелым (за 36 академических часов) следопытам от антикризисного управления как бы все ясно: по какой-либо причине зарождается кризисный процесс, далее он развивается во времени и на определенных пространствах, затем сам процесс затухает, но еще какое-то время ощущаются последствия кризиса. Воистину верно подметил американский экономист, *проф. Джозеф Салерно (Pace University)*: кто-то «ослеплен своей концептуальной моделью», кто-то «развлекается риторическими крайностями, предвещая мир ужаса», кто-то «академично формулирует свои утверждения на научном жаргоне».

Да, причины кризиса и его последствия – это те два *элемента* любого кризиса, которые наиболее активно обсуждаются и практиками, и теоретиками, однако в большинстве комментариев они не называются таковыми, т.е. элементами кризиса как системного явления. Теоретическая таксономия элементного состава кризиса не притягивает пристального внимания ученых и исследователей в противовес описаниям кризисов.

В подтверждение превалирования описательной и нередко аддитивно-направленной линии проведем семантический и частично морфологический анализы содержательного компонента экономической статики кризиса.

Итак. Данный компонент элементов кризиса определяется содержанием базового понятия «кризис». При всей, поистине громадной, информационной массе определений кризисов их содержание можно разделить на две группы: 1) обыденная трактовка; и 2) научная дефиниция.

Незамысловатая обыденная трактовка кризиса в переводе с греческого языка (*κρίσις*) как перелом, поворотный пункт наиболее широко распространена среди

современников. Причина: двадцатый век явился Кризисом Для Современного Человечества не только в тривиально-растиражированном понимании, но и в теологическом (религиозном) значении как суд, приговор; двадцать первый век явно не отстает в резкости и тяжести расстройств.

В научной экономической среде в настоящий момент наиболее емким, точным и научно обоснованным большинство специалистов-антикризисников считает следующее определение: «Кризис – это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе, угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде» [Коротков, 2007].

Для целей дифференциации обыденных и научных трактовок автором статьи был осуществлен обзор около 100 специальных научных источников, прямо и опосредованно связанных с экономтеоретическим знанием. Дополнительной контекстной «линзой» служило отображение в научных источниках экономической динамики кризисных состояний. Обзор выявил, что значительная часть определений в своем семантическом ядре тяготеет, к сожалению, к обыденной трактовке (~38%) и скорее не к научной, а к обыденной (~24%).

Приведем несколько доказательных примеров. Как «острое затруднение с чем-либо, тяжелое переходное состояние» трактуется кризис в Большом Российском энциклопедическом словаре. Последнее издание Большой экономической энциклопедии описывает кризис как «глубокое расстройство, резкий перелом, период обострения противоречий в процессе развития какой-либо сферы человеческой деятельности». Примечательным дополнением послужит определение, содержащееся в Большом словаре иностранных слов: «Кризис – это критическое перепроизводство товаров, ведущее к расстройству экономической жизни, росту безработицы». В Современном экономическом словаре под ред. Райзберга Б.А. читаем: «Кризис экономический – резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы и в итоге – в снижении жизненного уровня, благосостояния населения». Некоторые исследователи, не приводя общего определения кризиса, переходят сразу к подзаголовочным конструктам. В частности, Золотогоров В.Г. в энциклопедическом словаре «Экономика» предлагает вниманию только кризис структурный как «разновидность экономического кризиса, вызываемого крупными диспропорциями в развитии народного (национального) хозяйства».

Имеются учебные пособия и узкоспециальные исследования, в которых без аналитико-синтетической составляющей (порой в одном параграфе) приводятся до 10 различных определений; при таком разнообразном «меню» ни опытным исследователям антикризисного управления, ни тем более начинающим пользователям (практическим специалистам, студентам) не представляется возможным отследить логику устремлений авторов.

Морфологический анализ содержательной наполненности массива выборки из более, чем 150 определений кризиса, выявляет ряд устойчиво-явных синтаксических, семантических и признаков (семиотических) корреляций, а именно: а) не подчеркивается системный характер кризиса, а подчас и отрицается; б) поверхностно либо вообще не отражается структура кризиса и его процессный характер; в) обычно характеризуется кризис либо на макроуровне экономики, либо на микроуровне.

Отрадно, что научное понятийное отношение к кризисам имеет следы влияния гетеро- и тропохронности развития общества и темпоральности процессов управления; эти следы – в чем-то интуитивные, пророческие, в чем-то – явные. Приведем ряд

примеров. Вернер Зомбарт в знаменитом труде «Будущее капитализма» (1932 г.) определяет кризис как «экономическое негативное явление, при котором массово возникает опасность для экономической жизни, действительности». Фриц Махлун (1950-60-е гг.) считал, что об экономическом кризисе речь идет в том случае, если «возникает нежелаемое состояние экономических отношений, непереносимое критическое положение больших слоев населения и производящих отраслей экономики». По определению советского академика Е.С. Варги (1970-е гг.), «кризисы означают временное насильственное разрешение накопившихся резких противоречий расширенного воспроизводства». Джон М. Кейнс характеризовал явление кризиса как «внезапную и резкую смену повышательной тенденции на понижательную, тогда как при обратном процессе резкого поворота часто не бывает».

Также особо подчеркнем, что все приводимые определения в большей мере отражают позиции экономической *статике кризиса*; вопросы же экономической *динамики кризиса* озвучены в специальной литературе однозначно и крайне слабо.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В XX в. фундаментальная экономическая наука прошла непростой путь: активно шли процессы как дифференциации экономического знания, так и его интеграции; появлялись нетрадиционные для прежних времен научные отрасли; в ряде научных школ выделились значительные новые направления, оформились самостоятельные теории. С первой третью XXI в. фундаментальная экономическая теория все более связывает свои основные усилия с принципиальным усовершенствованием экономического механизма жизнедеятельности человека и разработкой векторного кортежа преодоления кризисных негативов в мировой экономике, устранения патологических проявлений в национальных экономиках, «лечения» порочных моделей корпоративного управления, ведущих к эскалации кризисных связей. Насколько это приближает к теоретической расшифровке кризисов?

Совокупно причины сложившейся ситуации в целом с кризис-ориентированным знанием (назовем ее своеобразным регуляционно-управленческим «экстремизмом») кроются не только в несформированной экономической теории кризиса и отсутствии крупных и даже средних идеологов общей теории кризиса, но и в системе образования: запросы рынка труда на экономистов-прагматиков подводят образовательные учреждения к подготовке не мыслителей и инноваторов, а рациональных, динамично настроенных специалистов, обслуживающих потребителей соответствующих услуг.

Однако сегодня можно и нужно утверждать, что многие проблемы крупномасштабных организационных систем как популяций компаний и предприятий, взаимообразная связь последних с негативами рыночной конъюнктуры имеют межфункциональную природу и мультидисциплинарный научный формат.

Это диктует необходимость развертывания изучения кризисов в новом эволюционно-познавательном ключе. Применения методик и инструментов одного процессного подхода уже недостаточно. При этом достижения экономической мысли в рамках процессного подхода не только не будут умаляться и отрицаться; напротив, они активно подвергаются переосмыслению либо даже переносу на новый уровень познания, в новые координаты. Относительно ситуационного подхода кратко добавим, что он воспитывает у менеджеров умение контролировать нестабильную, критическую ситуацию, подготавливает к действиям в условиях повышенной неопределенности, рисков и грядущих изменений; однако реализация подобных умений требует в целом соответствующих антикризисных регуляционных (институциональных) условий

обеспечения и высокой культуры антикризисного программирования экономики на всех ее уровнях (макро-, мезо-, микро-). Ясно, что говорить о создании такой среды сегодня преждевременно, да и само развитие кризис-ориентированного знания пока не соответствует вышеприведенным ситуационным запросам; тем не менее созидание и отдельные удачные попытки исследователей в этом направлении вселяют надежды. И наконец: и процессный, и ситуационный подходы в изучении кризисов более всего обращены к производственным издержкам – издержкам развития; при этом трансакционные издержки как издержки функционирования собственно социально-экономической системы не могут быть полноценно подвергнуты с их помощью кризис-ориентированному исследованию; в итоге обоснование заведомо насыщено идейно-фундаментальными пробелами. Системный подход как метод исследования и конструирования сложноорганизованных объектов социально-экономической жизни общества представляет собой своевременный и назревший этап познания кризиса – нередкого и драматичного современного явления. Крайне важно, что именно системный подход, опираясь на накопившуюся научную и эмпирическую базу, позволяет уже сегодня выявить векторы устранения многих пробелов в теоретическом конструкторе кризис-ориентированного знания.

Представление о том, что экономика – это арифметическая сумма «заводов и пароходов», безвозвратно кануло в Лету. Перефразируя *Джона Хиббена*, президента Принстонского университета, скажем: «Знание основ кризис-ориентированного управления – это умение правильно действовать в любых житейских ситуациях». Чтобы достичь такого уровня отношения к внедрению технологий антикризисного управления и важности его всестороннего изучения, необходимо сначала обеспечить оптимальный формат его развития как знания. Автор глубоко убежден: пришла пора познавательного скачка, т.е. необходим и – главное – возможен резкий подъем эффективности аналитического и синтетического процессов разработки оптимально и/или рационально доказуемых антикризисных решений в реальной производственно-хозяйственной деятельности. Но для этого надо менять образовательно-познавательную парадигму обучения антикризисному управлению, а именно: нужно уходить от разностороннего и слабосвязанного набора руководств и принципов для топ-менеджмента компаний и внедрять, прививать *кризис-ориентированный способ мышления*. Такому способу нужно специально обучать, мышление нужно специально развивать, но не с помощью разрозненных антикризисных педагогов-инноваторов и адептов модернизации образования, а в стенах специальных вузовских лабораторий или центров.

Автор утверждает, что область знания, связанного с кризисами или относящегося к ним, охватывает в той или иной мере весь исследованный и исследуемый процесс взаимодействия человека и его среды обитания (включая способность самого человека контролировать свое поведение, работоспособность, эмоции, умение ориентироваться в мире взаимосвязей и достижение оптимальных и оптимистических результатов). Поэтому в статье специально не употребляется распространенное в России определение «антикризисное знание», а вводится новое определение – «кризис-ориентированное знание».

ЛИТЕРАТУРА

- Антикризисное управление: Учебное пособие / Под ред. Э.М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – С.9.
- Аукуционек С.П. Переход к рынку и методология экономической науки // К вопросу теории и практики экономики переходного периода: Материалы заседания ученого совета ИМЭМО РАН, 3-5 июня 1996г. / под предс. академика В.А.Мартынова.
- Горшков М.К. Российское образование и развитие человеческого капитала // Человеческий капитал. 2010. №8 (20). С.18.
- Губин В.Б. О методологии лженауки // Философские науки. 2002. №1. С.150-156; №5. С.158-159.
- Думная Н.Н. Необходимость внедрения проблем новой экономики в преподавание экономической теории // Современная экономическая теория и реформирование экономики России: Материалы научно-практической конференции, г. Москва, 25 ноября 2005г. – М.: Экономика, 2006. – С.50-52.
- Мартынов А.В. Философия социо(техно)-природной системы: Монография. – М.: МАКС Пресс, 2013. С.30.
- Маюров В.Г. Необходима ревизия экономической теории // Цивилизация знаний: инновационный переход к обществу высоких технологий: Труды Девятой Международной научной конференции, Москва, 25-26 апреля 2008 г. В 2-х ч. Ч. II. – М.: РосНОУ. – С.68-72.
- Сапир Ж. К экономической теории неоднородных систем: Опыт исследования децентрализованной экономики. М., 2001. С.14.
- Тарасевич В.Н. Политическая экономия: имя собственное, широкий смысл и предметное пространство / Международная политэкономическая ассоциация [Сайт]. – URL: <http://www.interpolitec.ru>

Author:

Ph.d. in Economic, Elena Shibanova-Roenko

The Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia, docent;

UK Academy of Education (London, UK; Tver, Russia), prof.

Tel.: +7(495)4332029 (Moscow, Russia); +7(4822)444177 (Tver, Russia)

roenfo@mail.ru

Reviewers:

doc. Ing. Irina Družinina, CSc.

doc. Ing. Sergej Radko, DrSc.

POKYNY PRE AUTOROV

1. Články predložené k publikovaniu musia byť zamerané na ekonomickú a manažérsku problematiku.
2. Príspevky sa uverejňujú v slovenskom, českom, ruskom a anglickom jazyku.
3. Podmienkou uverejnenia príspevku je jeho originálnosť (pôvodnosť). Odovzdaním príspevku autor prehlasuje, že príspevok nebol doteraz publikovaný alebo ponúknutý k publikácii inému vydavateľovi.
4. **Príspevky sa predkladajú na posúdenie dvom recenzentom.** Každý autor pri zaslaní príspevku navrhne redakcii časopisu dvoch nezávislých recenzentov na svoj príspevok (profesori, docenti, resp. významní odborníci z praxe v danej oblasti, ktorí pôsobia na inom pracovisku, ako je pracovisko autora príspevku).
5. Vedecká rada a Redakčná rada časopisu rozhodujú o prijatí príspevku na uverejnenie na základe recenzných posudkov. Vydavateľ si vyhradzuje právo príspevok odmietnuť.
6. Príspevky nie sú honorované. Redakcia si vyhradzuje právo požadovať od autora, po rozhodnutí o prijatí jeho príspevku na uverejnenie, participáciu na nákladoch spojených s realizáciou tlačenej formy časopisu v sume 35,- €.
7. **Autori posielajú príspevky upravené po formálnej stránke podľa „Konceptu príspevku do časopisu“.** Za jazykovú úpravu príspevkov zodpovedajú autori. Tlač časopisu je čiernobiela. Autori uvádzajú v príspevku obrázky, grafy, diagramy v čierno-bielom prevedení.
8. Poznámky, ktoré patria pod čiaru sa čísloujú podľa poradia v texte. Tabuľky a ilustrácie (obrázky, schémy, grafy, diagramy) sa čísloujú samostatnými číselnými radmi podľa poradia v texte. Pod každou tabuľkou alebo ilustráciou je potrebné uviesť zdroj, z ktorého autor čerpal údaje. Na tabuľky a ilustrácie musia byť odkazy v texte príspevku.
9. Citácie literatúry sa uvádzajú podľa Metódy prvého údaja a dátumu (ISO 690) v nasledovnom formáte:
Jeden zdroj, jeden autor: (Autor, 2000)
Jeden zdroj, viac autorov: (Autor a kol., 2005)
Viac zdrojov: (Autor1, 2009; Autor2, 2010)
10. V zozname literatúry na konci príspevku sa jednotlivé položky uvádzajú v abecednom poradí (nečísľujú sa). Pre on-line dokumenty je povinný dátum citovania a dostupnosť.
11. Maximálny rozsah príspevku je 15 strán, vrátane príloh a zoznamu literatúry. Formát stránky A4 (210 x 297 mm), okraje: pravý 2,5 cm, ľavý 2,5 cm, horný 3 cm, dolný 2,5 cm. Riadkovanie je jednoduché. Stránky sa nečísľujú.
12. Štruktúra príspevku je uvedená v tabuľke č. 1.

Tabuľka 1: Štruktúra príspevku

Štruktúra	Písmo
NÁZOV PRÍSPEVKU V PÔVODNOM A ANGLICKOM JAZYKU	Times New Roman, veľ. 16 Zarovnanie na stred
Meno a priezvisko autora (ov) – bez titulov	Times New Roman, veľ. 12 Zarovnanie na stred
<i>Abstrakt v anglickom jazyku</i>	Text - Times New Roman, veľ. 10, Italic
<i>Kľúčové slová v anglickom jazyku (5-6 slov)</i>	Times New Roman, veľ. 10, Italic
JEL Classification	Times New Roman, veľ. 10, zarovnanie doľava, Italic. Vid' napr.: https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php?view=econlit
ÚVOD CIEĽ A METODIKA VÝSLEDKY A DISKUSIA ZÁVER	Times New Roman, veľ. 14, Bold, všetky písmená veľké Kapitoly číslojte arabskými číslicami
Text príspevku	Times New Roman, veľ. 12 Odsadenie prvého riadku v odseku tabulátorom 1,25 cm
Tabuľka 1: Názov tabuľky Graf 1: Názov grafu Obrázok 1: Názov obrázku	Times New Roman, veľ. 12, Bold Umiestniť nadpis nad tabuľkou, zarovnať vľavo Umiestniť nadpis pod graf, centrovať Umiestniť nadpis pod obrázok, centrovať Zdroj umiestniť pod tabuľku, zarovnať vľavo Zdroj umiestniť pod graf, obrázok, centrovať (Times New Roman, veľ. 10, Italic)
LITERATÚRA	Times New Roman, veľ. 14, Bold, všetky písmená veľké Radiť v abecednom poradí, nečíslovať
Autor: Titul, meno a priezvisko Názov pracoviska Adresa pracoviska Tel.: 0000000000000 e-mail: some@who.com	Times New Roman, veľ. 12 Zarovnať doľava

Autori posielajú príspevky upravené po formálnej stránke podľa „Konceptu príspevku do časopisu“ uverejnenom na internetovej stránke časopisu www.maneko.sk.

Príspevky do čísla 1/2016 prijíma redakcia časopisu do 15. apríla 2016

MANEKO

časopis o ekonomike a manažmente priemyselných podnikov

MANEKO prináša vedecké články, diskusné príspevky a recenzie odborných prác zaoberajúce sa problematikou ekonomiky a manažmentu priemyselných podnikov z oblastí všeobecného manažmentu, finančného manažmentu, manažmentu kvality, environmentálneho manažmentu, manažmentu ľudských zdrojov, manažmentu malých a stredných podnikov, marketingu, controllingu, logistiky, strategického manažmentu podnikov a podobne. Umožňuje publikovanie vedeckých a odborných prác pre cieľovú skupinu vysokoškolských pedagógov a vedeckých pracovníkov, ale zároveň dáva príležitosť pre publikovanie príspevkov aj doktorandom a odborným pracovníkom z podnikovej praxe, verejnej správy a pod.

Vedecký časopis MANEKO (Manažment a ekonomika podniku) vydáva Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií Ústavu manažmentu STU v Bratislave v Nakladateľstve STU Bratislava

Vychádza dvakrát do roka, ročník 7, 2015, č.2

Tlač: Nakladateľstvo STU Bratislava, IČO 00 397 687

Adresa redakcie: Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií

ÚM STU, Vazovova 5, 812 43 Bratislava

Za jazykovú úpravu príspevkov zodpovedajú autori

Registračné číslo MK SR EV 2908/09

Dátum vydania periodickej tlače: december 2015

© Oddelenie manažmentu chemických a potravinárskych technológií Ústavu manažmentu
STU v Bratislave, Bratislava 2015

ISSN 1337-9488 (tlačené vydanie)
ISSN 1338-5127 (elektronické vydanie)