

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

Evidenčné číslo: 102003/I/2018/36069387448974596

**MIGRÁCIA A JEJ DOSAHY NA ZMENY
MARKETINGOVÝCH STRATÉGIÍ FIRIEM**

Diplomová práca

2018

Bc. Zuzana Gálisová

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA**

**MIGRÁCIA A JEJ DOSAHY NA ZMENY
MARKETINGOVÝCH STRATÉGIÍ FIRIEM**

Diplomová práca

Študijný program: Manažment medzinárodného obchodu

Študijný odbor: Medzinárodné podnikanie

Školiace pracovisko: Katedra medzinárodného obchodu

Vedúci záverečnej práce doc. Ing. Otília Zorkóciová, PhD.

Bratislava 2018

Bc. Zuzana Gálisová

Pod'akovanie

Touto cestou by som sa chcela pod'akovať vedúcej mojej diplomovej práce, doc. Ing. Otílii Zorkóciovej, PhD, za odbornú pomoc, trpezlivosť a zhovievavosť pri písaní tejto práce.

ABSTRAKT

GÁLISOVÁ, Zuzana: *Vplyv migrácie na zmeny marketingových stratégií firiem.* – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra medzinárodného obchodu. – Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Otília Zorkóciová, PhD. – Bratislava: OF EU, 2018, 68 s.

Cieľom záverečnej práce je zmapovať a analyzovať teoretické názorové prúdy charakterizujúce fenomén migrácie a jeho možné dosahy na zmeny marketingových stratégií firiem. Uvedené zistenia aplikovať aktuálnym vyhodnotením dôsledkov súčasnej migrácie do vybranej krajiny EÚ a jej dosahov na konkrétne zmeny marketingových stratégií firiem. Na základe zistení predikovať ďalší možný vývoj riešenej problematiky. Práca je rozdelená do troch kapitol. Obsahuje 4 grafy, 7 tabuliek. Prvá kapitola je venovaná teoretickým východiskám medzinárodnej migrácie, migračným teóriám, typológii migrácie, analýze piatich konkurenčných síl a teórii medzinárodných marketingových stratégií. V ďalšej časti sa charakterizuje hlavný cieľ práce a z neho vyplývajúce parciálne ciele. Druhá kapitola sa taktiež venuje nami využitým metodickým postupom získavania informácií a písania práce. Záverečná, tretia kapitola je praktická. Zaoberá sa medzinárodnou migráciou vo Veľkej Británii a dosahmi tejto migrácie na zmeny marketingových stratégií firiem pôsobiacich na britskom trhu. Výsledkom riešenia danej problematiky je predikcia možných dosahov zmeny migračnej politiky Veľkej Británie na marketingové stratégie firiem pôsobiacich na britskom trhu v nasledujúcom období.

Kľúčové slová:

Migrácia, migračné faktory, migračná politika, medzinárodné marketingové stratégie, Veľká Británia

ABSTRACT

GÁLISOVÁ, Zuzana: *Impact of migration on changes in company marketing strategies*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of commerce; Department of International Trade. – Thesis supervisor: doc. Ing. Oľíia Zorkóciová, PhD. – Bratislava: OF EU, 2018, 68 s.

The goal of this habilitation thesis is to map and analyze the hypothesis and main influencing opinions which define migration phenomena and its possible impact on organizational marketing strategy changes of companies. The findings will also be applied to the current assessment of ramifications of the migration program of a selected European Union country and its implications to marketing strategy changes requirements. Forecast of the expected development and outcomes of the current situation will be based on the results of this analysis. The thesis consists of 3 chapters and contains 4 charts, 7 tables. First chapter provides details on impact of the international migration, understanding the migration theory, migration typology, analysis on 5 competing strengths and theory of international marketing strategies. The main goal of this thesis as well as subsequent partial goals are discussed in detail in the next chapter. Second chapter also includes methodology and assumptions, insight on data collection techniques used in relevant analyses, approach to drawing conclusions and building summary and recommendations. Third and final chapter is practical application. It outlines current international migration process in United Kingdom and its impacts on the marketing strategy changes required in organizations within local market. As an outcome and solution to the presented context, it predicts potential effect of changes required within Great Britain's migration policy and its consequences to marketing strategies for organizations operating in the UK market.

Key words:

Migration, migration factors, migration policy, international marketing strategies, United Kingdom

Obsah

Zoznam grafov a tabuliek	7
Úvod.....	8
1 Marketingové stratégie v podmienkach nárastu medzinárodnej migrácie (súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí).....	10
1.1 Teoretické východiská medzinárodnej migrácie.....	10
1.1.1 Migračné teórie.....	12
1.1.2 Typológia migrácie.....	15
1.1.3 „Push“ a „pull“ faktory migrácie.....	18
1.2 Medzinárodné marketingové stratégie	21
1.2.1 Analýza piatich konkurenčných síl podľa Portera	25
1.2.2 Generické stratégie podľa Portera	28
2 Cieľ práce a metodika práce	32
2.1 Cieľ práce	32
2.2 Metodika práce a metódy skúmania.....	32
3 Medzinárodná migrácia vo vzťahu k vybranej krajine a jej dosahy na marketingové stratégie firiem (výsledky práce a diskusia)	34
3.1 Veľká Británia ako jedna z najvyhľadávanejších destinácií migrantov.....	37
3.1.1 Migračná politika Veľkej Británie	40
3.1.2 Faktory motivujúce k emigrácii do Veľkej Británie	44
3.1.3 Typológia imigrantov vo Veľkej Británii.....	47
3.2 Dosahy emigrácie na zmeny marketingových stratégií firiem vo Veľkej Británii.....	54
3.2.1 Zmeny v stratégii nákladového vodcovstva	55
3.2.2 Zmeny v stratégii diferenciácie	56
3.2.3 Zmeny v stratégii zamerania	57
3.2.4 Predikcia možných dosahov zmeny migračnej politiky Veľkej Británie na marketingové stratégie firiem v nasledujúcom období.....	58
Záver	60
Zoznam použitej literatúry	62

Zoznam grafov a tabuliek

Graf 1 Analýza piatich konkurenčných síl podľa Portera.....	28
Graf 2 Krajiny hostujúce najväčší počet migrantov (v miliónoch).....	36
Graf 3 Dlhodobý vývoj medzinárodnej migrácie vo Veľkej Británii v rokoch 2007-2017 (v tisícoch).....	38
Graf 4 Vývoj počtu imigrantov vo VB podľa dôvodu ich emigrácie z krajín pôvodu v rokoch 2000-2016 (v tisícoch).....	48
Graf 5 Pracovná imigrácia do VB za roky 2008 - 2017 (v tisícoch migrantov).....	49
Tabuľka 1 Push a Pull faktory migrácie.....	20
Tabuľka 2 Generické stratégie podľa Portera	31
Tabuľka 1 Čistá migrácia vo Veľkej Británii podľa občianstva v roku 2017.....	39
Tabuľka 2 Top 10 krajín pôvodu imigrantov vo Veľkej Británii za rok 2016.....	39
Tabuľka 3 Imigračné "acquis EÚ", na schválení ktorého sa Veľká Británia nepodieľala...41	
Tabuľka 4 Prehľad faktorov motivujúcich k imigrácii do Veľkej Británie.....	47
Tabuľka 7 Top 5 krajín v registrácii na číslo sociálneho poistenia za rok 2017.....	50
Tabuľka 8 Zahraniční študenti študujúci vo Veľkej Británii (konkrétny počet).....	51

Úvod

„Migrácia je rovnako prirodzená ako dýchanie, ako jedenie ako spanie. Je súčasťou života, súčasťou prírody. Musíme nájsť spôsob, ako vytvoriť správny druh scenára pre existenciu migrácie. A keď hovorím „my“, myslím celý svet.“

(Gael Garcia Bernal)

Dnešný svet by sme mohli charakterizovať ako obrovský globálny trh, tvorený množstvom rôznych malých firiem pôsobiacich v jednej krajine, nadnárodných spoločností či transnacionálnych korporácií s celosvetovým pôsobením, ktoré medzi sebou obchodujú, kooperujú, súperia a dopĺňajú sa. Tieto skutočnosti sú jednou z hybných síl internacionalizácie medzinárodnej výroby, liberalizácie medzinárodného obchodu a v konečnom dôsledku i globalizácie. Súčasťou globalizácie je odstraňovanie prekážok obchodu ale aj pohybu pracovných síl, ktorý je dôležitým determinantom podnecovania medzinárodnej migrácie. Migrácia je preto prirodzenou, neoddeliteľnou súčasťou globalizovania spoločnosti a nikdy to nie je jednosmerný proces. Je to kolosálny proces, ktorý sa deje tisícky rokov vo všetkých smeroch. Ľudstvo migruje od nepamäti a hlavnou príčinou toho je lepšie uspokojenie svojich ekonomických, sociálnych a iných potrieb. Súčasná mobilita ľudí je vyššia ako kedykoľvek predtým v novodobej histórii. Za posledných pätnásť rokov sa objem migrantov zdvojnásobil, čím sa migrácia stáva jednou z hlavných problematík, ktorej treba venovať náležitú pozornosť. Dôsledkom migrácie je miešanie národov a kultúr, čo vo veľkej miere ovplyvňuje aj ekonomickú sféru. Základom úspechu každej firmy je vhodne zvolená marketingová stratégia. Predstavuje stratégiu firmy, ktorá kombinuje všetky svoje marketingové ciele do jedného komplexného plánu. Dobrá marketingová stratégia by mala čerpať z prieskumu trhu a zamerať sa na vytvorenie správneho produktového mixu s cieľom dosiahnuť maximálny zisk a udržateľné podnikanie. Pri výbere správnej marketingovej stratégie považujeme za kľúčové zohľadniť všetky aspekty trhu, na ktorom daná firma pôsobí. Máme za to, že v kontexte súčasného svetového diania je migrácia jedným z kľúčových determinantov pre správny výber marketingovej stratégie, preto sme považovali za potrebné preskúmať jej vplyv a dosahy na tieto stratégie.

Hlavným cieľom diplomovej práce je zmapovať a analyzovať teoretické názorové prúdy charakterizujúce fenomén migrácie a jeho možné dosahy na zmeny marketingových

stratégií firiem. Uvedené zistenia aplikovať aktuálnym vyhodnotením dôsledkov súčasnej migrácie do vybranej krajiny EÚ a jej dosahov na konkrétne zmeny marketingových stratégií firiem. Na základe zistení predikovať ďalší možný vývoj riešenej problematiky.

Vzhľadom na obšírnosť celej problematiky migrácie, nedostatku odborných zdrojov a informácií, rozhodli sme sa zamerať sa v našej práci iba na problematiku legálnej migrácie.

V prvej kapitole charakterizujeme medzinárodnú migráciu, rôzne migračné teórie, typológiu migrácie a faktory, ktoré ju ovplyvňujú. Venujeme sa analýze piatich konkurenčných síl podľa M. E. Portera, na ktorej základe boli definované generické stratégie. Tieto stratégie považujeme za základné medzinárodné marketingové stratégie, uplatňujúce sa na všetkých trhoch a na všetkých produktoch.

Druhá kapitola je zameraná na vymedzenie hlavného cieľa a z neho vychádzajúce parciálne ciele a zároveň je tu uvádzaná metodika práce a metódy skúmania použité pri písaní tejto práce.

V tretej kapitole sa venujeme problematike medzinárodnej legálnej migrácie vo Veľkej Británii, faktorom motivujúcim ľudí k imigrácii do tejto krajiny, analyzujeme typológiu migrantov a definujeme britskú migračnú politiku. V ďalšej časti kapitoly sa na základe zistených informácií snažíme determinovať dosahy legálnej imigrácie na zmeny jednotlivých marketingových stratégií. V poslednej časti sme sa zamerali na nedávne zmeny v migračnej politike Veľkej Británie a snažíme sa predikovať dosahy týchto zmien na marketingové stratégie firiem pôsobiacich na britskom trhu v nasledujúcom období.

1 Marketingové stratégie v podmienkach nárastu medzinárodnej migrácie (súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí)

Migrácia je fenomén, ktorý sa v našej spoločnosti vyskytuje od nepamäti. Už od začiatku ľudskej existencie sa ľudia premiestňovali – putovali – migrovali z miesta na miesto. Spočiatku to bola migrácia za lepšími životnými podmienkami. Ľudia migrovali na miesta, kde boli lepšie prírodné podmienky, vládnejšie podnebie, dostatok vody, slnka, potravy a tak ďalej. Postupom času a s rastúcou vyspelosťou obyvateľstva sa objavovali aj ďalšie dôvody na migráciu. Patrí medzi ne prírodné katastrofy, vojny, choroby, hladomor a iné. V súčasnosti je migrácia spájaná najmä s rozvojom a pokrokom. Je súčasťou kolonializmu, ktorý bol spúšťačom osídľovania nových území, získavania nerastného bohatstva a tým aj zväčšovania bohatstva celého ľudstva. Bez migrácie by nedošlo k urbanizácii, rozvoju miest, remesiel, manufaktúr, ľudskej kooperácie a obchodu. Rozvoj obchodu v mestách sa postupne zväčšoval na obchod v rámci celých štátov a viedol k postupnej internacionalizácii a následne až ku globalizácii, ktorá je ďalším fenoménom dnešného sveta.

1.1 Teoretické východiská medzinárodnej migrácie

Migrácia sa považuje za jednu z fundamentálnych civilizačných výziev 21. storočia. Je charakteristickým prejavom globalizácie a signifikantným ukazovateľom globálnych zmien. Je to tak aj vďaka jej sociálnym, ekonomickým, kultúrnym, politickým, populačným, environmentálnym, bezpečnostným a iným dopadom. Vo všeobecnosti je migrácia považovaná za prirodzený, zväčša pozitívny a užitočný fenomén.¹ Z makroekonomického hľadiska má migrácia mnoho pozitívnych stránok. Prináša vyšší počet produktívnych pracovníkov, nové zručnosti osvojené hlavne mladou generáciou, viac daňových poplatníkov a prispievateľov do sociálnych fondov. To všetko veľmi pozitívne ovplyvňuje ekonomickú efektivitu krajín. Ak je medzinárodná migrácia vhodne riadená, môže prispieť k prosperite a rastu tak krajín pôvodu migrantov, ako aj cieľových krajín a môže sa stať

¹ DIVINSKY, B. *Zahraničná migrácia v Slovenskej republike, Vývojové trendy od roku 2000* [elektronický zdroj]. Bratislava, 2007. s. 4 [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iz.sk/download-files/sk/iom/sfpa-boris-divinsky-Zahranicna-migracia-v-Slovenskej-republike.pdf>

prínosom pre domácich obyvateľov aj migrantov.² Migráciu môžeme považovať aj za akýsi vyrovnávací mechanizmus pri nerovnomernom rozložení obyvateľstva, pracovných príležitostí a kapitálu. Konečným výsledkom je optimálna alokácia svetových zdrojov.³ Na druhej strane sa migrácia stala zdrojom obáv a podvedomého strachu. Migranti sa obávajú opustiť svoje domovy a majú strach z neistej budúcnosti, z nezačlenenia do novej spoločnosti, strach z kultúrnych a náboženských rozdielov, jazykovej bariéry a iné. Podobné obavy majú aj obyvatelia cieľových krajín a pridávajú sa k nim aj strach z nadmerného prílivu lacnej pracovnej sily, zo zahltenia pracovného trhu, z ekonomického zvyhodňovania migrantov a mnoho ďalších. Ako môžeme vidieť, každá strana má rozdielny pohľad na danú problematiku, preto je veľmi dôležité zaoberať sa migráciou z globálneho hľadiska a hľadať konštruktívne a neutrálné riešenia, ktoré nezvyhodňujú ani jednu zo zainteresovaných strán.

Čo vlastne znamená pojem migrácia? A ako ho definujeme? Migráciu môžeme interpretovať a analyzovať z viacerých uhlov pohľadu. Pojem migrácia zatiaľ nie je zadefinovaný žiadnou medzinárodnou zmluvou. Najčastejšie používaná je definícia migrácie, tak ako ju definuje Medzinárodná organizácia pre migráciu (International Organization for Migration, ďalej len IOM). IOM je medzinárodná medzivládna organizácia, ktorá sa zaoberá problematikou migrácie na globálnej úrovni. Bola založená v roku 1951 a v roku 2016 sa stala súčasťou Organizácie spojených národov (ďalej len OSN).⁴ Podľa IOM je migrácia proces, kedy jednotlivci i celé skupiny ľudí z rôznych dôvodov opúšťajú svoje domovy.⁵ Lyďák J. pod pojmom migrácia rozumie: pohyb osoby, alebo skupiny osôb z jednej geografickej jednotky do druhej cez administratívnu či politickú hranicu s cieľom usadiť sa definitívne, alebo prechodne na mieste inom, ako je miesto pôvodu osoby.⁶ Oxfordský výkladový slovník definuje migráciu ako: pohyb z miesta na miesto alebo presun ľudí do novej oblasti s cieľom nájsť si prácu alebo lepšie životné

² IOM. *Migrácia vo svete* [online]. Medzinárodná organizácia pre migráciu. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iom.sk/sk/migracia/migracia-vo-svete>

³ DIVINSKY, B. *Zahraničná migrácia v Slovenskej republike, Vývojové trendy od roku 2000* [elektronický zdroj]. Bratislava, 2007. s. 8 [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iz.sk/download-files/sk/iom/sfpa-boris-divinsky-Zahrancna-migracia-v-Slovenskej-republike.pdf>

⁴ IOM. *Predstavenie Medzinárodnej organizácie pre migráciu (IOM)* [online]. Medzinárodná organizácia pre migráciu. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <https://www.iom.sk/sk/iom/o-iom.html>

⁵ IOM. *Migrácia vo svete* [online]. Medzinárodná organizácia pre migráciu. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iom.sk/sk/migracia/migracia-vo-svete>

⁶ LIĐÁK, Ján. Medzinárodná migrácia v Európe v jej historickom kontexte. In: *Almanach : Aktuálne otázky svetovej ekonomiky a politiky*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2008, roč. 3, č. 2, s.18. ISSN 1337-0715.

podmienky.⁷ Migráciu v globálnom ponímaní môžeme ešte bližšie špecifikovať a rozdeľovať na emigráciu a imigráciu. IOM bližšie špecifikuje oba tieto pojmy. Emigráciu (vystáhovalectvo) definuje IOM ako: akt odchodu alebo vystúpenia z jedného štátu, s cieľom usadiť sa v inom štáte. A imigráciu (pristáhovalectvo) definuje ako: proces, prostredníctvom ktorého sa cudzinec presťahuje do krajiny s účelom usadiť sa v nej.⁸

S migráciou je úzko spätý aj pojem migrant. Slovo migrant je veľmi všeobecné. Podľa IOM je migrantom: akákoľvek osoba, ktorá prechádza alebo prešla cez medzinárodnú štátnu hranicu alebo v rámci štátu mimo svojho obvyklého miesta pobytu. Bez ohľadu na právny štatút osoby, či je pohyb dobrovoľný alebo nedobrovoľný, aké sú príčiny pohybu alebo dĺžka pohybu.⁹

1.1.1 Migračné teórie

Od začiatku skúmania sa vedci snažili poskytnúť všeobecné vysvetlenie fenoménu migrácia viac či menej zameriavajúc sa na jej špecifické prejavy. Ekonómia, sociológia a geografia boli najbližšie vedné disciplíny, ktoré slúžili na skúmanie tohto fenoménu, neboli však jediné. Konečným výsledkom boli modely, analytické rámce, koncepčné prístupy, empirické generalizácie, jednoduché poznatky, ale len zriedka úplné teórie. Mnoho z týchto zistení, ktoré boli pôvodne koncipované na vysvetlenie migrácie sa používalo aj na vysvetľovanie iných aspektov ľudského správania. Pomerne krátka história migračnej problematiky má podobu oddelených, všeobecne neprepojených teórií, modelov alebo rámcov.¹⁰ Podľa Štefančíka R.: „*odlišnosť časových období a socioekonomických podmienok, v rámci ktorých teoretické koncepty vznikajú má zásadný vplyv na ich neskoršiu relevantnosť a význam, čo dáva priestor na vznik nových teórií prispôbených a vzťahujúcich sa na novovzniknuté podmienky*“¹¹ Väčšina teórií sa zameriava na vysvetľovanie jedného alebo viacerých aspektov migrácie, prípadne skúma každý problém

⁷ English Oxford Living Dictionary. *Migrácia* [online]. 2018 [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/migration>

⁸ IOM. *Migrácia vo svete* [online]. Medzinárodná organizácia pre migráciu. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iom.sk/sk/migracia/migracia-vo-svete>

⁹ IOM. *Key Migration Terms* [online]. International Organization for Migration. 2018 [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://www.iom.int/key-migration-terms>

¹⁰ ARANGO, Joaquín. *Explaining migration: Critical view* [online]. Wiley Online Library, 2002. [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2451.00259/abstract>

¹¹ Štefančík, Radoslav. Ekonomické a sociálne príčiny medzinárodnej migrácie v teoretickej reflexii. In: *Slovenská politologická revue*. 2010, roč. X, číslo 4, s. 55. ISSN 1335-9096.

osobitne. Žiadna z teórií neskúma migráciu komplexne. Je veľmi náročné obsiahnuť všetky teórie zaoberajúce sa migráciou, preto si predstavíme len niektoré z nich.

a) Neoklasická teória: z makroekonomickej úrovne¹²

Pravdepodobne najstaršia a najznámejšia teória medzinárodnej migrácie bola pôvodne sformulovaná na vysvetlenie pracovnej migrácie v procese ekonomiky. Podľa tejto teórie je medzinárodná migrácia spôsobená geografickými rozdielmi v dopyte a ponuke po pracovnej sile. Pracovníci z krajín s nízkou mzdou migrujú do krajín s vyššou pracovnou mzdou aby uspokojili svoje potreby. V dôsledku tohto pohybu v chudobných krajinách ponuka pracovných síl klesá a mzdy rastú zatiaľ čo v bohatých krajinách ponuka pracovných síl rastie a mzdy klesajú. Táto migračná teória je založená na niekoľkých tvrdeniach a predpokladoch.

- medzinárodná migrácia je spôsobená rozdielnou mzdou v krajinách.
- odstránenie mzdových rozdielov ukončí pracovnú migráciu a pri absencii týchto rozdielov k migrácii nebude dochádzať
- trhy práce sú primárnymi mechanizmami, ktoré ovplyvňujú medzinárodný tok pracovných síl. Iné druhy trhov nemajú významné účinky na migráciu
- Vo vysielajúcich a prijímajúcich krajinách má vláda možnosť vplývať na migračné toky prostredníctvom regulácie trhu práce

b) Neoklasická teória: z mikroekonomickej úrovne¹³

V rámci tejto teórie sa individualisti rozhodnú migrovať na základe výnosov a nákladov migrácie. Vyčísľujú si čistý kladný peňažný výnos. Migráciu považujú za formu investície do vlastného ľudského kapitálu. Takýto ľudia sa rozhodnú migrovať tam, kde môžu byť najproduktívnejší v rámci svojich zručností, kde môžu dosiahnuť najvyššiu mzdu, ktorá zodpovedá produktivite ich práce. S tým sú spojené prvotné investície, ktoré zahŕňajú náklady na cestovanie, na hľadanie práce, úsilie vynaložené na učenie sa nového jazyka, prispôbenie sa kultúre, adaptáciu atď. Tieto investície sa odčítajú od očakávanej mzdy, čo

¹² DOUGLAS, S. *Theories of international migration: A review and appraisal*. [elektronický zdroj]. Population council, 2011. s. 9 [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.667.4527&rep=rep1&type=pdf>

¹³ DOUGLAS, S. *Theories of international migration: A review and appraisal*. [elektronický zdroj]. Population council, 2011. s. 12 [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.667.4527&rep=rep1&type=pdf>

predstavuje čistý peňažný výnos takejto migrácie. Táto migračná teória bude fungovať za predpokladu, že:

- individuálne charakteristiky ľudského kapitálu zvyšujú očakávanú mieru odmeny alebo pravdepodobnosť dobrého zamestnania v cieľovej krajine.
- sociálne podmienky, technológie, individuálne vlastnosti, ktoré znižujú náklady na migráciu, zároveň zvyšujú čisté výnosy z migrácie a tým zvyšujú pravdepodobnosť migrácie
- ak sú podmienky v cieľovej krajine psychologicky atraktívne pre migrantov, náklady na migráciu môžu byť negatívne. V tomto prípade sa stáva krajina veľmi atraktívnou a je potrebné migráciu regulovať

c) Nová ekonomická teória pracovnej migrácie¹⁴

Táto teória posudzuje okrem pracovného trhu aj iné charakteristiky trhu a podmienky na nich, napr. kapitálový trh, trh s poistením atď., ktoré môžu mať vplyv na rozhodovanie o migrácii. Na migráciu pozerá ako na stratégiu domácností minimalizovať risk príjmov rodiny alebo prekonať kapitálové zábrany rodinných produkčných aktív.¹⁵ V tomto prípade je rozhodovanie o migrácii založené na celej rodine, nie len na jednotlivcovi. Nová ekonomická teória predpokladá, že:

- jednotlivec je súčasťou rodiny – domácnosti a nehladá iba na maximalizáciu príjmu, ale migračná stratégia je pre neho nástrojom na manažovanie zisku domácnosti
- rozdiely v mzdách nie sú nevyhnutnou podmienkou migrácie
- medzinárodná migrácia sa nemusí zastaviť po odstránení mzdových rozdielov medzi štátmi
- vláda môže ovplyvniť mieru migrácie nie len prostredníctvom regulácie pracovného trhu, ale aj poistného trhu a kapitálového trhu. Poistenie v nezamestnanosti môže výrazne ovplyvniť stimuly pre migráciu.

d) Teória duálneho pracovného trhu a Teória migračných systémov¹⁶

¹⁴ DOUGLAS, S. *Theories of international migration: A review and appraisal*. [elektronický zdroj]. Population council, 2011. s. 20 [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.667.4527&rep=rep1&type=pdf>

¹⁵ GALANSKA, Nina. *Teoretické koncepty migrácie* [online]. Multikulty.sk, 2016. [cit. 2018-03-09]. Dostupné na: <https://www.multikulti.sk/clanky/teoreticke-koncepty-migracie>

¹⁶ GALANSKA, Nina. *Teoretické koncepty migrácie* [online]. Multikulty.sk, 2016. [cit. 2018-03-09]. Dostupné na: <https://www.multikulti.sk/clanky/teoreticke-koncepty-migracie>

Teória duálneho pracovného trhu vychádza z predpokladu, že ekonomika je rozdelená na primárny a sekundárny pracovný trh. Teória svetového systému rozdeľuje krajiny na krajiny patriace do jadra a krajiny v periférii. Pripúšťa sa aj existencia semiperiférie. Obe tieto teórie považujú za príčinu migrácie existenciu vyspelých a rozvojových krajín, ktoré disponujú odlišnou vybavenosťou výrobnými faktormi. Najdôležitejší determinant migrácie pracovnej sily je dopyt vyspelých krajín po vzdelanej a kvalifikovanej pracovnej sile, ktorá je však lacnejšia v porovnaní s domácou.

e) Teória sietí¹⁷

Migračné siete sú súbory medziľudských vzťahov, ktoré spájajú migrantov, bývalých migrantov a nemigrantov v pôvodných a cieľových krajinách, prostredníctvom príbuzenských väzieb, priateľstiev, spoločnej komunity, pôvodu... Práve tieto migračné siete tvoria základ tejto teórie. Zvyšujú pravdepodobnosť migrácie, pretože znižujú náklady a riziká cezhraničného pohybu a zvyšujú čisté očakávané výnosy z migrácie. Sieťové prepojenia predstavujú formu sociálneho kapitálu, z ktorého môžu migranti čerpať napríklad pri hľadaní zamestnania v zahraničí. Čím väčší je počet migrantov, tým sú migračné siete rozšírenejšie, tým viac sa rozširuje migrácia, čo opäť podporuje rozširovanie sietí atď. Je to uzatvorený nikdy nekončiaci kolobeh.

Doposiaľ sme zaznamenali viacero pokusov a vytvorenie akejsi všeobecnej teórie migrácie. Žiaden z nich však nebol úspešný. V skutočnosti zatiaľ neexistuje všeobecná teória migrácie. Ak by aj existovala je veľmi pravdepodobné, že by v sebe nezahŕňala všetky praktické aspekty spojené s migráciou. Migrácia je totiž príliš rôznorodá a mnohostranná, aby mohla byť vysvetlená len jednou teóriou. Tento globálny fenomén sa mení každý deň v závislosti od zmeny determinantov, ktoré ho ovplyvňujú.¹⁸

1.1.2 Typológia migrácie

Ako sme už vyššie uviedli, migrácia je globálny fenomén, ktorý je veľmi premenlivý a determinovaný rôznymi ukazovateľmi a ovplyvňovaný množstvom sociálnych,

¹⁷ ARANGO, Joaquín. *Explaining migration: Critical view* [online]. Wiley Online Library, 2002. [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2451.00259/abstract>

¹⁸ ARANGO, Joaquín. *Explaining migration: Critical view* [online]. Wiley Online Library, 2002. [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2451.00259/abstract>

ekonomických, kultúrnych, politických, populačných, environmentálnych, bezpečnostných a iných ukazovateľov. S prihliadnutím na tieto ukazovatele rozdeľujeme migráciu na viacero typov.

Ak sa pozeráme na migráciu **z geografického hľadiska** pohybu migrantov, môžeme ju definovať ako:¹⁹

1. Vnútornú: migranti sa presúvajú v rámci hraníc daného štátu a neopúšťajú pri tom svoju domovskú krajinu
2. Vonkajšiu: predstavuje migráciu, pri ktorej sa migranti presúvajú za hranice svojej domovskej krajiny

Z časového hľadiska pobytu migranta na novom mieste rozlišujeme:²⁰

1. Krátkodobú migráciou: dĺžka pobytu migranta v zahraničí je v rozmedzí 3 až 12 mesiacov
2. Dlhodobú migráciou: migrácia trvajúca dlhšie ako 12 mesiacov
3. Permanentnú migráciu - emigráciu: migrácia s cieľom trvalo sa usadiť v cieľovej krajine

Z hľadiska faktorov rozhodovania sa pre migráciu, delíme migráciu na:²¹

1. Dobrovoľnú: migrácia, pre ktorú sa človek rozhodne bez toho, aby ho k nej prinútili nejaké vonkajšie faktory. Dobrovoľná migrácia je regulovaná jednotlivými migračnými politikami štátov. Ak sa jednotlivec rozhodne migrovať, musí spĺňať potrebné podmienky, aby sa mohol usídlieť v hostiteľskej krajine. Migračné podmienky sa môžu veľmi líšiť. Môžu byť nastavené veľmi ústretovo, ako je to v prípade migrácie občanov Európskej únie (ďalej len EÚ) v rámci EÚ alebo sú nastavené veľmi striktné. Príkladom sú migračné podmienky EÚ pre občanov z tretích krajín mimo EÚ.
2. Nedobrovoľnú - nútenú: migrant je vonkajšími faktormi prinútený k migrácii proti svojej slobodnej vôli.

¹⁹ KADLEČÍKOVÁ, Jana. *Rozumne o migrácii. Manuál pre organizátorov verejných podujatí*. [online]. Slovenská debata asociácia, 2016, s. 7. [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: http://cvek.sk/wp-content/uploads/2016/02/Manuál_Rozumne-o-migracii_finalna-verzia.pdf

²⁰ DIVINSKY, Boris. *Zahraničná migrácia v Slovenskej republike, Vývojové trendy od roku 2000* [elektronický zdroj]. Bratislava, 2007, s. 9. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iz.sk/download-files/sk/iom/sfpa-boris-divinsky-Zahranicna-migracia-v-Slovenskej-republike.pdf>

²¹ ŠTEVULOVÁ, Zuzana. *Utečenci a migrácia: dojmy a pojmy*. [online]. Euractiv, 2017. [cit. 2018-03-10] Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/spravodlivost-a-vnutro/opinion/utecenci-migracia-dojmy-pojmy/>

V súvislosti s týmto delením migrácie poznáme tzv. „push“ a „pull“ faktory migrácie. Vo veľkej miere ovplyvňujú rozhodovanie sa o migrácii a to tak, že „push“ faktory nútia človeka migrovať a „pull“ faktory lákajú, tlačia človeka k migrácii. Podrobnejšie sa im budeme venovať v ďalšej časti tejto práce.

Ďalšie delenie migrácie môže byť **z hľadiska toho, či sa migrácia uskutočňuje z pohľadu konkrétneho štátu zákonným alebo protizákonným spôsobom**. Podľa toho rozlišujeme migráciu na:²²

1. Legálnu: je za ňu považovaná migrácia, pri ktorej sú dodržané všetky pravidlá, ktoré konkrétny štát nastavil pre odchod z krajiny, tranzit, príchod a usadenie sa cudzincov v danom štáte.
2. Neregulárnu: je to migrácia je to migrácia charakteristická protizákonnosťou v dôsledku vážneho porušovania migračných pravidiel. Podľa IOM: *„Neregulárna migrácia predstavuje migračné toky, ktoré obchádzajú regulačné normy materskej, tranzitnej a zdrojovej krajiny. Z hľadiska cieľových krajín, kam smerujú neregulárne migračné toky môžeme hovoriť o vstupe, pobyte alebo práci bez potrebného povolenia alebo dokumentov požadovaných imigračnými predpismi. V prípade zdrojovej krajiny je možné vidieť protiprávnosť, ak migranti prekračujú medzinárodné hranice bez platného cestovného pasu alebo nespĺňajú administratívne požiadavky pre opustenie krajiny.“*²³

Pojem „neregulárna migrácia“ je náhradou za donedávna používaný pojem „nelegálna migrácia“. Výraz nelegálna migrácia sa považuje vo všeobecnosti za diskriminačný a ponižujúci v súvislosti s dodržiavaním základných ľudských práv. Prívlastky ako nelegálny, neoprávnený, neregulárny... sú najčastejšie spájané s pojmom migrant. V roku 1975 označila OSN pojem „nelegálny migrant“ za nevhodný, pretože človek ako subjekt medzinárodného práva nemôže byť nelegálny. V roku 2009 sa k tomuto názoru pridal aj Európsky parlament. Migrácia môže byť považovaná za neregulárnu z viacerých dôvodov. Prvým dôvodom je vstup do krajiny na základne použitia falošných dokumentov alebo tajný vstup. V druhom prípade, prekročením platnosti na pobyt migranta

²² ŠTEVULOVÁ, Zuzana. *Utečenci a migrácia: dojmy a pojmy*. [online]. Euractiv, 2017. [cit. 2018-03-10] Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/spravodlivost-a-vnutro/opinion/utecenci-migracia-dojmy-pojmy/>

²³ ĎURANOVÁ, Lucia. Neregulárna migrácia z tretích krajín do členských štátov EÚ. In: *MERKÚR 2015 : The proceedings of the international scientific conference for PhD. students and young scientists*. Virt : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, s. 60-61.

sa stáva neregulárnym migrantom. Ďalším dôvodom je zneužívanie azylového systému migrantami.²⁴

1.1.3 „Push“ a „pull“ faktory migrácie

Z vedeckého pohľadu sa venoval princípom pohybu ľudí medzi agrárnym a urbánnym prostredím nemecko-anglický geograf a kartograf Ernst Georg Ravenstein. V roku 1885 vydal článok s názvom „Laws of Migration“²⁵, v ktorom na základe štatistík a údajov o migrácii pochádzajúcich z vtedajšej Veľkej Británie skoncipoval „zákony migrácie“. K nim patria:²⁶

1. Väčšina migrantov migruje na krátke vzdialenosti.
2. Migrácia sa prejavuje v určitých stupňoch. Určuje ju tzv. proces absorpcie. Prvá vlna migrantov zaplní medzery v rýchlorašúcim meste. Voľné oblasti, ktoré za sebou zanechali migranti prvej vlny sú zaplnené migrantami zo vzdialenejších oblastí, voľné oblasti po migrantoch druhej vlny zaplnia migranti tretej vlny a tak ďalej. Tento proces sa opakuje, kým je migrácia na toto miesto atraktívna, to znamená kým „pull“ faktor nezmizne.
3. Existuje proces disperzie, ktorý je opakom procesu absorpcie migrantov.
4. Každý migračný tok vytvára kompenzačný protiprúd.
5. Obyvatelia miest migrujú menej ako vidiecki obyvatelia.
6. Ženy migrujú viac ako muži. Muži viac migrujú na dlhšie vzdialenosti.
7. Hospodárske faktory sú hlavnou príčinou migrácie.

Ravensteinove zákony migrácie boli základom pre vytvorenie teórie „push“ a „pull“ faktorov migrácie. Táto teória sa zameriava hlavne na dôvody a motiváciu ľudí k migrácii. Migrácia nie je nikdy ovplyvnená len pozitívnymi alebo negatívnymi činiteľmi ale vždy ich kombináciou. Pozitívne činitele lákajú jednotlivcov k migrácii za vidinou lepších životných podmienok, negatívne činitele zas nútia jednotlivcov k tomu, aby opustili svoje rodisko.

²⁴ ĎURANOVÁ, Lucia. Neregulárna migrácia z tretích krajín do členských štátov EÚ. In: *MERKÚR 2015 : The proceedings of the international scientific conference for PhD. students and young scientists*. Vrt : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, s. 60.

²⁵ RAVENSTEIN, E. G.. On the Laws of Migration. In: *Journal of the Statistical Society of London*. Londýn : 1885, roč 48, č. 2, s. 167.

²⁶ *Ravenstein's Laws of Migration*. [elektronický zdroj]. Harper College. [cit. 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www2.harpercollege.edu/mhealy/migrat/xp/mgraven.htm>

„Pull“ faktory migrácie sú pozitívne faktory, príznačné pre krajinu určenia. Pritahujú jednotlivca alebo skupinu a lákajú ho aby opustil svoju domovinu. Väčšinou sú tieto faktory spojené s dobrovoľnou migráciou, kedy sa človek na základe atraktivity iného štátu či vidiny lepších pracovných príležitostí sám rozhodne, že chce migrovať a nie je k tomu prinútený žiadnymi vonkajšími faktormi.

„Push“ faktory migrácie sú negatívne faktory. Ktoré identifikujeme v domácej – zdrojovej krajine. Nútia obyvateľov migrovať, pretože jednotlivец podlieha určitým rizikám ak v nej zostane a sú charakteristické pre nedobrovoľnú migráciu. Patria sem zlé prírodné podmienky alebo prírodné katastrofy, spoločenské konflikty – vojny, menšinová diskriminácia a pod. Nízka hospodárska aktivita v krajine a nedostatok pracovných príležitostí sú tiež silnými „push“ faktormi.

Dôvody, ktoré motivujú ľudí k migrácii môžeme rozdeliť do šiestich kategórií. Sú to ekonomické faktory, demografické faktory, sociálne a kultúrne faktory, politické faktory, ekologické faktory a rôzne²⁷. Pre lepšiu ilustráciu a pochopenie si ich znázorníme v nasledujúcej tabuľke.

²⁷ KYAING, Kyaing Thet. *Pull and Push Factors of Migration: A Case Study in the Urban Area of Monywa Township, Myanmar*. [elektronický zdroj]. World of statistic, 2014, s. 3. [cit. 2018-03-13]. Dostupné na: <http://www.worldofstatistics.org/files/2014/03/Pull-and-Push-Factors-of-Migration-Thet.pdf>

Tabuľka 5 Push a Pull faktory migrácie

FAKTORY	Pull	Push
Ekonomické	Viac pracovných príležitostí. Vyššia mzda. Lepšia dostupnosť zdrojov. Sociálne zabezpečenie.	Nezamestnanosť. Nízky príjem. Chudoba. Sociálna neistota.
Demografické	Nízke tempo rastu obyvateľstva. Rodina žijúca v zahraničí.	Vysoké tempo rastu obyvateľstva. Reunifikácia rodiny.
Sociálne a kultúrne	Lepšie komunikačné zariadenia. Lepšia dopravná infraštruktúra. Dostupnosť rádia, televízie, internetu.	Diskriminácia a prenasledovanie kvôli rase, farbe pleti, jazykovej príslušnosti, náboženskej príslušnosti, pohlaviu, sexuálnej orientácii...
Politické	Mier, pocit bezpečia a ochrana jednotlivca. Dodržiavanie ľudských práv a slobôd.	Spoločenské konflikty – vojna, násilie. Porušovanie ľudských práv a slobôd. Diskriminácie a prenasledovanie kvôli politickému presvedčeniu.
Ekologické	Priaznivé životné prostredie. Dostatok vody a potravín.	Prírodné katastrofy. Nedostatok pitnej vody a potravín. Zlé životné podmienky a prostredie.
Iné	Možnosť vzdelávať sa. Slobodný prístup k informáciám.	Nedostupnosť vzdelania. Cenzúra, dezinformovanosť...

Prameň: vlastné spracovanie podľa: KYAING, Kyaing Thet. *Pull and Push Factors of Migration: A Case Study in the Urban Area of Monywa Township, Myanmar*. [elektronický zdroj]. World of statistic, 2014, s. 4. [cit. 2018-03-13]. Dostupné na: <http://www.worldofstatistics.org/files/2014/03/Pull-and-Push-Factors-of-Migration-Thet.pdf>

1.2 Medzinárodné marketingové stratégie

V dnešnej dobe už svet dávno nemá podobu separatisticky oddelených štátov a ekonomík, kde sa každý štát sám a osobitne snaží zabezpečiť potreby svojich občanov a firmy sídliace na území daného štátu obchodujú a podnikajú len na tomto území. Štáty medzi sebou nie len v ekonomickej oblasti spolupracujú, vytvárajú sa rôzne medzinárodné organizácie podporujúce obchod, združenia voľného obchodu, odstraňujú sa bariéry vstupu na zahraničné trhy, vytvárajú sa zóny pre voľný pohyb tovarov, služieb, pracovných síl, investícií atď. Firmy sídliace v danej krajine rozširujú svoje pole pôsobnosti na viacero zahraničných trhov, niektoré dokonca pôsobia celosvetovo. Čoraz viac sa stretávame s presúvaním a odovzdávaním vnútropodnikových aktivít, ktoré priamo nesúvisia s hlavnou činnosťou podniku na externé subjekty – tzv. outsourcingom, ďalej s presúvaním výroby do zahraničia, na dcérsku firmu alebo externého výrobcu – tzv. offshoring. Jedným slovom svet sa globalizuje. Podľa Lesákovej L.: *„globalizácia je reakciou na presýtenosť domácich trhov, procesom hľadania nových odbytových trhov, hľadaním a využívaním lacnejších zdrojov, alokovaním kapitálu na miesta, kde prinesie najvyššie zhodnotenie.“*²⁸ Tendencie ku globalizácii sú v posledných rokoch umocnené opatreniami, ktoré znižujú význam národných celkov, eliminujú protekcionizmus a podporujú internacionalizmus. Rozvíjajú sa logistické a komunikačné siete, ktoré skracujú obchodné vzdialenosti a umožňujú okamžitú reakciu na obchodné podnety. Podľa organizácie pre ekonomickú spoluprácu a rozvoj (ďalej len OECD) je globalizácia procesom zvyšujúcim závislosť národných ekonomík a národných trhov, ktorý je vyvolaný vysokou dynamikou obchodu s tovarom, kapitálom, službami a rýchlosťou transferu technológií do všetkých oblastí života.²⁹ Hnacou silou globalizácie je aj deregulácia obmedzení v medzinárodnom podnikaní, liberalizácia a otváranie nových trhov a rýchly technický i technologický pokrok. Vo všeobecnosti, globalizácia je jedným z najvýznamnejších znakov súčasnej doby, zasahuje takmer do každej sféry spoločenského života – ekonomickej, politickej, kultúrnej, bezpečnostnej, sféry ochrany životného prostredia a iných. Musíme si uvedomiť, že globalizáciu a globalizačné procesy celkovo nemožno zastaviť. Je to logické pokračovanie vývoja svetového

²⁸ LESÁKOVÁ, Ľubica. *Vplyv globalizácie na malé a stredné podniky* [elektronický zdroj]. Ekonomický časopis, 2008, roč. 56, č.6, s. 3. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0920145306%2008%20Lesakova.pdf>

²⁹ ECONOMIC WORLD. *Globalizácia*. [elektronický zdroj]. Ekonomika, Svetová ekonomika, 2012. [cit. 2018-03.15]. Dostupné na: <http://economicworld.eu/ekonomika/globalizacia>

hospodárstva. Ak sa nejaký štát pokúsi vyhnúť sa globalizačným tendenciám v rámci jeho ekonomiky, dôjde k destabilizácii jeho ekonomického vývoja, zníženiu hospodárskej činnosti a prosperity a dokonca to môže viesť až k politickej izolácii.

Ako sme už spomínali, globalizácie so sebou prináša aj rozširovanie pôsobnosti jednotlivých firiem. Z firiem, pôsobiach najprv iba na trhu domáчих štátov, sa stávajú medzinárodné firmy. Postupne rozširujú aj svoju organizačnú štruktúru, zakladajú sa dcérske firmy, ktoré navzájom kooperujú až dochádza k vytváraniu transnacionálnych korporácií s celosvetovým pôsobením.

Každá firma, či už pôsobiaca iba v domácej krajine alebo medzinárodne sa riadi určitou marketingovou stratégiou, ktoré je signifikantná pre pôsobenie firmy na obchodnom trhu. Marketingová stratégia je stratégia firmy, ktorá kombinuje všetky svoje marketingové ciele do jedného komplexného plánu. Dobrá marketingové stratégia by mala čerpať z prieskumu trhu a zamerať sa na vytvorenie správneho produktového mixu s cieľom dosiahnuť maximálny zisk a udržateľné podnikanie.³⁰ Je to „celkový herný plán“ podnikania, pre oslovenie ľudí a ich premenu na zákazníkov daného produktu alebo služby, ktorý podnik poskytuje. Mala by obsahovať aj cenovú ponuku spoločnosti, marketingové správy, informácie o cieľovom odberateľovi a ďalšie prvky. Marketingová stratégia je základom marketingového plánu firmy. Je to dokument, ktorý stanovuje typy a načasovanie marketingových aktivít. Marketingová stratégia by mala byť vytvorená pre dlhodobější horizont ako akýkoľvek individuálny marketingový plán, pretože stratégia je miestom, kde by mali byť zahrnuté hodnoty firmy a kľúčové prvky značky spoločnosti. Tieto hodnoty a prvky by v ideálnom prípade mali byť nemenné počas celej doby existencie spoločnosti.³¹

Pre firmy, ktoré pôsobia medzinárodne je v prvom rade najdôležitejšie určiť si, ako sa budú celkovo pozerat' na trhy, na ktorých pôsobia. Či budú považovať viaceré trhy svojej pôsobnosti za jeden globálny trh, alebo si zvolia medzinárodnú marketingovú stratégiu.

Globálne marketingové stratégie sa zameriavajú na štandardizáciu a integráciu marketingových aktivít na viacerých geograficky rozptýlených trhoch. Vychádzajú z geocentrickej orientácie a považujú celý svet za jeden veľký globálny celosvetový trh. Zameriavajú sa na črty, ktoré sú spoločné a rovnaké pre všetky národné trhy a využívajú ich

³⁰ BUSINESS DICTIONARY. *Marketing strategy* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <http://www.businessdictionary.com/definition/marketing-strategy.html>

³¹ INVESTOPEDIA. *Marketing strategy*. [elektronický zdroj]. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-strategy.asp>

na vytvorenie spoločnej marketingovej stratégie. Výhodou týchto stratégií je nákladová efektívnosť. Budovanie globálnej značky je oveľa nákladovo efektívnejšie než prispôsobovanie sa každému trhu zvlášť. Môžeme rozvíjať rovnaký tovar a propagovať ho pomocou jedinečnej stratégie na viacerých trhoch, tým pádom nemusíme vytvárať reklamné kampane pre každú krajinu osobitne. Ďalej je to univerzálnosť. Budovanie konzistentného imidžu značky je v marketingu veľmi dôležité. Pri použití globálnej stratégie budujeme univerzálny imidž firmy na všetkých trhoch. Tento prístup funguje dobre v krajinách, ktoré majú podobné preferencie, zdroje a kultúrne hodnoty. Nevýhodou je nedostatok adaptácie, preto táto stratégia neumožňuje optimalizáciu marketingového úsilia v každej krajine. Podnikanie akceptuje tento nedostatok ako kompromis, pretože dosahujeme znižovanie nákladov. Voľba globálnej stratégie môže tiež obmedziť počet a typy krajín pôsobenia firmy. Jednotné budovanie značky však zabraňuje vstúpiť na ďalšie trhy, kde by táto značka nefungovala.³² Základnými znakmi globálnej stratégie sú: identické značky, jednotné balenie, štandardizované produkty, podrobné reklamné správy, koordinované stanovovanie cien, medzinárodné vyhotovenie produktu, produkty adaptované na globálne potreby a želania, synchronizované predstavenia produktu vo viacerých krajinách, koordinované predajné kampane, schopnosť konkurovať na domácom trhu je podmienená globálnou pozíciou firmy a iné.³³

Najsilnejším atribútom používania globálnych marketingových stratégií je štandardizácia. Tú možno definovať ako *„úroveň, v rámci ktorej firma uplatňuje rovnaké premenné marketingového mixu alebo marketingových procesov na jednotlivých trhoch. Pri presadzovaní štandardizovaného prístupu sú podmienky na trhoch vnímané ako podobné, preto podporujú uplatňovanie štandardizácie marketingových činností.“*³⁴ Výhody štandardizácie vidíme hlavne na strane nákladov. Dosahujeme ekonomické úspory z väčšieho počtu identicky vyrobených jednotiek. Ďalšou výhodou sú kvalitatívne výhody, pretože pri dlhších sériách výroby je viac dôvodov investovať do špecializovaných strojov, komponentov a dielov, ktoré prinesú konzistentne vyššiu kvalitu. Štandardizácia má aj pozitívny vplyv na preferencie spotrebiteľov. Ak sa jeden model s osobitnou črtou rozšíri medzi veľké množstvo zákazníkov, aj ostatní spotrebitelia budú chcieť model s rovnakou

³² KOKEMULLER, Neil. *What is a global marketing strategy* [elektronický zdroj]. Bizfluent. 2017. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <https://bizfluent.com/facts-7170932-global-marketing-strategy-.html>

³³ ZORKÓCIOVÁ, Oľívia a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. s. 190. ISBN 978-80-225-4332-3

³⁴ ZORKÓCIOVÁ, Oľívia a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. s. 191. ISBN 978-80-225-4332-3

črtou, čo vedie k imitácii výrobku konkurenčnou firmou. Kým sa táto firma svojím modelom prispôsobí tejto inovácii, pôvodná firma získava preferenčnú výhodu. Ako nevýhodu môžeme spomenúť, že pri štandardizácii nevieme nový výrobok zacieliť presne na trh vybranej krajiny ale globálne na všetky trhy. Problémom môžu byť rozdielne preferencie spotrebiteľov. Predaj jedného produktu celosvetovo nevyužíva možnosť diferenciacie a produkt sa tak stáva jednoduchým cieľom pre napodobňovanie. Ak k tomu konkurent pridá prispôbenie sa špecifickým požiadavkám daného trhu, môže získať vyšší trhový podiel.³⁵

Medzinárodné marketingové stratégie využívajú naopak individuálny prístup. Rešpektujú a zohľadňujú kultúrne, politické, náboženské, ekonomické a iné špecifiká jednotlivých trhov. Vychádzajú z polycentrickej orientácie podnikania. Hlavnou výhodou je, že na základe diferenciacie produktu možno vstúpiť na takmer ktorýkoľvek národný trh. Nevýhodou sú hlavne vysoké náklady na prieskum trhov, zisťovanie preferencií zákazníkov a diferenciaciu vo výrobe rôznych modelov jedného výrobku. Keď sa firmy rozhodnú vstúpiť na zahraničné trhy, znášajú určité riziko. Zákazníci v jednej krajine nemusia prijať produkt rovnakým spôsobom ako zákazníci na ostatných trhoch, navyše, dizajn tovaru či služby nemusí byť v súlade s preferenciami zákazníkov. Podnikateľské subjekty sa venujú tejto problematike v nádeji, že preniknú na viaceré trhy súčasne, čím zvýšia svoje zisky. Tento proces však nie je jednoduchý a predchádza mu rozsiahle marketingové plánovanie na minimalizáciu rizika. Súčasťou medzinárodných marketingových stratégií je testovanie produktu na zahraničných trhoch a hodnotenie kultúrnych preferencií v danej krajine. Testovacie metódy zahŕňajú vytváranie vzoriek, vykonávanie prieskumov a prácu s testovými skupinami. Na základe týchto výsledkov môže byť produkt alebo obal upravený tak, aby vyhovoval preferenciám daného trhu. Pri medzinárodných marketingových stratégiách je potrebné venovať zvýšenú pozornosť marketingovej komunikácii produktov v jednotlivých krajinách. Spôsob, akým je vykonávaná reklama na jednom trhu, môže byť nevhodný, ba až urážlivý pre iný trh.³⁶ Základnými znakmi medzinárodnej stratégie sú: produkty majú inú fázu životného cyklu v každej krajine, dizajnové prispôbovanie, adaptácia produktu charakteristickým odlišnostiam na trhoch, regionálne konkurenčné

³⁵ JOHANSSON, Johny K. *Global marketing strategy* [elektronický zdroj]. Wiley International Encyclopedia of Marketing Online, 2010. s. 3. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781444316568.wiem01024>

³⁶ CAPOZZI, Catherine. *Definition of an International Marketing Strategy*. [elektronický zdroj]. Bizfluent, 2017. [cit. 2018-03-16]. Dostupné na: <https://bizfluent.com/info-7963662-definition-international-marketing-strategy.html>

vzťahy firmy, obmedzená štandardizácia, preferencie podľa národných odlišností, vyššia cena oproti štandardizovaným produktom.³⁷

Hlavnou črtou medzinárodných marketingových stratégií je adaptácia – prispôsobenie sa danej stratégii priamo na určitý trh, kde firma pôsobí. *Adaptácia kladie dôraz na špecifiká jednotlivých trhov, ktoré podporujú prispôsobenie marketingových aktivít ich individuálnym potrebám.*³⁸ Výhody spočívajú hlavne v rešpektovaní lokálnych špecifik a preferencií, budovaní lokálneho imidžu, lojalite miestnych spotrebiteľov, ťažkej imitácii výrobkov konkurenciou. Naopak, adaptácia produktu špeciálne pre daný trh je vysoko nákladová, časovo náročná na plánovanie. Mnohokrát sa stretáva s problémom skutočne identifikovať želania a potreby spotrebiteľov a taktiež vzniká riziko porušenia jednotného imidžu firmy.³⁹

1.2.1 Analýza piatich konkurenčných síl podľa Portera

Ak sa firma rozhodne expandovať na zahraničný trh, musí mať na to určité dôvody. Takýmto dôvodom môže byť príliš nasýtený domáci trh, využitie naskytnutých príležitostí v cudzej krajine – lacná no vzdelaná pracovná sila, nižšie daňové zaťaženie, daňové úľavy, dotácie, lepšie podnikateľské prostredie... Všetky tieto znaky sa dajú zhrnúť do jedného a to túžba vygenerovať vyšší zisk. Aby firma dosiahla vytúžený cieľ, je nutné naučiť sa na začiatok čo najviac informácií o zahraničnom trhu a rozhodnúť sa, akým spôsobom a s akou stratégiou bude firma operovať na zahraničnom trhu. Otcom medzinárodných marketingových stratégií je harvardský profesor Michael Eugene Porter. Ten v roku 1979 vydal svoju analýzu piatich konkurenčných síl, na základe ktorej potom identifikoval tri generické stratégie.⁴⁰

Porter definoval celkovo 5 konkurenčných síl, ktoré bezprostredne ovplyvňujú podnikanie firiem v danom odvetví. Sú to: konkurenčná rivalita, hrozba vstupu nových konkurentov na trh, hrozba vzniku substitútu, sila kupujúcich, sila dodávajúcich. Prvé tri

³⁷ ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. s. 190. ISBN 978-80-225-4332-3

³⁸ ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. s. 192. [cit. 2018-03-15] ISBN 978-80-225-4332-3

³⁹ JOHANSSON, Johny K. *Global marketing strategy* [elektronický zdroj]. Wiley International Encyclopedia of Marketing Online, 2010. s. 4. [cit. 2018-03-16]. Dostupné na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781444316568.wiem01024>

⁴⁰ ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. s. 198. ISBN 978-80-225-4332-3

konkurenčné sily sa zaoberajú konkurenciou na trhu všeobecne, sila kupujúcich a dodávateľov bezprostredne ovplyvňuje tvorbu cien na danom trhu. Táto analýza je veľmi jednoduchý ale výkonný nástroj na pochopenie konkurencieschopnosti podnikateľského prostredia a na identifikáciu potencionalnej ziskovosti vašej stratégie. Je dôležité uvedomiť si, že sily v prostredí alebo odvetví, ktoré môžu ovplyvniť ziskovosť firmy možno príslušnou stratégiou upraviť. Napríklad, môžeme správne využiť silnú pozíciu na trhu alebo zlepšiť svoju slabú pozíciu a vyhnúť sa chybným krokom v budúcnosti. Analýza piatich Porterových síl zároveň pomáha analyzovať silné a slabé stránky pozície firmy na trhu a aj to, ako môžu tieto stránky ovplyvniť dlhodobú ziskovosť. Vznikla ako protipól k SWOT analýze, ktorú Porter považoval za málo exaktnú. Dnes sa v praxi používajú obe tieto analýzy, každá však v inej fáze prípravy firemnej marketingovej či produktovej stratégie. Výsledky analýz bývajú väčšinou podobné až zhodné.⁴¹ Porter sa nazdával, že firmy pravdepodobne pozorne sledujú svojich konkurentov. Nabádal ich však k tomu, aby sa pozreli nad rámec činnosti svojich konkurentov a preskúmali, aké ďalšie faktory by mohli ovplyvniť podnikateľské prostredie. Identifikoval teda päť síl, ktoré tvoria konkurenčné prostredie a môžu determinovať ziskovosť firmy. Zároveň zdôraznil, že je dôležité nezamieňať si ich s viacerými rýchlo sa rozvíjajúcimi faktormi, ako sú miera rastu hospodárstva, vládne zásahy, technologické inovácie atď. Tieto faktory sú len dočasné, zatiaľ čo Porterových päť síl je trvalou súčasťou hospodárskej štruktúry.⁴²

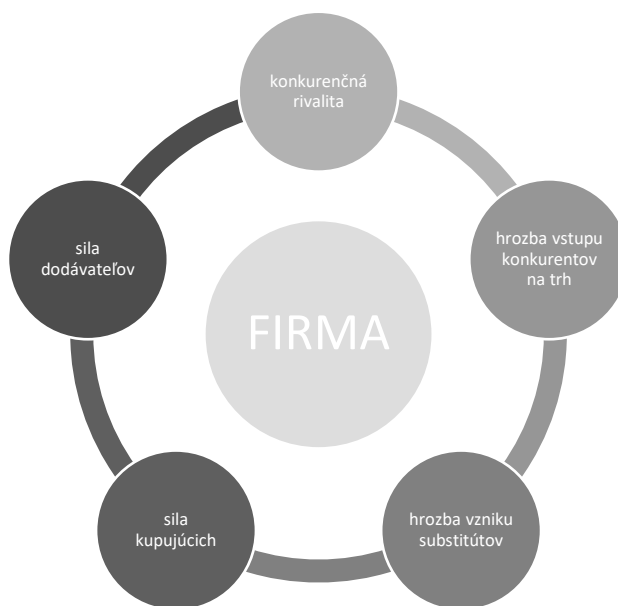
1. Konkurenčná rivalita: pri analýze tejto sily je potrebné pozrieť sa na to, aké sú na danom trhu konkurenčné tlaky a koľko finančných prostriedkov bude potrebných na to, aby sa o firme a jej produktoch dozvedeli zákazníci, ako bude firma schopná v praxi rozvinúť a využiť svoju konkurenčnú výhodu, akú dynamiku má daný trh a či je firma schopná udržať sa na tomto trhu. Tam, kde je konkurencia intenzívna, môžu spoločnosti prilákať zákazníkov agresívnym znižovaním cien a vysokoúčinnými marketingovými kampaňami. Na silno konkurenčnom trhu je riziko straty dodávateľov a zákazníkov veľmi vysoké, ak firma a jej výrobky nedisponuje dodatočnou konkurenčnou výhodou.

⁴¹ ZIKMUND, Martin. *Generické stratégie aneb základ, na kterém můžete stavět i dnes* [elektronický zdroj]. BusinessVize, 2011. [cit. 2018-03-16]. Dostupné na: <http://www.businessvize.cz/strategie/genericke-strategie-aneb-zaklad-na-kterem-muzete-stavet-i-dnes>

⁴² MIND TOOLS CONTENT TEAM. *Porter's Five Forces Understanding Competitive Forces to Maximize Profitability* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-03-17]. Dostupné na: https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_08.htm

2. Hrozba vstupu nových konkurentov na trh: táto sila je obzvlášť dôležitá pri nových, progresívne sa rozvíjajúcich odvetviach, kde nie je úplne známa veľkosť trhu ako celku a to, akou rýchlosťou tento trh narastá. Pozícia firmy na trhu je ovplyvnená rýchlosťou, akou je možné vstúpiť na tento trh. Firma musí zvážiť, aké sú bariéry vstupu na trh, ako možno získať podporu na tomto trhu a ako striktné je tento trh regulovaný. Ak je potrebné len malé množstvo peňazí a úsilia pre vstup na tento trh, ak sú kľúčové technológie ľahko dostupné, je takmer isté, že konkurenti budú vstupovať na tento trh. Ak ale existujú silné alebo trvalé prekážky vstupu, potom je firma schopná zachovať si priaznivú pozíciu na trhu a správne ju využiť.
3. Hrozba vzniku substitútov: je tretou silou z kategórie konkurenčného prostredia. Substitútom sa v tomto prípade rozumie všetko, čo akýmkoľvek spôsobom nahradí zákazníkovi službu alebo produkt, ktorý daná firma poskytuje. Preto by sme túto konkurenčnú silu mohli nazvať aj hrozba vzniku náhrady. Týka sa pravdepodobnosti, že zákazníci nájdu iný spôsob, ako urobiť to, čo robí daná firma. Napríklad, ak vyrábate unikátny softvérový produkt, ktorý automatizuje dôležitý proces, zákazníci môžu tento produkt nahradiť manuálnou prácou alebo outsourcingom. Nahradenie, ktoré je jednoduché a lacné oslabuje pozíciu na trhu a ohrozuje ziskovosť firmy.
4. Sila kupujúcich: touto silou sa myslí hlavne schopnosť vyjednávať o cene, či už priamo, alebo nepriamo. Je potrebné zanalyzovať, ako veľmi sú si zákazníci vedomí svojej vyjednávacej sily voči výrobcovi a dodávateľovi, aký veľký je počet zákazníkov danej firmy a aké sú objemy objednávok. Je potrebné zamerať sa na to, nakoľko je výrobok unikátny a v akom množstve sú na trhu dostupné substitúty, nakoľko sú zákazníci informovaní o konkurenčných ponukách doma aj v zahraničí.
5. Sila dodávateľov: táto sila je má v každom odvetví inú váhu. Napríklad v potravinárstve je skoro nulová, pretože dodávateľov je veľké množstvo a naopak, v strojárskom alebo elektronickom odvetví môže byť silou najpodstatnejšou, pretože dodávateľov jednotlivých komodít je len obmedzený počet. Sila dodávateľov je prirodzene tým vyššia, čím je na nich firma závislejšia. Závisí aj od toho, ako jedinečný je výrobok, ktorý dodávajú a ako finančne náročný by bol prechod k inému dodávateľovi.

Graf 2 Analýza piatich konkurenčných síl podľa Portera



Prameň: vlastné spracovanie podľa: ZIKMUND, Martin. *Generické stratégie aneb základ, na kterém můžete stavět i dnes* [elektronický zdroj]. BusinessVize, 2011. [cit. 2018-03-17]. Dostupné na: <http://www.businessvize.cz/strategie/genericke-strategie-aneb-zaklad-na-kterem-muzete-stavet-i-dnes>

1.2.2 Generické stratégie podľa Portera

Ako sme už vyššie uviedli, Porter na základe analýzy piatich konkurenčných síl definoval generické stratégie. Sú to medzinárodné marketingové stratégie, ktoré sa dajú uplatniť na všetkých trhoch a na všetky produkty. Cieľom použitia týchto stratégií v podnikoch je prekonať svojich konkurentov. Generický prístup (generický = modelový = typový) identifikuje určité spoločné znaky konania úspešných podnikov bez väzby na súbor ohraničujúcich faktorov. Predpokladá, že použitie týchto stratégií je vždy vhodné, univerzálne, nezávislé na konkrétnom odvetví a nezávislé na konkrétnej firme, produkte či službe. Jednotlivé špecifické marketingové stratégie, ktoré firmy uplatňujú na jednotlivých trhoch sú vždy súčasťou jednej z troch generických stratégií.⁴³

Stratégia nákladového vodcovstva alebo inak nazývaná aj stratégia minimalizácie nákladov je používaná v prípade, ak chce firma prekonať svoju konkurenciu produkciou

⁴³ ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. s. 198. ISBN 978-80-225-4332-3

tovarov alebo poskytovaním služieb za najnižšiu cenu. Tieto náklady sa dajú znižovať prostredníctvom kontroly fixných a variabilných nákladov, získavaním skúseností, predajom veľkého množstva výrobkov či obsluhovaním širokého segmentu zákazníkov, čím firma šetrí náklady z rozsahu. S tým sú ale často spojené vysoké počiatočné náklady na obstaranie výrobných strojov pre veľkokapacitnú výrobu. Ďalej to môže byť dosiahnuté znižovaním nákladov na diferenciáciu produktu, výskum a vývoj, kedy firma inovuje svoje produkty iba vtedy, ak si to nevyhnutne želajú spotrebitelia, alebo aby firma nestratila podiel na trhu vplyvom zastaranosti produktov. Nákladové vodcovstvo sa dá dosiahnuť nie len znižovaním nákladov, ale aj znížením vlastnej marže oproti ostatným výrobcov, čo ale pri dostatočne elastickej dopyte môže viesť k zvýšeniu ziskov. Stratégiou nákladového vodcovstva môže firma osloviť skupinu tzv. cenovo senzitívnych zákazníkov, ktorý vyhľadávajú najnižšiu cenu produktov. Opakom tejto stratégie je ponuka najvyššej ceny. Táto stratégia sa zakladá na potrebe ľudí dokázať sebe aj ostatným okolo, že si to môžu dovoliť. Tento fenomén sa týka najmä luxusných produktov ako šperky, doplnky, oblečenie, autá, elektronika a podobne. Prekvapivo, firmám s touto marketingovou stratégiou sa darí aj v období krízy. Majetní zákazníci si aj v prípade krízy môžu dovoliť nakupovať luxusné tovary. Stratégiu nákladového vodcovstva používajú hlavne firmy s ľahkým prístupom ku kapitálu, ktoré sa niekedy až pomocou dumpingových cien snažia zničiť konkurenciu a získať čo najväčší podiel na trhu. Alebo firmy s unikátnym, ťažko kopírovateľným alebo patentovaným know-how, ktoré im umožňuje cenovo efektívnu výrobu. Táto stratégia je veľmi nevýhodná v prípade cenovej vojny a častokrát vedie až k likvidácii firmy ako takej.

Druhou z Porterových generických stratégií je **stratégia diferenciácie**. Zmyslom tejto stratégie je diferenciácia – odlišovanie sa produktu či služby od iných produktov a služieb ponúkaných konkurenciou na trhu a tým dosiahnutie konkurenčnej výhody. Firma sa snaží o vytvorenie a propagáciu výrobku, ktorý je spotrebiteľmi vnímaný ako špeciálny, zvláštny, unikátny. Trh je takouto firmou vnímaný ako súbor množstva segmentov a následne sa firma rozhoduje, či bude diferencovať svoje produkty širokospektrálne alebo sa bude odlišovať len v niektorých segmentoch. Aby firma mohla úspešne aplikovať stratégiu diferenciácie, mala by mať prístup k najnovším vedeckým objavom a know-how a zároveň musí disponovať šikovnými zamestnancami, ktorý toto know-how dokážu rýchlo pretaviť do inovácií. V mnohých prípadoch je táto stratégia podporená výborným obchodným tímom a skvelými marketérmi, ktorý dokážu vybudovať firme a samotnej

značke produktu silné renomé a pozíciu na trhu. Keďže výrobky a služby firiem používajúcich stratégiu diferenciácie sa často považujú za luxusné a nadštandardné, firmy si môžu dovoliť používať vyššiu maržu pri predaji produktov a nie sú nútené znižovať náklady. Diferenčná stratégia môže mať viaceré formy a firmy sa môžu odlišovať v rôznych dimenziách. Či už je to v používaní špecifickej technológie výroby – najinovatívnejšia výroba, „green“ výroba šetrná k životnému prostrediu, vo výnimočných črtách produktu – luxusné tovary, použitie drahých materiálov, najinovatívnejšie vlastnosti produktu, v nadštandardnom zákazníckom servise – niekoľkoročná nepretržitá záruka, výmena kus za kus miesto reklamácie a opravy, v špecifickom postavení značky na trhu alebo vo výnimočných dodávateľsko-odberateľských vzťahoch. Je ideálne, ak sa firma dokáže odlíšiť vo viacerých dimenziách súčasne. Rizikom tejto stratégie spočíva hlavne v tom, že diferenciácia nie je trvalá a konkurenti dokážu často a rýchlo imitovať produkty predávané na tom danom trhu. Zároveň treba poznamenať, že existujú odvetvia, v ktorom je táto stratégia úplne irelevantná a nefunkčná. Ide hlavne o odvetvia s nízkymi vstupnými nákladmi a porovnateľnými cenami s konkurentmi.⁴⁴

Stratégia zamerania – koncentrácie je treťou z Porterových stratégií. Táto stratégia úzkeho zamerania sa zameriava na uspokojovanie potrieb obmedzenej skupiny spotrebiteľov alebo vyhraneného segmentu a príležitosti nachádza v momentálnych dierach na trhu. Aby mohla firma úspešne aplikovať túto stratégiu zamerania, musí si predovšetkým presne zadať cieľovú skupinu, na ktorú sa bude v budúcnosti zameriavať a musí dobre poznať jej potreby preferencie a požiadavky. Túto stratégiu môže firma na rozdiel od predošlých uplatňovať dvoma spôsobmi. Prvým spôsobom je nákladová špecializácia, čo v praxi znamená zameranie sa na úzky trhov segment, ktorý je citlivý na cenu. Či už sa jedná o najnižšiu cenu alebo najvyššiu ponúkanú cenu luxusných tovarov. Druhým spôsobom je špecializácia alebo odlíšenie sa od ostatných zacielením na úzky segment výrobkov a spotrebiteľov alebo unikátnou vlastnosťou daného výrobku alebo služby. Výhodou je, že majiteľ unikátneho produktu pre úzky segment môže diktovať podmienky všetkým, ktorí o tento produkt majú záujem. Zároveň umožňuje firmám zostať v blízkom kontakte so spotrebiteľmi a promptne reagovať na ich meniace sa potreby. Stratégia zamerania je najviac

⁴⁴ ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. s. 200. ISBN 978-80-225-4332-3

ohrozená náhlou zmenou vkusu alebo preferencií spotrebiteľa, ako aj úplnou stratou dopytu v dôsledku inovácií.⁴⁵

Porterove generické stratégie sú výborným návodom pre firmy ako pôsobiť na zahraničných trhoch, v reálnych situáciách sa však v čistej podobe skoro vôbec nevyskytujú. Diferenciácia produktov je dnes často definovaná iba diferenciáciou ľudského kapitálu. Šikovný obchodníci dokážu mnohokrát aj s druhotriedneho, nie úplne kvalitného produktu spraviť číslo jeden v predaji, z úzkeho segmentu trhu sa stáva trh masový a opačne, z masového trhu sa stáva špecificky zameraný, úzkoprofilový trh. Aj keď sú medzinárodné marketingové stratégie podľa Portera tri, v skutočnosti máme len dve možnosti ako sa naozaj na trhu odlíšiť. Buď sa budeme odlišovať cenou alebo unikátnosťou nášho ponúkaného produktu. V rovine druhej, buď sa zameriame na celý trh globálne, alebo iba na určitý presne vybraný segment trhu.⁴⁶

Tabuľka 6 Generické stratégie podľa Portera

	CENA	UNIKÁTNOSŤ
GLOBÁLNY TRH	Nákladové vodcovstvo	diferenciácia
VYBRANÝ SEGMENT	Zameranie - koncentrácia	

Prameň: vlastné spracovanie podľa: ZIKMUND, Martin. *Generické stratégie aneb základ, na kterém můžete stavět i dnes* [elektronický zdroj]. 2011, [cit. 2018-03-17]. Dostupné na: <http://www.businessvize.cz/strategie/genericke-strategie-aneb-zaklad-na-kterem-muzete-stavet-i-dnes>

⁴⁵ EUROEKONÓM. *Generické konkurenčné stratégie* [elektronický zdroj]. EuroEkonom, 2008. [cit. 2018-03-18]. Dostupné na: <https://www.euroekonom.sk/manazment/strategicky-manazment/genericke-konkurencne-strategie/>

⁴⁶ Porter's Generic Strategies [elektronický zdroj]. QuickMBA. [cit. 2018-03-17]. Dostupné na: <http://www.quickmba.com/strategy/generic.shtml>

2 Cieľ práce a metodika práce

2.1 Cieľ práce

Hlavným cieľom tejto diplomovej práce je zmapovať a analyzovať teoretické názorové prúdy charakterizujúce fenomén migrácie a jeho možné dosahy na zmeny marketingových stratégií firiem. Uvedené zistenia aplikovať aktuálnym vyhodnotením dôsledkov súčasnej migrácie do vybranej krajiny EÚ a jej dosahov na konkrétne zmeny marketingových stratégií firiem. Na základe zistení predikovať ďalší možný vývoj riešenej problematiky.

Na základe hlavného cieľa diplomovej práce a za účelom lepšieho dosiahnutia hlavného cieľa sme si stanovili nasledovné parciálne ciele:

- Charakterizovať teoretické východiská medzinárodnej migrácie.
- Charakterizovať medzinárodné marketingové stratégie.
- Analyzovať súčasnú regulárnu imigráciu vo Veľkej Británii.
- Analyzovať dosahy medzinárodnej regulárnej migrácie na zmeny marketingových stratégií vo Veľkej Británii.
- Predikovať možné dosahy zmeny migračnej politiky Veľkej Británie na marketingové stratégie firiem pôsobiach na britskom trhu.

2.2 Metodika práce a metódy skúmania

Aby sme dosiahli vytýčený hlavný cieľ spolu s parciálnymi cieľmi predkladanej záverečnej práce, bolo potrebné si stanoviť adekvátnu metodiku práce. Pri písaní práce sme vychádzali hlavne z logických metód a princípov skúmania. Potrebné teoretické poznatky sme získavali najmä z domácich knižných zdrojov a zahraničných publikácií, oficiálnych stránok, vyhlásení, ktoré pochádzali najmä z internetových zdrojov. Vzhľadom na výber krajiny, ktorou bola Veľká Británia, sme pracovali najmä s cudzojazyčnými zahraničnými zdrojmi, pretože skúmaná problematika nebola dostatočne spracovaná v slovenskom jazyku. Východiskom nášho skúmania bol kvalifikovaný zber odborných informácií a údajov, ktoré boli potrebné pre naplnenie hlavného, ako aj vedľajších cieľov.

Metódu abstrakcie sme využívali hlavne v teoretickej časti našej práce, kedy sme sa z veľkého množstva dostupných informácií snažili oddeliť podstatné vlastnosti od

nepodstatných vlastností skúmaných javov a teórií a následne na to dokázali interpretovať teoretickú podstatu migrácie, migračných teórií a marketingových stratégií.

Najčastejšie používanou vedľajšou metódou v našej práci bola je metóda analýzy. Použitím tejto metódy sme boli schopní zozbierané údaje roztriediť, zhodnotiť a následne interpretovať. Analyzovali sme hlavne päť konkurenčných síl, ktoré vo svojej práci popísal M. E. Porter a záznamy tlačových konferencií, týkajúcich sa migrácie vo Veľkej Británii. S metódou analýzy veľmi úzko súvisí metóda syntézy, ktorá bola aplikovaná pri rozpoznaní vzájomných súvislostí medzi zozbieranými informáciami a údajmi.

Ďalšou z používaných metód v našej práci je metóda komparácie. Tú sme využívali najmä na porovnávanie číselných údajov migrácie v sledovanom období.

Metódu indukcie sme používali na odvodenie všeobecných záverov vychádzajúcich z mnohých zozbieraných poznatkov a informácií. Táto metóda bola navyše využívaná pri práci so štatistickými údajmi o migrácii, aby sme boli schopní formulovať všeobecnejšie závery. Opakom indukcie je dedukcia, ktorú sme používali hlavne pri vyvodzovaní záverov a predikcie ďalšieho vývoja migrácie vo Veľkej Británii na základe nedávnych dokumentov vydaných britskou vládou.

Pre prehľadnejšiu interpretáciu a vysvetlenie získaných informácií a faktorov ovplyvňujúcich riešenie problematiku sme použili základnú metódu grafického a štatistického zobrazovania, ktoré dopĺňa túto prácu.

3 Medzinárodná migrácia vo vzťahu k vybranej krajine a jej dosahy na marketingové stratégie firiem (výsledky práce a diskusia)

Migrácia je fenomén, s ktorým sa v spoločnosti stretávame od samotného začiatku existencie ľudstva. Migrácia je prirodzenou, neoddeliteľnou súčasťou globalizovania spoločnosti a nikdy to nie je jednosmerný proces. Je to kolosálny proces, ktorý sa deje tisíce rokov vo všetkých smeroch. Zo začiatku ľudia migrovali hlavne kvôli hľadaniu priaznivých životných podmienok a dostatku potravy potrebnej na prežitie. S postupným vývojom ľudstva sa vyvíjala aj migrácia, no vo svojej podstate ľudia stále migrujú v podmienení hľadania lepších životných podmienok. Ľudstvo motivuje k migrácii hlavne lepšie uspokojenie svojich ekonomických potrieb, lepšie finančné zabezpečenie rodiny, rasová a náboženská znášanlivosť, vojnové konflikty či priaznivejšie prírodné podmienky.

Ako sme už spomínali v prvej časti práce, jedným z fundamentálnych a v súčasnosti veľmi aktuálnych delení migrácie, je delenie na legálnu a neregulárnu migráciu. Za legálnu migráciu je považovaná taká migrácia, pri ktorej sú dodržané všetky pravidlá, ktoré konkrétny štát nastavil pre odchod z krajiny, tranzit, príchod a usadenie sa cudzincov v danom štáte. Neregulárna migrácia je charakteristická migračnými tokmi, ktoré obchádzajú regulačné normy materskej, tranzitnej a zdrojovej krajiny. Môžeme hovoriť o vstupe, pobyte alebo práci bez potrebného povolenia alebo dokumentov požadovaných imigračnými predpismi. S neregulárnou migráciou sú spájané pojmy azyl, azylant, neregulárny migrant, protizákonný vstup do krajiny a pod. Problematika neregulárnej migrácie je v posledných rokoch veľmi diskutovanou témou, hlavne v kontexte európskej migračnej krízy. Avšak vzhľadom na obšírnosť tejto problematiky a nedostatok odborných informácií a zdrojov, ktoré je v tejto oblasti veľmi ťažké získať a generalizovať, sme sa rozhodli zamerať sa iba na problematiku legálnej migrácie.

V posledných rokoch sa počet migrantov výrazne zvýšil. V porovnaní s rokom 2000, kedy bol počet migrantov 172 miliónov celosvetovo, ich bolo v r. 2017 až 257 miliónov, čo predstavuje nárast o 85 miliónov. To znamená, že počet ľudí, ktorý v posledných pätnástich rokoch migrovali do zahraničia, sa zvýšil o 49%. Pre lepšiu ilustráciu, v prípade, že by si títo medzinárodní migranti založili štát, vytvorili by piaty najľudnatejší štát na svete po Číne,

Indii, USA a Indonézii.⁴⁷ Najviac migrantov pritom pochádzalo z rozvinutých krajín s vysokým príjmom obyvateľstva, až 64 miliónov. V rokoch 2000 – 2017 bola priemerná ročná miera rastu migrácie v tejto skupine najvyššia a to 2,9% ročne. Čo sa týka stredne rozvinutých krajín so stredným príjmom, migrácia sa v tejto skupine, za to isté obdobie, zvýšila o 81 miliónov migrantov. V najmenej rozvinutých krajinách s najnižšími príjmami obyvateľstva za počet migrantov za toto obdobie zvýšil len o 11 miliónov. Avšak v rokoch 2010 – 2015 bola rýchlosť rastu migrujúcej populácie v tejto skupine až 6,6% oproti poslednému obdobiu 2015 – 2017, kde bola táto rýchlosť na úrovni 2% celkovej populácie týchto krajín.⁴⁸

Podľa OSN, najviac migrantov smerovalo v roku 2017 do regiónov Ázie (79,6 miliónov) a Európy (77,9 miliónov). V porovnaní s rokom 2000 je to pre Áziu nárast až o 30,4 miliónov a pre Európu nárast o 21,6 miliónov migrantov. Väčšina svetových migrantov žije v relatívne malom počte krajín. Viac ako 50% celkového počtu migrantov našlo svoj pobyt v 10 krajinách sveta. Najviac medzinárodných migrantov hostia Spojené štáty americké - 49,8 miliónov, čo predstavuje 19% z celkového počtu migrantov, ďalej nasleduje saudská Arábia – 12,2 milióna, Nemecko – 12,2 milióna, Ruská Federácia – 11,7 milióna a na piatom mieste je Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska (ďalej len Veľká Británia) – 8,8 milióna.⁴⁹ Práve migrácii vo Veľkej Británii, ako európskej krajine s druhým najvyšším počtom imigrantov sa budeme venovať v ďalšej časti tejto práce. Najviac migrantov v roku 2017 pochádzalo z ázijského regiónu – 105,7 milióna a na druhom mieste je Európa, kde počet migrantov presiahol 61 miliónov. Nasleduje Latinská Amerika a Karibik, Afrika, Severná Amerika a Oceánia.⁵⁰ Najviac migrujúceho obyvateľstva pochádza z Indie, až 16,6 milióna. V porovnaní s rokom 2000, kedy pochádzalo z Indie len 8 miliónov emigrantov je to nárast o viac ako polovicu. Na druhom mieste v počte sú

⁴⁷ IOM. *Migrácia vo svete* [elektronický zdroj]. Medzinárodná organizácia pre migráciu. [cit. 2018-03-20]. Dostupné na: <http://www.iom.sk/sk/migracia/migracia-vo-svete>

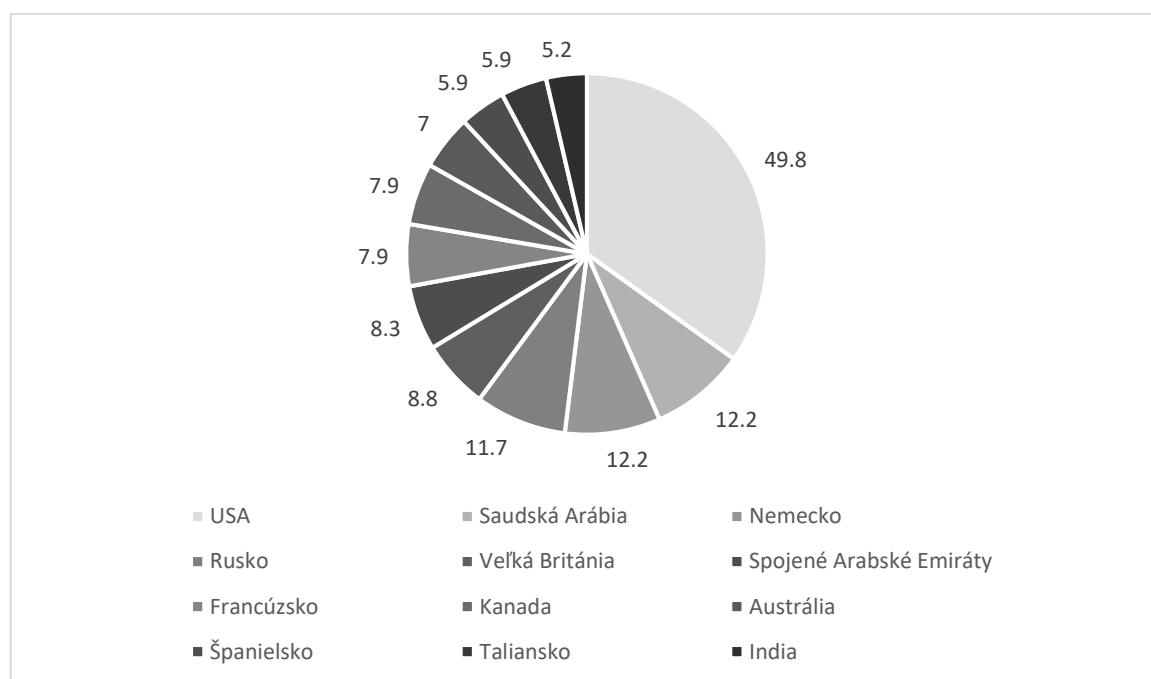
⁴⁸ UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 4. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

⁴⁹ UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 6. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

⁵⁰ UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 10. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

emigranti z Mexika, tretie miesto patrí Rusom, nasledujú Číňania a obyvatelia Bangladéša.⁵¹ Ženy tvoria 48,4% svetovej populácie migrantov. Vo všeobecnosti, ženy migrujú častejšie, avšak na kratšie vzdialenosti v porovnaní s mužmi, ktorí migrujú na dlhšie vzdialenosti. Priemerný vek migrantov dosahuje 39 rokov. Treba však podotknúť, že takmer $\frac{3}{4}$ celkovej populácie migrantov sú v ekonomicky aktívnom veku od 20 – 64 rokov, 14% z globálneho počtu migrantov má menej ako 15 rokov a 34% emigrantov je mladších ako 20 rokov.⁵²

Graf 2 Krajiny hostujúce najväčší počet migrantov (v miliónoch)



Prameň: Vlastné spracovanie podľa: UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 6. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

Medzinárodná migrácia musí byť právne ošetrená, aby nedošlo k porušovaniu základných ľudských práv a slobôd a zároveň k porušovaniu suverenity jednotlivých štátov. OSN má niekoľko právnych nástrojov týkajúcich sa medzinárodnej migrácie. Hlavnými nástrojmi sú: Dohovor o právnom postavení utečencov z roku 1951, Protokol o právnom

⁵¹ UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 13. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

⁵² UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 17. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

postavení utečencov z roku 1967, Medzinárodný dohovor o ochrane práv všetkých migrujúcich pracujúcich a členov ich rodín z roku 1990, Protokol o prevencii, potláčaní a trestaní obchodovania s ľuďmi, osobitne so ženami a deťmi z roku 2000 a Protokol proti pašovaniu migrantov po súši, po mori a letecky z roku 2000. Tieto protokoly sú doplnením Dohovoru OSN proti organizovanému zločinu. Tieto nástroje, spolu s právami migrujúcich pracovníkov prijaté v dohovore Medzinárodnej organizácie práce (ďalej len ILO) tvoria základ medzinárodnej normatívy a právny rámec medzinárodnej migrácie.⁵³

3.1 Veľká Británia ako jedna z najvyhľadávanejších destinácií migrantov

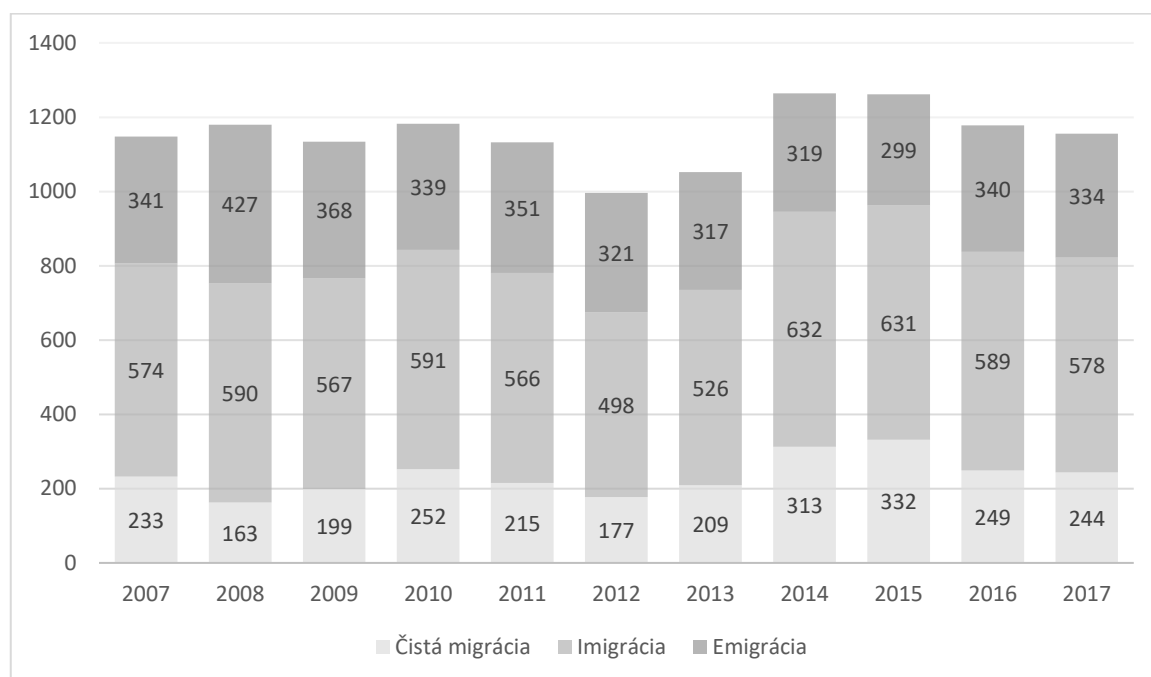
Veľká Británia je po Nemecku druhou krajinou s najvyšším počtom migrantov v rámci EÚ. Je cieľovou destináciou tisícok migrantov nie len z EÚ alebo z krajín Commonwealthu (Britské spoločenstvo národov) ale migrantov z celého sveta. Hlavným lákadlom pre emigráciu do Veľkej Británie je voľný pohyb osôb v rámci EÚ a Európskeho hospodárskeho priestoru (ďalej len EHP), dostatok voľných pracovných miest na trhu práce, vyššie priemerné mzdy, sociálny systém a pod. Týmto, a ďalším faktorom motivujúcim k emigrácii do Veľkej Británie sa budeme venovať v ďalšej časti tejto práce.

V roku 2017 hostila Veľká Británia 8,8 miliónov migrantov z celého sveta, kým v roku 2000 ich bolo len 4,7 miliónov.⁵⁴ Počet migrantov sa teda v posledných pätnástich rokoch v tejto krajine zvýšil o 4,1 milióna a to práve v dôsledku toho, že imigrácia do krajiny dosahuje oveľa vyššie hodnoty ako emigrácia z krajiny. Dôkazom toho je nasledujúci graf.

⁵³ UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 23. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

⁵⁴ UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 6. [cit. 2018-03-21]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

Graf 3 Dlhodobý vývoj medzinárodnej migrácie vo Veľkej Británii v rokoch 2007-2017 (v tisícoch)



Prameň: Vlastné spracovanie podľa: OFFICE FOR NATIONAL STATISTIC. *Migration Statistic Quarterly Report February 2018* [elektronický zdroj]. 2018. s. 4. [cit. 2018-03-21]. Dostupné na: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/bulletins/migrationstatisticsquarterlyreport/february2018>

V roku 2017 predstavovala migrácia do Veľkej Británie úroveň 244 tisíc, čo predstavuje pokles o 5 tisíc v porovnaní s rokom 2016. Ak sa pozrieme na pôvod migrantov, môžeme si ich rozdeliť do 3 skupín: občania Veľkej Británie, občania EÚ a občania mimo EÚ. Briti v tomto roku celkovo viac opúšťali krajinu ako imigrovali späť. Celková hodnota čistej migrácie bola preto záporná, -52 tisíc. Čistá migrácia z EÚ dosiahla v roku 2017 hranicu 90 tisíc. 41 tisíc migrantov bolo z krajín tzv. EÚ15, kde patria: Belgicko, Dánsko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Holandsko, Írsko, Luxembursko, Nemecko, Portugalsko, Rakúsko, Španielsko, Švédsko, Veľká Británia (v tomto prípade mimo Veľkej Británie). 12 tisíc migrantov pochádzalo zo štátov EÚ8, kam zaradzujeme Cyprus, Českú republiku, Estónsko, Litvu, Lotyšsko, Maďarsko, Maltu, Poľsko, Slovensko a Slovinsko. Zvyšnú čas migrácie z EÚ, 34 tisíc migrantov, tvoria krajiny EÚ2. Skupinu EÚ2 tvoria migranti z Bulharska a Rumunska. Celková migrácia z krajín mimo EÚ bola na úrovni 205 tisíc, z toho 135 tisíc migrantov pochádzalo z ázijských krajín (viď. Tabuľka 3).⁵⁵

⁵⁵ OFFICE FOR NATIONAL STATISTIC. *Migration Statistic Quarterly Report February 2018* [elektronický zdroj]. 2018. s. 4. [cit. 2018-03-21]. Dostupné na:

Tabuľka 7 Čistá migrácia vo Veľkej Británii podľa občianstva v roku 2017

Spolu	244 000
Občania VB	-52 000
Občania EÚ	90 000
- Občania EÚ 15	41 000
- Občania EÚ 8	12 000
- Občania EÚ 2	34 000
Občania mimo EÚ a VB	205 000
- Občania z Ázie	135 000
- Zvyšok sveta	60 000

Prameň: vlastné spracovanie podľa: OFFICE FOR NATIONAL STATISTIC. *Migration Statistic Quarterly Report February 2018* [elektronický zdroj]. 2018. s. 4. [cit. 2018-03-21]. Dostupné na: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/bulletins/migrationstatisticsquarterlyreport/february2018>

Ak sa pozrieme bližšie na krajinu pôvodu imigrantov prichádzajúcich do Veľkej Británie, tento pôvod môžeme skúmať na základe dvoch tribútov: podľa štátnej príslušnosti a na základe národnosti. Poľsko, India a Pakistan sú hlavnými zdrojovými krajinami pôvodu migrantov vo veľkej Británii. Za nimi nasledujú Írsko a Nemecko. Čo sa týka národnosti, aj v tomto prípade patria prvé priečky Poliakom a Indom. Najviac migrantov žije práve v Londýne, ktorý je nie len hlavným mestom Veľkej Británie, ale aj hlavným mestom obchodu a kultúry.

Tabuľka 8 Top 10 krajín pôvodu imigrantov vo Veľkej Británii za rok 2016

Krajina pôvodu	Percentuálny podiel	Národnosť	Percentuálny podiel
Poľsko	9,5	Poliaci	15,7
India	9	Indovia	6,4
Pakistan	5,9	Íri	6
Írsko	4,5	Portugalci	4,1
Nemecko	3,3	Rumuni	4
Rumunsko	2,6	Taliani	3,7
Nigéria	2,3	Lotyš	3,3
Bangladéš	2,3	Pakistanci	3,2
Južná Afrika	2,2	Francúzi	3,1
Taliansko	2,1	Španieli	2,8

Prameň: Vlastné spracovanie podľa: DR RIENZO, Cinzia – DR VARGAS-SILVA, Carlos. *Migrants in the UK: An Overview* [elektronický zdroj]. 6. vyd. University of Oxford : COPAS, Migration Observatory briefing, 2017. 8 s. [cit. 2018-03-22] Dostupné na: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/briefings/migrants-in-the-uk-an-overview/>

3.1.1 Migračná politika Veľkej Británie

Migračnú politiku možno chápať ako „strategický vývoj smerovania alebo zásad štátnych opatrení v kontexte záležitostí týkajúcich sa migrácie.“⁵⁶ V rámci tejto politiky je dôležité rozlišovať medzi politickým a inštitucionálnym rámcom. Politický rámec zahŕňa subjekty a aktérov, ktorí sú zodpovední za formulovanie tejto politiky. Inštitucionálny rámec pokrýva osoby a subjekty, ktoré sú zodpovedné za implementáciu tejto politiky do praxe. Vo veľkej Británii sú za tvorbu migračnej politiky zodpovedné Ministerstvo vnútra a tiež priame pôsobenie vlády, ministrov a komisárov.⁵⁷ Na rozdiel od iných štátov, kde sa vo všeobecnosti na tvorbe migračnej politiky podieľajú Ministerstvo vnútra, Ministerstvo práce a Ministerstvo zahraničných vecí (ich rôzne varianty), Veľká Británia delegovala na tvorbu tejto politiky celú vládu, v rámci schvaľovania návrhov zákonov a politík vypracovaných konkrétnymi ministerstvami.⁵⁸ Ďalšími poradnými orgánmi sú „Chatham House“, Britská rada pre utečencov a ďalšie mimovládne organizácie. Tie majú na starosti najmä poskytovanie právnych a sociálnych poradenských služieb, vzdelávanie, jazykovú prípravu, kultúrnu prípravu, rekvalifikačné školenia, integračné opatrenia a prevádzku záchytných táborov v rámci azylovej politiky. Vzhľadom na používanie „common law“ a zložitost britských zákonov sa migračná politika neriadi všeobecným zákonom, ale súborom zákonov, z ktorých každý sa venuje inej oblasti migračnej politiky.

Jednou zo základných podmienok členstva v EÚ je prijatie a zapracovanie „acquis EÚ“⁵⁹ do právneho systému krajiny. „Acquis EÚ“ je súbor výsledkov legislatívnej činnosti EÚ a je tvorený zmluvami a právnymi aktami vydanými na základe týchto zmlúv – primárne

⁵⁶ EURÓPSKA MIGRAČNÁ SIEŤ. *Organizácia azylovej a migračnej politiky v členských štátoch EÚ* [elektronický zdroj]. 2010. s. 10 [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf)

[policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf)

⁵⁷ EURÓPSKA MIGRAČNÁ SIEŤ. *Organizácia azylovej a migračnej politiky v členských štátoch EÚ* [elektronický zdroj]. 2010. s. 12 [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf)

[policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf)

⁵⁸ EURÓPSKA MIGRAČNÁ SIEŤ. *Organizácia azylovej a migračnej politiky v členských štátoch EÚ* [elektronický zdroj]. 2010. s. 11 [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: [https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf)

[policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf)

⁵⁹ Pred nadobudnutím platnosti Lisabonskej zmluvy sa používal termín „acquis communautaire“

a sekundárne právo EÚ⁶⁰. Keďže Veľká Británia bola a ešte stále je právoplatným členom EÚ, táto podmienka sa vzťahuje aj na ňu. Avšak *Protokol o postavení Spojeného Kráľovstva a Írska pripojený k Zmluve o Európskej únii a k Zmluve o založení Európskeho spoločenstva* Amsterdamskou zmluvou uvádza, že tieto členské štáty sa nepodieľajú na prijímaní opatrení navrhovaných Radou EÚ v zmysle Hlavy IV Zmluvy o ES, ak len neoznámia Rade EÚ, že si želajú podieľať sa na určitom opatrení. Podľa Lisabonskej zmluvy, ktorá vstúpila do platnosti 1. decembra 2009, Írsko a Veľká Británia majú právo rozhodnúť sa, či sa budú podieľať alebo nie na tej ktorej politike v celej oblasti spravodlivosti a vnútorných záležitostí.⁶¹ V praxi má Veľká Británia a Írsko 3 mesiace na to, aby sa rozhodli, či daný legislatívny zákon prijímajú alebo nie. Ostaté členské štáty ho potom prijmu bez ohľadu na ich rozhodnutie. Ak sa však s odstupom času rozhodnú, že túto legislatívu chcú implementovať do svojich zákonov, môžu tak urobiť kedykoľvek k neskoršiemu dátumu, so súhlasom Európskej komisie a Rady EÚ.

Tabuľka 9 Imigračné "acquis EÚ", na schválení ktorého sa Veľká Británia nepodieľala

Imigrácia	Vonkajšie hranice
Smernica č. 2003/86/ES (zlúčenie rodiny)	Nariadenie č. 562/2006 (Kodex schengenských hraníc)
Smernica č. 2003/110/ES (letecky odsun)	Nariadenie č. 1931/2006 (malý pohraničný styk)
Smernica č. 2003/109/ES (dlhodobý pobyt)	Nariadenie č. 2007/2004/ES (Frontex)
Smernica č. 2004/81 (obete obchodovania)	Nariadenie č. 863/2007/ES (RABITs)
Smernica č. 2004/114/ES (študenti)	Nariadenie č. 444/2009/ES (cestovne doklady)
Smernica č. 2005/71/ES (výskumníci)	
Smernica č. 2008/115//ES (návrat)	Víza
Smernica č. 2009/50/ES (modra karta)	Rozhodnutie Rady č. 2004/512/ES (VIS)
Smernica č. 2009/52/ES (sankcie voči zamestnávateľovi)	Nariadenie č. 1987/2006/ES (SIS)

Prameň: vlastné spracovanie podľa: EURÓPSKA MIGRAČNÁ SIEŤ. *Organizácia azylovej a migračnej politiky v členských štátoch EÚ* [elektronický zdroj]. 2010. s. 18 [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf

⁶⁰ *Acquis communautaire* [fr.] – Právo Európskeho spoločenstva [elektronický zdroj]. Štandardizovaný medzinárodný slovník ekonomických pojmov a organizácií. [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: <http://ekonomika.oldweb-sulik.sk/ekonomicky-slovník/acquis-communautaire-pravo-europskeho-spolocenstva/>

⁶¹ EURÓPSKA MIGRAČNÁ SIEŤ. *Organizácia azylovej a migračnej politiky v členských štátoch EÚ* [elektronický zdroj]. 2010. s. 16-17 [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf

Členstvo v EÚ obmedzuje suverenitu štátu v rozhodovaní vo viacerých spoločných politikách, migračnú politiku nevynímajúc. Voľný pohyb pracovných síl patrí k základným princípom EÚ a vzťahuje sa na všetky štáty EHP. Patria sem všetky štáty EÚ, Island, Nórsko a Lichtenštajnsko. Je zakotvený v článku 45 Zmluvy o fungovaní EÚ a je ďalej rozvinutý sekundárnej legislatíve a judikatúre súdneho dvora. Všetci občania EÚ majú právo hľadať si zamestnanie v inom štáte, pracovať a bývať tam bez dodatočného povolenia a ostať v danom štáte aj po ukončení práce.⁶² Migrácia z členských štátov EHP je preto veľmi ťažko korigovateľná. Právo žiť vo Veľkej Británii majú teda všetci občania EÚ a štátov EHP, ktorí tam pracujú alebo majú dostatok finančných prostriedkov, aby prežili a nemuseli pritom poberať sociálne dávky. Nie sú na to potrebné žiadne povolenia k pobytu alebo registrácie.⁶³ Rodinní príslušníci (manželka, nezaopatrené deti) majú rovnaké právo žiť a pracovať vo VB, pokiaľ sú tiež občanmi niektorého zo štátov EHP. Ak nie sú, rodina musí získať pred imigráciou rodinné povolenie (tzv. family permit).⁶⁴ Všetci občania EÚ, ktorí žili vo veľkej Británii dlhšie ako 5 rokov, majú právo na trvalý pobyt. Všetci, ktorí tam žijú dlhšie ako 6 rokov môžu v prípade záujmu požiadať o britské občianstvo.⁶⁵

Aby Veľká Británia v rámci svojej migračnej politiky ochránila svoj pracovný trh a zamedzila zneužívaniu britských sociálnych dávok, zaviedla povinnosť registrácie do tzv. „Workers Registration Scheme“ pre všetkých občanov štátov, ktoré pristúpili do EÚ po roku 2004. Túto registráciu pre Britskú hraničnú agentúru boli povinní vyplniť všetci pracovníci najneskôr mesiac po začatí pracovného pomeru. Táto povinnosť bola od 1.5. 2011 zrušená. Pracovné povolenie na prácu vo VB je potrebné len pre občanom Chorvátska. Toto opatrenie bolo zavedené aby chránilo domáci trh pred nadmerným prílivom pracovných síl z Chorvátska po jeho vstupe do EÚ v roku 2013.⁶⁶ Všetci občania štátov mimo EHP, ktorí sa rozhodnú emigrovať do Veľkej Británie, musia žiadať o víza a dodržať všetky britské imigračné podmienky. Táto povinnosť sa od roku 1982 zaviedla aj voči občanom Commonwealthu.

⁶² EURÓPSKA KOMISIA. *Voľný pohyb – občania EÚ* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=457&langId=sk>

⁶³ KRÁČMAR, Tomáš. *Veľká Británie život a podmienky* [elektronický zdroj]. EURES, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://portal.mpsv.cz/eures/podminky/britanie>

⁶⁴ GOV.UK. *Apply for an EEA family permit from outside the UK* [elektronický zdroj]. Government Digital Service, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/family-permit>

⁶⁵ GOV.UK. *Postavenie občanov štátov Európskej únie vo veľkej Británii* [elektronický zdroj]. Government Digital Service, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/news/statement-the-status-of-eu-nationals-in-the-uk>

⁶⁶ EUROPA.EU. *Pracovné povolenia* [elektronický zdroj]. Vaša Európa, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: https://europa.eu/youreurope/citizens/work/work-abroad/work-permits/index_sk.htm

Britská migračná politika bola doposiaľ najviac ovplyvňovaná členstvom v EÚ. Uplatňovanie základného práva na voľný pohyb osôb vo vysokej miere ovplyvňoval migračné toky z aj do Británie. Imigrácia do VB sa v posledných piatich rokoch pohybuje okolo 600 tisíc migrantov ročne. V porovnaní s rokom 2000 je to zvýšenie o takmer 50%. Dôvodom je práve otvorenie pracovného trhu pre chudobnejšie krajiny východnej a južnej Európy, ktoré vstupovali do EÚ v roku 2004, 2007, 2013. Aj napriek počiatočným obmedzeniam, pracovný trh Veľkej Británie bol čoraz viac zahlcovaný lacnou pracovnou silou pochádzajúcou z týchto členských štátov EÚ. V roku 2017 bola imigrácia do veľkej Británie na úrovni 578 tisíc (viď Graf 3) a z toho 154 tisíc imigrantov migrujúcich za prácou pochádzalo z Rumunska a 62 tisíc z Poľska (viď Tabuľka 7). Aj vysoká miera imigrácie bola jedným z dôvodov referenda o vystúpení VB z EÚ, ktoré sa konalo 23.6.2016 a bolo úspešné. VB 29.3.2017 aktivovala článok 50 Lisabonskej zmluvy o vystúpení VB z EÚ a momentálne sa nachádza v prechodnom období rokovaní, ktoré by malo trvať najdlhšie dva roky. Jeden z hlavných prínosov Brexitu vidí britská premiérka Mayová práve v zmene migračnej politiky. Vláda plánuje zredukovať prílev lacnej pracovnej sily z EÚ. Podľa nových pravidiel by títo ľudia mohli zostať v Británii len dva roky. Všetky pracovné ponuky, ktoré majú byť obsadené migrantami, musia byť najprv ponúknuté britským občanom. Navyše všetci migranti migrujúci za prácou budú musieť pred vstupom do krajiny získať pracovné povolenie. Vláda pri tom zamýšľa brať väčší ohľad na ekonomický a sociálne potreby krajiny a až potom na želania zamestnávateľov a imigrantov.⁶⁷ Táto zmena britskej imigračnej politiky by mala prebiehať v troch fázach. Voľný pohyb cez hranice sa skončí až po definitívnom odchode Veľkej Británie z EÚ, takže zmeny sa dotknú iba imigrantov, ktorí budú chcieť vstúpiť do krajiny po tomto termíne. Druhá tzv. prechodná fáza by mala trvať dva roky a počas nej by sa malo plynule prejsť k novým pravidlám imigračnej politiky. V tretej fáze už budú naplno využívané nové pravidlá, ktoré so sebou prinesú prísny výber pracovných imigrantov podľa ekonomických a sociálnych potrieb krajiny. Tieto pravidlá sú uvedené v pätnástom stranovom dokumente, ktorý vypracovala premiérka Mayová ako ponuku pre občanov EÚ.⁶⁸ Navyše, všetkým imigrantom, ktorý v krajine žijú dlhšie ako päť rokov,

⁶⁷ THE GUARDIAN. *The draft Home Office post-Brexit immigration policy document in full* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/05/the-draft-home-office-post-brexit-immigration-policy-document-in-full>

⁶⁸ THE GUARDIAN. *Leaked document reveals UK Brexit plan to deter EU immigrants* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/05/leaked-document-reveals-uk-brexit-plan-to-deter-eu-immigrants>

bude automaticky udelený štatút „usadených osôb“ a tieto osoby si budú môcť do krajiny priviesť partnerov aj deti. Na tých, ktorí nespĺňajú päť ročné obdobie ale prídu do krajiny pred Brexitom, ktorý je plánovaný na marec 2019, sa bude vzťahovať dvojročné tolerančné obdobie, na konci ktorého by mal byť vyriešený imigračný štatút a uchádzanie sa o štatút „usadenej osoby“.⁶⁹

3.1.2 Faktory motivujúce k emigrácii do Veľkej Británie

Ekonomické faktory a situácia na trhu práce zohrali významnú úlohu pri formilovaní trendov fluktuácie obyvateľstva do Veľkej Británie za posledné dve desaťročia. Na prelome 20. a začiatku 21. storočia, koloniálne prepojenie a siete tejto krajiny zostávajú kľúčové pre pochopenie jej prísťahovaleckých tokov a mechanizmu migračného systému. Veľký vplyv zohráva formovanie samotnej migračnej politiky, ale samotnú migráciu ovplyvňujú aj obchodná politika, makroekonomické ukazovatele, situácia na trhu práce, vzdelávanie a sociálne istoty.

Ľudia migrujú zo svojej domovskej krajiny z rôznych dôvodov, **ekonomické podmienky v domovskej krajine** sú však jedným z najdôležitejších faktorov. Ak sa zameriame na migračné toky z krajín EÚ, hlavnými migračnými faktormi v minulosti boli podmienky na trhu práce vo východnej Európe od konca 2. sv. vojny a vysoká miera nezamestnanosti okolo r. 2008 v krajinách južnej Európy v dôsledku globálnej finančnej krízy. Nezamestnanosť je jedným z hlavných determinantov ekonomickej situácie v krajine a zároveň jedným z najsilnejších „push“ faktorov migrácie. Dlhodobá nezamestnanosť znamená dlhodobý výpadok príjmu v rodine, čo spôsobuje neschopnosť postarať sa o rodinu, neschopnosť zabezpečiť základné životné potreby a pre ich uspokojenie sú ľudia schopní opustiť domovskú krajinu a migrovať do krajín, ktoré im ponúkajú možnosť tieto potreby uspokojiť. Nepriaznivá ekonomická situácia v domovskej krajine a situácia na trhu práce sú ďalšími dôležitými „push“ faktormi migrácie do Veľkej Británie. Pre ľudí žijúcich v chudobných krajinách, je migrácia do Veľkej Británie akousi efektívnou stratégiou na zvýšenie ich príjmu a na ochranu rodiny pred chudobou. Rovnako tak mzdové a príjmové

⁶⁹ TASR. *Občania EÚ v Británii: Mayovej ponuka v bodoch* [elektronický zdroj]. Euractiv, 2017. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/buducnost-eu/news/obcania-eu-v-britanii-mayovej-ponuka-v-bodoch/>

rozdiely medzi krajinou pôvodu a Veľkou Britániou sú hlavnou hnacou silou migrácie.⁷⁰ Opakom zlých ekonomických podmienok v domácej krajine, ktoré pôsobia ako „push“ faktory sú priaznivé ekonomické podmienky v cieľovej krajine. Tie pôsobia ako silné „pull“ faktory. V prípade Veľkej Británie sú to napríklad mzdové rozdiely medzi mzdami za tú istú prácu vykonávanú vo VB a v iných štátoch. Množstvo migrantov žijúcich vo VB minie iba časť svojho mesačného príjmu a zvyšok posiela vo forme remitencií späť do krajiny svojho pôvodu.

Ďalším faktorom ovplyvňujúcim imigráciu do VB je **vysoký dopyt po pracovnej sile**. V porovnaní so mzdovými nárokmi Britov, sú kvalifikovaní inžinieri z východnej Európy alebo Indie stále chápaní ako lacná no kvalifikovaná pracovná sila. Dobré jazykové znalosti angličtiny sú v tomto čase už samozrejmou, čo ešte viac napomáha tomuto trendu. Stúpajúce mzdové rozdiely medzi kvalifikovanou a nekvalifikovanou prácou hrajú tiež dôležitú rolu v rozhodovaní sa ľudí, či imigrovať práve do Veľkej Británie. Kvalifikovaní ľudia s dostatočným vzdelaním sú motivovaní vysokou návratnosťou ľudského kapitálu, zručností a vzdelania, čo robí z veľkej Británie atraktívnu krajinu pre takýchto migrantov. Takýto migranti dokážu lepšie znášať náklady migrácie a plnenie podmienok migračných úradov. Ďalšou skupinou je dopyt po pracovnej sile do nízko kvalifikovaných odvetví, o prácu v ktorých britskí občania strácajú dlhodobý záujem. Jedná sa napríklad o upratovacie služby, starostlivosť o deti, predávanie v obchodoch či práca vo výrobných fabrikách.⁷¹

Ako sme už spomenuli, **koloniálne prepojenia a siete VB** stále patria k dôležitým determinantom pôvodu jej migrantov. Migrácia so sebou prináša finančné, sociálne a psychologické náklady, ktoré možno eliminovať vtedy, ak má migrant vo Veľkej Británii rodinu či priateľov, alebo má výborné kultúrne či jazykové znalosti. Migračné siete uľahčujú prístup k podstatným informáciám, kde a ako nájsť prácu, pomoc pri obstarávaní bývania či starostlivosti o deti. Príkladom takejto krajiny je India, ako bývalý člen britského Commonwealthu. Požívanie angličtiny ako druhého štátneho jazyka a znalosť anglickej kultúry sú silnými faktormi povzbudzujúcimi emigráciu z Indie do Veľkej Británie.

⁷⁰ CZAICA, Mathias – de HAAS, Hein. *Determinants of Migration to the UK* [elektronický zdroj]. University of Oxford : COPAS, Migration Observatory briefing, 2017. s. 2. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2016/04/Briefing-Determinants-of-Migration-17-1.pdf>

⁷¹ GOV.UK. *Why do people come to the UK? (2) To work* [elektronický zdroj]. National Statistics, 2017. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/immigration-statistics-january-to-march-2017/why-do-people-come-to-the-uk-2-to-work>

Momentálne žije vo Veľkej Británii vyše 20 tisíc Indov (viď Tabuľka 3). Prítomnosť komunit prisťahovalcov môže tiež pomôcť imigrantom vyrovnáť sa s osobným a kultúrnym stresom súvisiacim s migráciou. Príkladom takejto komunity je najväčšia, v zahraničí žijúca, komunita Poliakov v Londýne. Aj tento fakt môžeme klasifikovať ako signifikantný faktor silnej migrácie z Poľska do Veľkej Británie. Ekonómovia sa domnievajú, že koloniálne väzby a kultúrne podobnosti môžu byť niekedy oveľa silnejšími „push“ faktormi ako mzdové rozdiely.⁷² Koloniálne prepojenie zároveň pomáhajú zrýchliť ekonomickú integráciu nových migrantov. Aj to je jeden z dôvodov, prečo má Veľká Británia najviac imigrantov práve z krajín, ktoré boli kedysi členmi Commonwealthu – napr. Pakistan je na 3. mieste v počte imigrantov na základe krajiny pôvodu (5,9% viď Tabuľka 3).

Aj **migračná politika** vo veľkej miere formuje prisťahovalectvo. Nárast legálnej migrácie do Veľkej Británie v poslednom desaťročí možno vysvetliť zavedením relatívne ľahko dostupného pracovného povolenia pre pracovníkov mimo EÚ začiatkom roku 2000, vládnym rozhodnutím otvoriť britský pracovný trh pre krajiny východnej Európy v máji 2004 a politikou podporujúcou zvyšovanie počtu zahraničných študentov na britských školách.⁷³ Aj keď existujú dôkazy, že zavádzanie reštriktívnej alebo expanzívnej migračnej politiky má určitý účinok pri znižovaní alebo zvyšovaní počtu prisťahovalcov, podľa Borisa Divinského, vplyv politických zmien je len minimálny v porovnaní s hospodárskymi, sociálnymi či politickými determinantmi migrácie.⁷⁴ Reštriktívne opatrenia migračnej politiky môžu viesť k zníženiu migrácie, no často so sebou prinášajú nárast tzv. neregulárnej migrácie či zvýšený počet žiadostí o azyl. Okrem migračných politík majú značný vplyv na migráciu napr. hospodárska a zahraničná politika štátu a členstvo v EÚ, ktoré v istej miere ovplyvňuje formovanie týchto politík. Rozširovanie radu členských štátov EÚ napomáhalo k zvyšovaniu migrácie a naopak, rozhodnutie Veľkej Británie o vystúpení z EÚ so sebou už teraz prináša prudké zmeny v migračných tokoch. Po Brexite zanikne vyše 300 tisícom britským dôchodcom žijúcim v EÚ nárok na bezplatnú zdravotnú starostlivosť. Budú teda nútení k imigrácii spať do Veľkej Británie. Tento problém sa týka aj všetkých Britov

⁷² GOV.UK. *Why do people come to the UK? (4) For family reason* [elektronický zdroj]. National Statistics, 2017. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/immigration-statistics-january-to-march-2017/why-do-people-come-to-the-uk-4-for-family-reasons>

⁷³ CZAIKA, Mathias – de HAAS, Hein. *Determinants of Migration to the UK* [elektronický zdroj]. University of Oxford : COPAS, Migration Observatory briefing, 2017. s. 4. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2016/04/Briefing-Determinants-of-Migration-17-1.pdf>

⁷⁴ DIVINSKY, B. *Zahraničná migrácia v Slovenskej republike, Vývojové trendy od roku 2000* [elektronický zdroj]. Bratislava, 2007. s. 12. [cit. 2018-03-28]. Dostupné na: <http://www.iz.sk/download-files/sk/iom/sfpa-boris-divinsky-Zahranicna-migracia-v-Slovenskej-republike.pdf>

pracujúcich kdekoľvek v EÚ.⁷⁵ Od aktivácie článku 50 Lisabonskej zmluvy, ktorá prebehla 29. marca 2017 má Veľká Británia dva roky na vyrokovanie všetkých podmienok týkajúcich sa aj migrácie.

Tabuľka 10 Prehľad faktorov motivujúcich k imigrácii do Veľkej Británie

Hlavné faktory	Determinanty
Ekonomické podmienky domácej krajiny	Nezamestnanosť Mzdové rozdiely Ekonomická situácia v krajine Situácia na trhu práce
Dopyt po pracovnej sile	Lacná vysokokvalifikovaná pracovná sila Nízkokvalifikované voľné pracovné pozície
Koloniálne prepojenia a siete	Kultúrne znalosti Jazykové znalosti Komunitné zázemie
Migračná politika	Expanzívna politika Reštriktívna politika Iné politiky – hospodárska, zahraničná

Zdroj: vlastné spracovanie podľa: CZAICA, Mathias – de HAAS, Hein. *Determinants of Migration to the UK* [elektronický zdroj]. University of Oxford : COPAS, Migration Observatory briefing, 2017. s. 4. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2016/04/Briefing-Determinants-of-Migration-17-1.pdf>

3.1.3 Typológia imigrantov vo Veľkej Británii

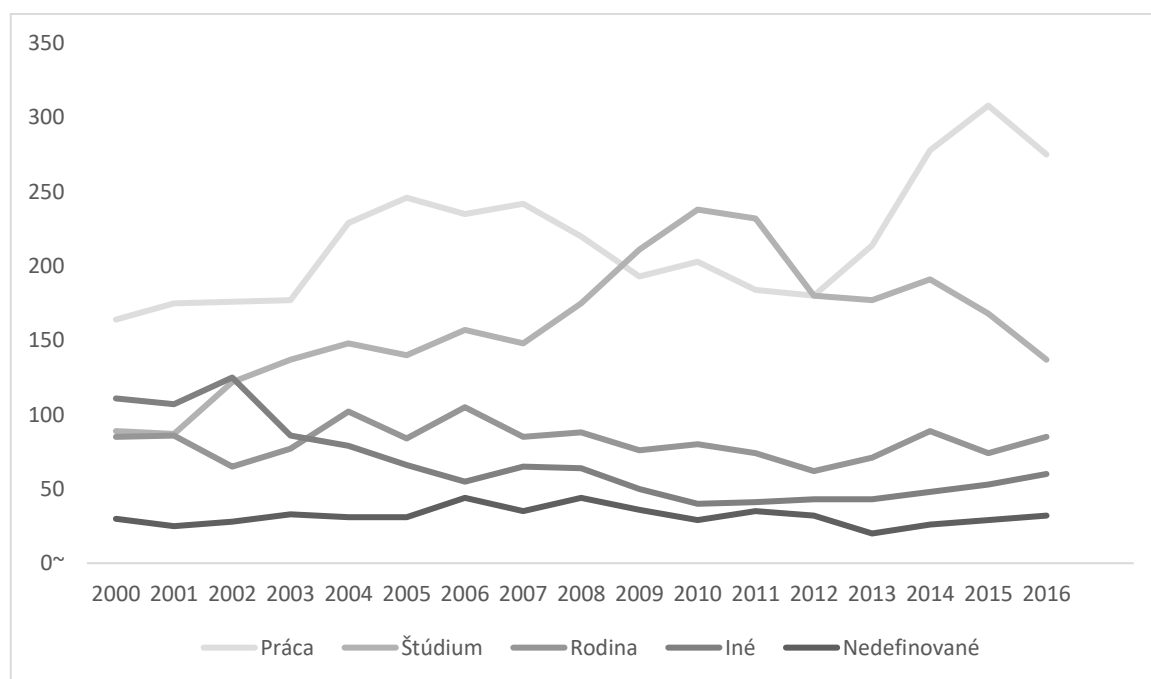
Typológiu migrantov vo Veľkej Británii možno definovať na základe dôvodu prečo emigrovali zo svojej domovskej krajiny. Faktory, ktoré ich migrácii motivujú, tzv „push“ a „pull“ faktory emigrácie sme si rozobrali v predošlej kapitole. Dôvodov prečo emigrovať do Veľkej Británie je hneď niekoľko. Podľa Národného štatistického úradu VB sú to hlavne:⁷⁶

⁷⁵ PARLAMENTÉ LISTY. *Hrozí veľká britská migrácia. Štatistiky Britov žijúcich v krajinách EÚ môže brexit donútiť vrátiť sa domov* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <http://www.parlamentnelisty.sk/arena/monitor/Hrozi-velka-britska-migracia-Statistiky-Britov-zijucich-v-krajinach-EU-moze-brex-it-donutit-vratit-sa-domov-283291>

⁷⁶ OFFICE FOR NATIONAL STATISTIC. *Migration Statistic Quarterly Report February 2018* [elektronický zdroj]. 2018. s. 17. [cit. 2018-03-21]. Dostupné na:

1. Pracovné dôvody
2. Študijné dôvody
3. Rodinné dôvody
4. Sociálno-politické dôvody
5. Iné/d'alšie dôvody

Graf 4 Vývoj počtu imigrantov vo VB podľa dôvodu ich emigrácie z krajín pôvodu v rokoch 2000-2016 (v tisícoch)

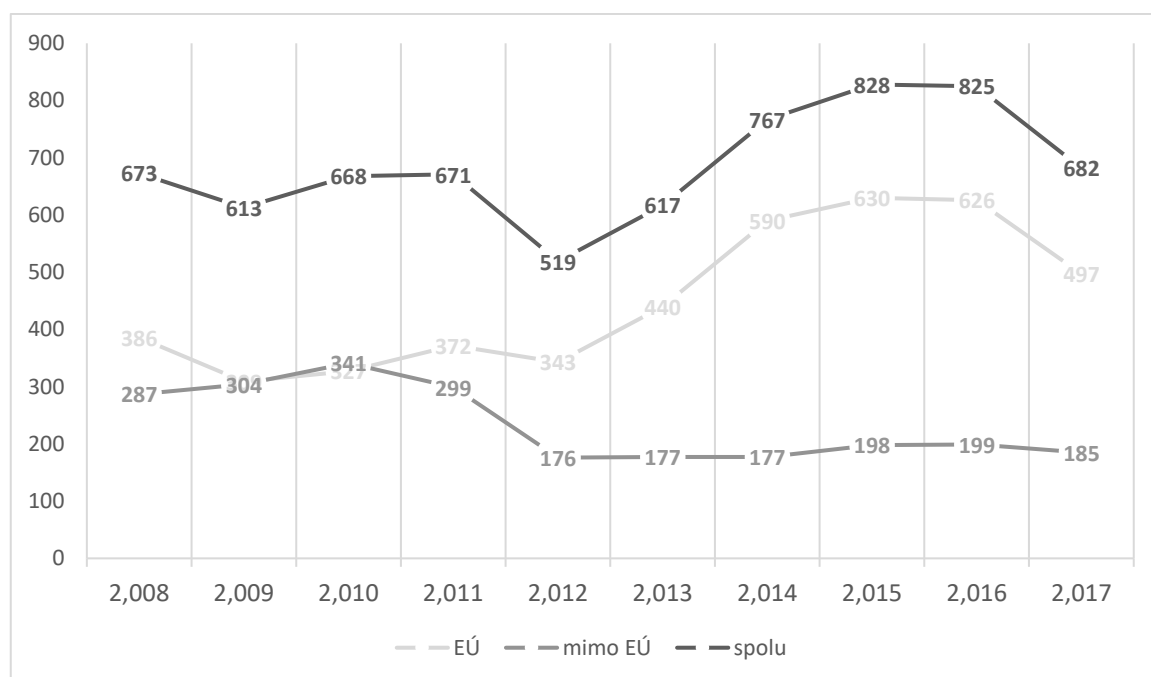


Prameň: vlastné spracovanie podľa: OFFICE FOR NATIONAL STATISTIC. *International migration – table of contents* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/data-sets/tableofcontents>

Pracovné dôvody sú najčastejšie uvádzané dôvody emigrácie do Veľkej Británie. Relatívne stabilná ekonomická situácia a rastúca ekonomická výkonnosť tejto krajiny vytvárajú výborné podmienky pre vznik nových a rast už existujúcich firiem. Dopyt po pracovnej sile je vyšší ako ponuka na trhu práce a táto medzera je vyplňaná emigrantami. Vyššie mzdové ohodnotenie je pre emigrantov vstupujúcich na britský trh práce vysokou pridanou hodnotou a už spomínaným „pull“ faktorom migrácie. Veľká Británia je ešte stále členom EHP, ktorého členovia využívajú v tomto priestore slobodu pohybu osôb, tovarov,

služieb a kapitálu. Členskými štátmi sú všetky štáty EÚ, Lichtenštajnsko, Island a Nórsko. To znamená, že všetci migranti, ktorý pochádzajú z členských štátov EHP nepotrebujú na emigráciu do Veľkej Británie víza. Charakterizovať pracovnú migráciu do VB len na základe počtu udelených pracovných víz by bolo preto nedostatočné a zahŕňalo by iba krajiny mimo EHP. Oveľa presnejším determinantom je „National Insurance Number“ – číslo sociálneho poistenia, ktoré musí byť pridelené každému pracujúcemu človeku vo VB. Toto číslo slúži na identifikáciu všetkých záznamov súvisiacich s daňami a daňovým úradom, prácou, penziou a ďalšími nárokmi na sociálnu starostlivosť. Prideluje ho britské Ministerstvo práce a dôchodkov (Department for work and pension). Na základe počtu pridelených čísel sociálneho poistenia si vieme lepšie priblížiť štruktúru emigrácie do veľkej Británie z pracovných dôvodov.

Graf 5 Pracovná imigrácia do VB za roky 2008 - 2017 (v tisícoch migrantov)



Prameň: vlastné spracovanie podľa: GOV.UK. *National Insurance number to adult overseas nationals to December 2017* [elektronický zdroj]. Department for Work and Pensions, 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/statistics/national-insurance-number-allocations-to-adult-overseas-nationals-to-december-2017>

V roku 2017 požiadalo o pridelenie čísla sociálneho poistenia 683 tisíc migrantov, pritom 73% z toho boli migrant pôvodom z EU. Oproti roku 2016 išlo o pokles o 17%. Tento pokles možno vysvetliť aj aktivovaním článku 50 Lisabonskej zmluvy a začatím rokovaní o vystúpení VB z EÚ. Najviac žiadostí za rok 2017 v rámci EÚ pochádzalo od občanov

Rumunska, Poľska, Talianska, Bulharska a Španielska. Čo sa týka krajín mimo EÚ, tu dominovala India, Pakistan, Austrália, Čína a USA. Až 36% týchto žiadostí bolo registrovaných v Londýne.⁷⁷

Tabuľka 7 Top 5 krajín v registrácii na číslo sociálneho poistenia za rok 2017

EÚ celkovo	497 000	Mimo EÚ celkovo	185 000
Rumunsko	154 000	India	32 000
Poľsko	62 000	Pakistan	12 000
Taliansko	51 000	Austrália	11 000
Bulharsko	39 000	Čína	11 000
Španielsko	36 000	USA	10 000

Prameň: Vlastné spracovanie podľa: GOV.UK. *National Insurance number to adult overseas nationals to December 2017* [elektronický zdroj]. Department for Work and Pensions, 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/statistics/national-insurance-number-allocations-to-adult-overseas-nationals-to-december-2017>

Dôsledkom pracovnej migrácie je pozitívny prínos pracujúcich migrantov na ekonomiku Veľkej Británie. Okrem rozvoja národného hospodárstva, môžeme hovoriť aj o komplementárnej, flexibilnej a produktívnej pracovnej sile, ktorá často zapĺňa väčšie či menšie medzery na pracovnom trhu VB a kompenzuje nedostatočnú geografickú a funkčnú mobilitu domácich obyvateľov. Vysoká úroveň migrácie z pracovných dôvodov je spojená aj s nevôľou britského obyvateľstva. Vysoký počet zahraničných imigrantov zahŕňa britský pracovný trh, a imigranti zaberajú voľné pracovné miesta, ktoré by mohli byť obsadené britskými občanmi. Zároveň ochota migrantov pracovať za nižšie mzdy v porovnaní s Britmi, vytvára veľké mzdové rozdiely medzi imigrantami a občanmi VB a destabilizuje pracovný trh. Na druhej strane, príliv vysokokvalifikovanej pracovnej sily (tzv. brain-gain) znižuje náklady štátu na vzdelávanie. Zvyšuje sa tak objem „najcennejšieho“ ľudského kapitálu krajiny v produktívnom veku a zvyšuje sa počet ekonomicky aktívneho mladého obyvateľstva.

⁷⁷ GOV.UK. *National Insurance number to adult overseas nationals to December 2017* [elektronický zdroj]. Department for Work and Pensions, 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/statistics/national-insurance-number-allocations-to-adult-overseas-nationals-to-december-2017>

Migrácia zo **študijných dôvodov** je druhým najčastejším motívom migrácie do VB. Kvalitné vzdelanie je dnes základom pre úspešný pracovný život mladých ľudí, preto sa čoraz častejšie vyberajú študovať do zahraničia. Veľká Británia je veľmi obľúbenou voľbou, pretože študijným a zároveň aj štátnym jazykom v tejto krajine je angličtina, jeden z popredných svetových jazykov. Nachádzajú sa tu popredné svetové univerzity s dlhoročnou tradíciou: Oxfordská univerzita, Univerzita v Cambridge, Londýnska škola ekonomiky a politických vied, Londýnska biznis škola a mnohé iné.⁷⁸ V januári 2018 vydala Vysokoškolská štatistická agentúra⁷⁹ (ďalej len HESA) najnovšiu štatistiku týkajúcu sa štúdií na britských školách. V roku 2017 bol počet študentov na britských školách viac ako 2,3 milióna z toho 442 tisíc študentov pochádzalo zo zahraničia. Študentov, ktorí pochádzajú z krajín EÚ bolo 134 tisíc a mimoeurópskych študentov bolo vo VB 307 tisíc. Najviac zahraničných študentov študuje na University College v Londýne, Kings College v Londýne, Edinburskej univerzite a Univerzite v Glasgow. Až 56% všetkých postgraduálnych študentov študujúcich v roku 2018 vo VB pochádza zo zahraničia.⁸⁰

Tabuľka 8 Zahraniční študenti študujúci vo Veľkej Británii (konkrétny počet)

Z krajín EÚ	Z krajín mimo EÚ
134 835	307 540

Najzastúpenejšie krajiny EÚ		Najzastúpenejšie krajiny mimo EÚ	
Nemecko	13 735	Čína	95 090
Francúzsko	13 560	USA	17 580
Taliansko	13 455	Hong Kong	16 680
Írsko	10 070	India	16 380
Grécko	10 045	Malajzia	16 370
Cyprus	9145	Nigéria	12 665

Prameň: vlastné spracovanie podľa: HESA. *Where students come from and go to study* [elektronický zdroj]. Higher Education Student Statistics: UK, 2016/2017, 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.hesa.ac.uk/news/11-01-2018/sfr247-higher-education-student-statistics/location>

⁷⁸ DREAMSTIME. *TOP 25 univerzít na svete. Takto obstáli* [elektronický zdroj]. 2014. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.aktuality.sk/clanok/258965/top-25-univerzit-na-svete-takto-obstali/>

⁷⁹ Z angl. Higher Education Statistics Agency

⁸⁰ HESA. *Where students come from and go to study* [elektronický zdroj]. Higher Education Student Statistics: UK, 2016/2017, 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.hesa.ac.uk/news/11-01-2018/sfr247-higher-education-student-statistics/location>

Treba podotknúť, že nie všetci zahraniční študenti študujúci vo veľkej Británii sa považujú za migrantov. V septembri 2007 boli „visitor“ pravidlá upravené a rozšírené o kategóriu „student visitor“. Do tejto kategórie spadajú všetci študenti, ktorí chcú študovať vo Veľkej Británii menej ako 6 mesiacov alebo študovať angličtinu formou kurzov najdlhšie 11 mesiacov ak popri štúdiu nepracujú a nechcú si predĺžovať svoje „student visitor“ povolenie, pretože ľudia, ktorí sa zdržiavajú vo Veľkej Británii menej ako 1 rok sa nepovažujú za migrantov.⁸¹ Títo študenti si so sebou nesmú priviesť žiadne „závislé a sprevádzajúce osoby“.⁸²

Dôsledkom migrácie zo študijných dôvodov je zvyšujúci sa podiel vysokoškolsky vzdelaného obyvateľstva a vysokokvalifikovanej pracovnej sily vo VB, nakoľko množstvo zahraničných študentov študujúcich na britských vysokých školách popri štúdiu pracuje a veľká časť študentov zostáva po ukončení štúdia natrvalo žiť a pracovať vo VB, aj keď sa z počiatku chceli vrátiť do svojej domovskej krajiny.

Rodinné dôvody emigrovania sú veľmi časté. V mnohých prípadoch najprv emigruje jeden člen rodiny, ktorý vytvorí vhodné podmienky a zázemie pre jednoduchšie adaptovanie sa novému prostrediu a po nejakom čase za ním emigruje aj zvyšok rodiny. O rodinnom emigrovaní hovoríme aj vtedy, ak si zahraničný občan počas svojho dlhodobejšieho, napr. študijného pobytu vytvorí partnerský vzťah s britským občanom a na základe tejto skutočnosti sa rozhodne emigrovať. Vízum na pobyt môže byť jednotlivcovi udelené na základe vzťahu s osobou urvala usadenou vo Veľkej Británii – to znamená, že táto osoba má povolenie na pobyt, alebo na základe vzťahu s britským občanom. Druhú skupinu rodinnej migrácie tvoria tzv. „závislé a sprevádzajúce osoby“. Do tejto skupiny patria emigranti, ktorým bolo udelené vízum na základe vzťahu s iným migrantom, ktorý nie je usadená osoba ani britský občan. Počet migrantov, ktorí uvádzali rodinné dôvody sa zvýšil najmä po roku 2011, kedy voľný pohyb osôb v rámci EÚ začal platiť aj pre štáty, ktoré pristúpili do EÚ v roku 2004. Občania chudobnejších štátov východnej a južnej Európy sa začali vo veľkom počte sťahovať do Veľkej Británie, aj kvôli vysokým sociálnym dávkam a kvalitnému zdravotnému systému. Britská vláda preto začala hovoriť o zneužívaní tohoto

⁸¹ HAWKINS, Oliver. *Migration statistics* [elektronický zdroj]. House of Commons Library, Briefing, 2018. s. 7. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: [file:///C:/Users/Injoy%20Study/Downloads/SN06077%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Injoy%20Study/Downloads/SN06077%20(1).pdf)

⁸² GOV.UK. *Policy and legislative changes affecting migration to the UK: timeline* [elektronický zdroj]. Home Office, 2014. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/policy-and-legislative-changes-affecting-migration-to-the-uk-timeline>

systemu. Zabránenie zneužívania sociálnych výhod a regulácie takejto migrácie boli ďalšími dôvodmi, prečo sa občania Veľkej Británie rozhodli v referende pre odchod z EÚ.

Pri diferenciácii imigrantov vo VB, nesmieme zabúdať ani na skupinu imigrantov, ktorý sa rozhodli imigrovať na základe **sociálno-politických dôvodov**. Medzi tieto dôvody migrácie zaradzujeme diskrimináciu a prenasledovanie kvôli rase, farbe pleti, jazykovej príslušnosti, náboženskej príslušnosti, pohlaviu či sexuálnej orientácii. Ďalej vojny, ozbrojené konflikty, spoločenské konflikty, rasizmus, nedodržiavanie ľudských práv atď. Tieto dôvody sú viac charakteristické pre neregulárnu migráciu, ale istá časť regulárnych migrantov vo VB uvádza ako odôvodnenie svojej imigrácie práve sociálno-politické dôvody. Niektoré zo sociálno-politických dôvodov sú hlavnou príčinou nútenej migrácie. Do tejto skupiny spadajú imigranti, ktorí museli opustiť svoju domovskú krajinu kvôli závažným existenčným problémom či dlhodobu pretrvávajúcim krízovým situáciám, ako vojna, prenasledovanie, diskriminácia, porušovanie ľudských práv a pod. Sociálno-politické dôvody migrácie možno charakterizovať aj tým, že sa v rovnakom čase a na rovnakom mieste stanú dôvodmi na migráciu nie len pre jednotlivcov, ale zvyčajne veľké skupiny ľudí, ktorí potom migrujú na rovnaké miesta. Príkladom sociálno-politických dôvodov imigrácie do Veľkej Británie je napríklad imigrácia rómskeho obyvateľstva z krajín EÚ, ktoré ako dôvod svojej imigrácie uvádza zlé životné podmienky, diskrimináciu a prejavy rasizmu v spoločnosti a nedodržiavanie ľudských a menšinových práv. Väčšina týchto imigrantov emigruje s celou svojou rodinou.

Dôsledky rodinnej migrácie a migrácie zo sociálno-politických dôvodov možno spojiť do jedného celku. Sú nimi napríklad vytváranie a nárast jednotlivých komunít imigrantov rovnakej národnosti alebo etnika, žijúcich na jednom mieste, vytváranie rôznych kultúrnych centier, spolkov, posilnenie sociálnej súdržnosti v komunitách... Negatívom takejto migrácie je zvyšovanie politického napätia medzi pôvodným obyvateľstvom a daným etnikom, na základe kultúrnej a jazykovej odlišnosti, či dokonca neprispôobilosti imigrantov k britskému spoločenskému, kultúrnemu a ekonomickému systému, vytváranie izolovaných ino-kultúrnych spoločenstiev. Pri prudkom náraste imigrantov z jednej krajiny sa tiež môže dramaticky zmeniť rasová, etnická a náboženská štruktúra obyvateľstva. Veľké migračné vlny so sebou môžu prinášať radikalizáciu politickej scény, nárast proti migračných občianskych nálad, sociálny ekonomické problémy a ďalšie rizikové faktory, predovšetkým je to medzinárodná organizovaná kriminalita.

3.2 Dosahy emigrácie na zmeny marketingových stratégií firiem vo Veľkej Británii

Ako sme už vyššie uviedli, Veľká Británia je druhou európskou krajinou, ktorá hostí najväčší počet migrantov na svete (viď Graf 2). Ich počet bol v roku 2017 približne 8,8 miliónov. Za posledných 5 rokov (2013-2017) bola čistá migrácia v krajine na úrovni 1 milión 347 tisíc (viď Graf 3) a pôvod týchto migrantov je nie len v európskych krajinách ale aj mimo EÚ. Najväčšou skupinou imigrantov vo Veľkej Británii sú Poliaci. Tí začali po vstupe do EÚ v roku 2004 hromadne odchádzať za prácou do západných krajín Európy, hlavne do VB a Írska. Dôvodom bola vysoká nezamestnanosť v domácom Poľsku, ktorá sa pohybovala na úrovni okolo 20%, vidina lepších pracovných možností a životnej úrovne v západných krajinách. Momentálne vytvárajú Poliaci v Londýne najväčšiu žijúcu komunitu Poliakov v zahraničí. Ďalšími veľkými skupinami imigrantov vo Veľkej Británii sú imigranti z Indie a Pakistanu. Občania týchto dvoch krajín, ako bývalí členovia britského Commonwealthu, majú veľkú jazykovú aj kultúrnu blízkosť k Veľkej Británii, preto si vyberajú práve túto krajinu ako cieľovú pre svoju imigráciu. Na štvrtom mieste sú Rumuni, ktorí začali do Veľkej Británie migrovať podobne ako Poliaci po svojom vstupe do EÚ v roku 2007, kvôli vysokej miere nezamestnanosti a nízkej životnej úrovni v Rumunsku. Piate miesto patrí imigrantom z Číny. Tí však na rozdiel od predchádzajúcich národov migrujú do Veľkej Británie hlavne z dôvodu štúdia a rozvoju biznisu. V roku 2017 hostila Veľká Británia 8,8 miliónov migrantov z celého sveta, kým v roku 2000 ich bolo len 4,7 miliónov.⁸³ Počet migrantov vo VB sa teda v posledných pätnástich rokoch zvýšil o 4,1 milióna. Tomuto trendu zmiešanej multikultúrnej spoločnosti sa museli prispôbiť aj firmy operujúce na britskom trhu. Ak chceli byť naďalej ziskové a úspešné, bolo potrebné aby modifikovali svoje marketingové stratégie a dokázali tak osloviť aj zákazníkov, ktorí do Veľkej Británie imigrovali.

⁸³ UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. s. 6. [cit. 2018-04-03]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf

3.2.1 Zmeny v stratégii nákladového vodcovstva

Stratégia nákladového vodcovstva si kladie za cieľ prekonať svojich konkurentov produkciou tovarov a poskytovaním služieb za najnižšiu cenu. To sa dá dosiahnuť dvoma spôsobmi a to znížením fixných a variabilných nákladov alebo znížením vlastnej podnikateľskej marže. Ako sme uviedli v Tabuľke 5, hlavnými faktormi motivácie migrovať do Veľkej Británie sú práve zlé ekonomické podmienky v domácej krajine, vysoká nezamestnanosť, nízke platové ohodnotenie, mzdové rozdiely medzi mzdou vo Veľkej Británii a domovskej krajine, za rovnakú odvedenú prácu. Množstvo migrantov preto smeruje do Veľkej Británie s úmyslom nájsť si prácu a zlepšiť tak svoju vlastnú, či dokonca rodinnú finančnú situáciu. Práve táto skutočnosť je veľmi pozitívna pre britské firmy, ktoré sa chcú uberať cestou stratégie nákladového vodcovstva. Vo všeobecnosti, migranti sú ochotní pracovať za nižšie platové ohodnotenie ako britskí občania. V porovnaní so mzdou, ktorú dostávali v domácej krajine, je aj napriek zníženiu od pôvodnej mzdy poskytovanej britskému občanovi, niekedy mnohonásobne vyššia. Pre porovnanie, minimálne mzda v Poľsku predstavovala za rok 2017 hodnotu 454€, v Rumunsku 274€ a vo Veľkej Británii to bolo až 1400€. ⁸⁴ Vybrané krajiny porovnávame preto, lebo migrantov pochádzajúcich z týchto krajín je vo Veľkej Británii najviac (viď Tabuľka 4). V odvetviach, kde manuálnu prácu nemožno nahradiť robotmi a automatizovanou výrobou, dáva zamestnávanie imigrantov veľkú možnosť na znižovanie variabilných nákladov. Náklady na mzdy pracovníkov tvoria totiž veľkú časť celkových nákladov na chod firmy. Veľkou pridanou hodnotou imigrantov vo VB je v dnešnej dobe aj vysoká jazyková znalosť angličtiny. Napríklad imigranti z Indie a Pakistanu, z bývalých krajín britského Commonwealthu, majú výborný jazykový základ. Tak isto aj austrálski imigranti, ktorí sú v počtom na siedmom mieste. Toto jazykové zvýhodnenie sa však nemusí prioritne vzťahovať len na migrantov z týchto krajín, pretože angličtina je dnes svetovým jazykom číslo jeden a jej znalosť je rozšírená vo väčšine štátov sveta. Takýto migranti zastávajú aj vyššie manažérske posty alebo si zakladajú vlastné firmy, kde úspešne využívajú stratégiu nákladového vodcovstva. Pretože okrem prioritného zamestnávania imigrantov, ako podpory komunity, v ktorej častokrát žijú, sú ochotní znížiť si vlastnú maržu v porovnaní s britskými spoločnosťami, sú vo svojom podnikaní s použitím tejto stratégie veľmi úspešní. Najlepšou kombináciou pre

⁸⁴ *Minimálna mzda v EÚ, Rok: 2017* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-04-03]. Dostupné na: <http://www.minimalnamzda.sk/v-eu.php>

použitie stratégie nákladového vodcovstva je kombinácia vysokej kvalifikácie imigrantov a relatívne nízkych požiadaviek na platové ohodnotenie v porovnaní s britskými občanmi. Vysokokvalifikovaní pracovníci sú mnohokrát nútení opustiť svoje domovy pre nemožnosť zamestnať sa alebo nedostatočné finančné ocenenie ich kvalitnej práce. Cieľovou destináciou pre nich sa vo väčšine prípadov stáva práve Veľká Británia a ďalšie štáty západnej Európy. Je potrebné zohľadniť aj fakt, že migranti s nízkou kvalifikáciou, hľadajúci si prácu vo Veľkej Británii, sú často ochotní vykonávať aj povolania, ktoré sa Britom vidia finančne neatraktívne a podradné. Napríklad upratovacie služby, stráženie detí, práca v supermarketoch, ako robotník na stavbách a podobne. Aj táto skutočnosť zohráva dôležitú úlohu pri najímaní cudzích pracovníkov a cielenom znižovaní nákladov.

3.2.2 Zmeny v stratégii diferenciácie

Stratégia diferenciácia spočíva v odlišnosti produktu alebo služby od produktov a služieb ponúkaných konkurenciou. Predpokladom pre použitie stratégie diferenciácie je nejaká unikátna vlastnosť produktu alebo špeciálne know-now, ktoré umožňuje inovácie produktov a služieb. Diferencovať produkt od konkurencie na základe unikátnej črty však vôbec nie je jednoduché. Mnohým firmám pôsobiacim na britskom trhu k tomu dopomohla vysoká miera migrácie. Viacero celosvetovo pôsobiacich módnych domov prispôsobuje svoje kolekcie národným trhom. Príkladom je napríklad spolupráca londýnskej University Arts – London college of fashion a módneho domu Louis Vuitton. Základom tejto spoluprácu bol prieskum predaja Louis Vuitton produktov na britskom trhu za rok 2016. Výsledkom prieskumu bol prekvapivo fakt, že veľký podiel na kúpe produktov tejto módnej značky majú spotrebitelia z Indie žijúci vo Veľkej Británii. Preto sa tento módny dom rozhodol, že v spolupráci v vyššie uvedenou londýnskou univerzitou navrhne kolekciu kabeliek na rok 2017, inšpirovanú prvkami indickej kultúry. Zakomponovanie indických módnych prvkov do dizajnu kabeliek dodalo tejto kolekcií inovatívne a jedinečné produktové vlastnosti, čím sa táto kolekcia dokázala diferencovať od ostatných kolekcií a značiek. Výsledky predaja v roku 2017 boli prekvapujúco vysoké. Diferenciácia týchto produktov zameraná na mimoeurópske črty zaujala nie len indickú menšinu žijúcu vo Veľkej Británii, ale aj ďalších spotrebiteľov. Módny dom Louis Vuitton v tomto období na britskom trhu zvýšil svoje zisky v roku 2017 o takmer 20%, čím sa táto stratégia diferenciácia ukázala ako veľmi dobrá.

3.2.3 Zmeny v stratégii zamerania

Ak chce firma používať stratégiu zamerania, musí sa zamerať na úzky segment v rámci trhu. V rámci tohto segmentu sa potom môže orientovať na cenu alebo odlišnosť v nejakej unikátnej vlastnosti. Predpokladom správneho zamerania je preto prísne zadefinovanie si svojej cieľovej skupiny. Vo Veľkej Británii sú jednými z týchto skupín a rôzne skupiny migrantov, väčšinou zadefinované podľa krajiny pôvodu. Vysoká miera migrácie poskytla britským firmám možnosť zamerať sa v rámci stratégie zamerania na tzv. „*niché market*“.⁸⁵ „*Niché market*“ môžeme definovať ako diery na trhu. Je to oblasť trhu, ktorá ešte nie je riešená alebo obsadená konkurenciou. Inak povedané je to málo alebo vôbec penetrovaný, teda neobsadený trh.⁸⁶ Firmy, ktoré sa zameriavajú na „*niché market*“ vymenili trh s veľkým počtom zákazníkov za medzery na trhu, ktoré sa dajú jednoduchšie zaplniť. Na týchto trhoch sa dá dosiahnuť veľký trhový podiel, ba dokonca až monopolné postavenie. Využívaním trhových medzier sa dá málokedy dosiahnuť masové rozšírenie produktu, no na druhej strane je jednoduché získať dominanciu a rýchly firemný rast, ktorý neskôr umožní aj vstup na hlavné trhy. Túto stratégiu trhových medzier využívajú hlavne startupové začínajúce firmy a firmy s nízkym rozpočtom určeným na marketing. Preto je využiteľná tak pre britské firmy, ako aj pre imigrantov, ktorí sa rozhodnú založiť si vlastnú firmu pôsobiacu na britskom trhu. Takéto diery na britskom trhu vznikajú práve prílivom migrantov z rôznych krajín a to tak, že každá z týchto skupín vytvára dopyt po produktoch a službách špecifických pre ich domovskú krajinu. Príkladov pozitívneho využitia stratégie zamerania na britskom trhu je niekoľko. Napríklad, vo Veľkej Británii existuje viacero mobilných a virtuálnych operátorov, ktorí sa rozhodli zamerať sa na vybrané skupiny imigrantov z danej krajiny a poskytujú im najnižšie ceny za volania do zahraničia – do Poľska, Indie, Rumunska, Číny... Ďalším príkladom presného zacielenia sú firmy, ktoré poskytujú služby šité na mieru tej ktorej skupine migrantov. Ako sme už vyššie uviedli, mnoho imigrantov sa rozhodne založiť si vlastnú firmu pôsobiacu na britskom trhu. Mnohé z týchto firiem zamestnávajú prioritne migrantov z domovskej krajiny zakladateľa firmy a podniková kultúra týchto firiem je prispôsobená kultúre domovskej krajiny. Takého firmy sú vo väčšine

⁸⁵ ZIKMUND, Martin. *Generické strategie aneb základ, na kterém můžete stavět i dnes* [elektronický zdroj]. BusinessVize, 2011. [cit. 2018-04-04]. Dostupné na: <http://www.businessvize.cz/strategie/genericke-strategie-aneb-zaklad-na-kterem-muzete-stavet-i-dnes>

⁸⁶ *Tržní výklenek (Market niche)* [elektronický zdroj]. Management Mania, 2018. [cit. 2018-04-04]. Dostupné na: <https://managementmania.com/cs/trzni-vyklenek>

prípadoch zameraných na úzky segment produktov a služieb, charakteristických pre domovskú krajinu. Vo Veľkej Británii existuje niekoľko materských škôlok, ktoré sú určené len pre deti imigrantov z jedného štátu a rozpráva sa v nich rodným jazykom detí. Ďalej sú to dvojazyčné jazykové školy, kancelárie prvého kontaktu a pomoci, kultúrne centrá, ktoré sú zvyčajne vlastnené aj prevádzkované ľuďmi, ktorí prišli do Veľkej Británie sami ako migranti, ale žijú tam už dlhšie. Veľkú medzeru na trhu tvorí aj nedostatok potravín, ktoré pochádzajú z tej ktorej domovskej krajiny imigrantov a vo Veľkej Británii nie sú skoro vôbec dostupné. Niektoré firmy sa preto rozhodli zaplniť túto diery na trhu a zamerať sa na dovoz či výrobu týchto potravín. To isté platí pre majiteľov a prevádzkovateľov niektorých reštaurácií. Ako príklad môžeme uviesť pravdepodobne najznámejší internetový obchod s českými a slovenskými potravinami vo Veľkej Británii. Jeho majiteľom je Čech žijúci v Londýne a pre veľkú úspešnosť už otvoril aj prvú kamennú predajňu v Londýne.⁸⁷

3.2.4 Predikcia možných dosahov zmeny migračnej politiky Veľkej Británie na marketingové stratégie firiem v nasledujúcom období

Od roku 1997 po súčasnosť sa čistá migrácia vo Veľkej Británii výrazne zvýšila. Či už hovoríme o migrácii z krajín EÚ alebo z ostatných krajín sveta.⁸⁸ Zvyšujúci sa počet zahraničných imigrantov bol priamoúmerný vplyvu tejto migrácie na zmeny marketingových stratégií, ktoré britské firmy doposiaľ používali. Čím vyšší bol počet imigrantov, tým viac sa firmy sústreďovali na využitie tohto faktu vo svojich stratégiách. Zamestnávaním imigrantov za nižšie platové podmienky si firmy znižovali celkové náklady firmy a mohli tak využívať stratégiu nákladového vodcovstva. Veľké skupiny imigrantov, rozdelené podľa národností, predstavovali stále väčší dopyt po špecifických produktoch a službách, ktoré sa dovtedy na britskom trhu nepredávali a tým vznikali medzery na trhu, ktoré mohli šikovné firmy rýchlo zaplniť a získať tak vysoký podiel v tom danom segmente trhu. Predikovať ale ďalší vývoj a vplyv migrácie na marketingové stratégie britských firiem je veľmi zložitá, nakoľko Veľká Británia sa rozhodla pre odchod z EÚ. Oficiálne vystúpenie je plánované na rok 2019. Ako sme už vyššie uviedli, jedným z hlavných dôvodov odchodu

⁸⁷ JANA. *České a slovenské potraviny a obchody v UK: seznam a mapa* [elektronický zdroj]. Velká Británie online magazín, 2017. [cit. 2017-04-05]. Dostupné na: <https://www.velka-britanie.co.uk/ceske-a-slovenske-potraviny-obchody-v-uk-mapa/>

⁸⁸ THE GUARDIAN. *Leaked document reveals UK Brexit plan to deter EU immigrants* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-07]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/05/leaked-document-reveals-uk-brexit-plan-to-deter-eu-immigrants>

je aj obmedzenie migrácie na „udržateľnú úroveň“. Táto „udržateľná úroveň“ predstavuje podľa premiérky Mayovej „niekoľko desiatok tisíc“ prisťahovalcov.⁸⁹ Premiérka Mayová to uviedla v zverejnenom vládnom 82 stranovom dokumente, ktorý bol označený ako „official sensitive“, voľne preložené „citlivý dokument“. Opatrenia, ktoré sú v tomto dokumente navrhované majú obmedziť prílev lacnej pracovnej sily do VB po Brexite. Predstavujú akýsi plánovaný zákrok proti nekvalifikovaným migrantom hlavne z EÚ. Premiérka Mayová sa odvoláva na to, že hoci bola migrácia v globále prospešná pre Veľkú Britániu, s nástupom Brexitu britskí občania očakávajú prísnejšie kontroly migrácie. Nadmerný prísun zahraničných pracovníkov podľa nej ohrozuje úroveň britských miezd a najsilnejší dopad má na nízkopríjmové skupiny obyvateľstva. Na druhej strane chce Veľká Británia ešte viac prilákať vysokokvalifikovaných pracovníkov, ktorí chcú svojou prácou prispievať k rozvoju britskej spoločnosti.⁹⁰ Na základe týchto faktov a ich uvedenia do praxe, môžeme predpokladať, že počet imigrantov prichádzajúcich do Veľkej Británie sa bude v nasledujúcich rokoch znižovať. S týmto znižovaním by mal priamoúmerne klesať aj vplyv migrácie na zmeny marketingových stratégií. Nižší počet nízkokvalifikovaných migrantov hľadajúcich prácu bude znemožňovať firmám ich zamestnávanie za nízke mzdy a nebude viac poskytovať priestor na znižovanie celkových nákladov firmy. Ak sa budú chcieť firmy naďalej držať stratégie nákladového vodcovstva, budú musieť nájsť iný spôsob ako svoje náklady znížiť, napríklad znížením fixných nákladov alebo znížením svojej vlastnej marže. Nižší počet imigrantov bude negatívne ovplyvňovať aj vznik nových medzier na trhu, dokonca by sme mohli povedať, že špecializované trhy, na ktorých sa predávajú špecifické produkty a služby pre určité národnostné skupiny migrantov stratia svoj význam, ba dokonca budú zanikať. Práve kvôli vyššie uvedeným faktom vyjadrili viacerí britskí politici obavu, že reštriktívne vládne opatrenia zamerané proti migrácii môžu byť pre britskú ekonomiku nebezpečné.⁹¹

⁸⁹ KOREŇ, Marián. *Britská vláda: Dost' bolo lacnej pracovnej sily z EÚ. Budeme si vyberať* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-07]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/buducnost-eu/news/britska-vlada-dost-lacnej-pracovnej-sily-z-eu-budeme-si-vyberat/>

⁹⁰ THE GUARDIAN. *Leaked document reveals UK Brexit plan to deter EU immigrants* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-07]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/05/leaked-document-reveals-uk-brexit-plan-to-deter-eu-immigrants>

⁹¹ SKY NEWS. *Theresa May: People want migration to fall after Brexit* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-07]. Dostupné na: <https://news.sky.com/story/theresa-may-defends-post-brexit-migration-curbs-after-leaked-paper-11023194>

Záver

Migrácia sa považuje za jednu z fundamentálnych civilizačných výziev 21. storočia. Je charakteristickým prejavom globalizácie a signifikantným ukazovateľom globálnych zmien. Je to tak aj vďaka jej sociálnym, ekonomickým, kultúrnym, politickým, populačným, environmentálnym, bezpečnostným a iným dopadom. Je súčasťou spoločnosti od nepamäti, preto je potrebné vnímať ju ako na súčasť bežného života. Na problematiku migrácie je možné nazerať z viacerých uhlov pohľadu. Bolo vytvorených niekoľko migračných teórií, ktoré skúmajú odlišné aspekty tejto problematiky, no žiadna z týchto teórií sa nezaoberá migráciou komplexne. V skutočnosti zatiaľ neexistuje všeobecná teória migrácie. Migrácia je totiž príliš rôznorodá a mnohostranná, aby mohla byť vysvetlená len jednou teóriou.

Tento „globálny fenomén“ je determinovaný rôznymi ukazovateľmi a ovplyvňovaný množstvom sociálnych, ekonomických, kultúrnych, politických, populačných, environmentálnych, bezpečnostných a iných ukazovateľov. Na základe týchto ukazovateľov môžeme migráciu deliť z viacerých hľadísk – z geografického, z časového, z hľadiska faktorov rozhodovania sa pre migráciu a z hľadiska toho, či je migrácia vykonávaná legálnym alebo nelegálnym spôsobom. Rozdelením migrácie na báze týchto hľadísk sme vytvorili komplexnú typológiu migrácie.

Rozhodovanie sa pre migráciu je vždy podmienené viacerými faktormi. Najsilnejší vplyv na jednotlivca majú tzv. „push“ faktory migrácie, ktoré nazývame aj negatívne faktory. Identifikujeme ich v domácej – zdrojovej krajine, pretože nútia obyvateľov migrovať. Druhou skupinou sú tzv. „pull“ faktory migrácie, nazývané aj pozitívnymi faktormi a sú príznačné pre krajinu určenia. Priťahujú jednotlivca alebo skupinu a lákajú ho aby opustil svoju domovinu. Táto teória „push“ a „pull“ faktorov vznikla na základe Ravensteinových zákonov migrácie.

Cieľom tejto práce bolo zmapovať a analyzovať teoretické názorové prúdy charakterizujúce fenomén migrácie a jeho možné dosahy na zmeny marketingových stratégií firiem. Avšak klasifikácia medzinárodných marketingových stratégií je veľmi široká a rôznorodá, preto sme v našej práci použili klasifikáciu podľa Portera, ktorý na základe analýzy piatich konkurenčných síl vytvoril tri základné generické marketingové stratégie – stratégiu nákladového vodcovstva, stratégiu diferenciácie a stratégiu zamerania.

Vplyv migrácia na zmeny marketingových stratégií firiem je v posledných rokoch stále silnejší, keďže objem migrácia sa za posledných pätnásť rokov celosvetovo zvýšil

takmer o polovicu. Výborným príkladom je Veľká Británia, ktorá hostí spomedzi štátov EÚ druhý najväčší počet migrantov rôznych národností. Vysoký počet imigrantov smerujúcich do Veľkej Británie v posledných rokoch bol dôvodom na zmenu migračnej politiky Veľkej Británie a jedným z dôvodov Brexitu.

Priaznivé ekonomické podmienky VB, vysoký dopyt po pracovnej sile či koloniálne prepojenia a siete sú len príkladom faktorov, ktoré motivujú migrantov k imigrácii do tejto krajiny. VB sa stáva cieľovou destináciou imigrantov, ktorí prichádzajú hlavne z pracovných, študijných, ale aj rodinných či sociálno-politických dôvodov. Za posledných päť rokov sa čistá migrácia vo VB zvýšila o skoro jeden a pol milióna migrantov. Tomuto trendu silnejúcej migrácie sa museli zmenou svojich marketingových stratégií prispôbiť aj firmy pôsobiace na britskom trhu. Najvýraznejší vplyv migrácie možno badať na zmenách v stratégií nákladového vodcovstva. Prílev lacnej pracovnej sily do VB z krajín EÚ, ale aj mimo nej umožňuje firmám zamestnávať zahraničných migrantov, ktorí sú ochotní pracovať za nižšie mzdy ako britskí občania, a tým môže firma znižovať svoje náklady, čo jej poskytuje možnosť znižovania finálnej ceny. Výrobky danej firmy sa tak stávajú konkurencieschopnejšie na globálnom trhu. Keďže stratégia diferenciácie je založená na inováciách, možno povedať že vplyv migrácie je v tomto prípade veľmi malý. O to väčší vplyv má však medzinárodná migrácia na stratégiu zamerania. Rôzne skupiny imigrantov vo VB sa stávajú trhovými segmentami, na ktoré sa môžu firmy zamerať. Dopyt po výrobkoch a službách charakteristických pre domovskú krajinu migrantov vytvára trhové medzery. Využitím trhových medzier môžu firmy získať dominanciu na tomto špecifickom trhu a rýchly firemný rast, ktorý neskôr umožňuje aj vstup na hlavné trhy. Túto stratégiu využívajú hlavne začínajúce firmy a je využiteľná aj samotnými migrantami, ktorí chcú začať vo VB podnikáť.

Predikovať ďalší vývoj a vplyv migrácie na marketingové stratégie britských firiem je veľmi zložité. Vysoký počet imigrantov, ktorí každoročne smerovali do Veľkej Británie bol jedným z hlavných dôvodov, prečo sa britskí občania rozhodli pre odchod z EÚ. Zavádzanie rôznych migračných opatrení, snaha o obmedzenie migrácie na „udržateľnú úroveň“ a koniec voľného pohybu pracovných síl do VB v rámci EÚ po Brexite, sú dôvody, pre ktoré možno tvrdiť, že imigrácia do VB sa bude postupne znižovať a vplyv migrácie na zmeny marketingových stratégií na britské firmy bude postupne slabnúť.

Zoznam použitej literatúry

Knižné a časopisecké zdroje

1. BALÁŽ, Peter a kol. *Medzinárodné podnikanie*. 5. vyd. Bratislava: Sprint 2, 2010. 546 s. ISBN 978-80-89393-18-3.
2. ĎURANOVÁ, Lucia. Neregulárna migrácia z tretích krajín do členských štátov EÚ. In: *MERKÚR 2015 : The proceedings of the international scientific conference for PhD. students and young scientists*. Vrt : Vydavateľstvo EKONÓM, 2015, s. 60-68.
3. FERENČÍKOVÁ, Soňa a kol. *Stratégia medzinárodného podnikania: investície, partneri a ľudské zdroje*. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2010, 358 s. ISBN 978-80-225-3078-1.
4. LESÁKOVÁ, Dagmar a kol. *Strategický marketing*. Bratislava : Sprint 2, 2014. 350 s. ISBN 978-80-89710-07-2
5. LIĐÁK, Ján. Medzinárodná migrácia v Európe v jej historickom kontexte. In: *Almanach : Aktuálne otázky svetovej ekonomiky a politiky*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2008, roč. 3, č. 2, s.15-32. ISSN 1337-0715.
6. ORESKÝ, Milan. a kol. *Aplikovaný marketing*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016. 352 s. ISBN 978-80-8168-382-4.
7. RAVENSTEIN, E. G.. On the Laws of Migration. In: *Journal of the Statistical Society of London*. Londýn : 1885, roč 48, č. 2, s. 167-235.
8. ŠTEFANČÍK, Radoslav. Ekonomické a sociálne príčiny medzinárodnej migrácie v teoretickej reflexii. In: *Slovenská politologická revue*. 2010, roč. X, číslo 4, s. 51-72. ISSN 1335-9096.
9. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. *Medzinárodný marketing*. 1. vyd. Bratislava. : Vydavateľstvo EKONÓM, 2016. 310 s. ISBN 978-80-225-4332-3
10. ZORKÓCIOVÁ, Otília a kol. *Zmeny v spotrebiteľských trendoch a ich odraz v modifikáciách marketingových programov*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2014. 176 s. ISBN 978-80-225-4001-8

Elektronické zdroje

1. *Acquis communautaire [fr.] – Právo Európskeho spoločenstva* [elektronický zdroj]. Štandardizovaný medzinárodný slovník ekonomických pojmov a organizácií. [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: <http://ekonomika.oldweb-sulik.sk/ekonomicky-slovník/acquis-communautaire-pravo-europskeho-spolocenstva/>
2. ARANGO, Joaquin. *Explaining migration: Critical view* [online]. Wiley Online Library, 2002. [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1468-2451.00259/abstract>
3. BUSINESS DICTIONARY. *Marketing strategy* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <http://www.businessdictionary.com/definition/marketing-strategy.html>
4. CAPOZZI, Catherine. *Definition of an International Marketing Strategy*. [elektronický zdroj]. Bizfluent, 2017. [cit. 2018-03-16]. Dostupné na: <https://bizfluent.com/info-7963662-definition-international-marketing-strategy.html>
5. CZAİKA, Mathias – de HAAS, Hein. *Determinants of Migration to the UK* [elektronický zdroj]. University of Oxford : COPAS, Migration Observatory briefing, 2017. 9 s. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2016/04/Briefing-Determinants-of-Migration-17-1.pdf>
6. DIVINSKY, B. *Zahraničná migrácia v Slovenskej republike, Vývojové trendy od roku 2000* [elektronický zdroj]. Bratislava, 2007. 68 s. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iz.sk/download-files/sk/iom/sfpa-boris-divinsky-Zahranicna-migracia-v-Slovenskej-republike.pdf>
7. DOUGLAS, S. *Theories of international migration: A review and appraisal*. [elektronický zdroj]. Population council, 2011. 37s. [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.667.4527&rep=rep1&type=pdf>
8. DREAMSTIME. *TOP 25 univerzít na svete. Takto obstáli* [elektronický zdroj]. 2014. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.aktuality.sk/clanok/258965/top-25-univerzit-na-svete-takto-obstali/>

9. ECONOMIC WORLD. *Globalizácia*. [elektronický zdroj]. Ekonomika, Svetová ekonomika, 2012. [cit. 2018-03.15]. Dostupné na: <http://economicworld.eu/ekonomika/globalizacia>
10. ENGLISH OXFORD LIVING DICTIONARY. *Migrácia* [online]. 2018. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/migration>
11. EUROEKONÓM. *Generické konkurenčné stratégie* [elektronický zdroj]. EuroEkonom, 2008. [cit. 2018-03-18]. Dostupné na: <https://www.euroekonom.sk/manazment/strategicky-manazment/genericke-konkurencne-strategie/>
12. EUROPA.EU. *Pracovné povolenia* [elektronický zdroj]. Vaša Európa, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: https://europa.eu/youreurope/citizens/work/work-abroad/work-permits/index_sk.htm
13. EURÓPSKA KOMISIA. *Voľný pohyb – občania EÚ* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-03-23]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=457&langId=sk>
14. EURÓPSKA MIGRAČNÁ SIEŤ. *Organizácia azylovej a migračnej politiky v členských štátoch EÚ* [elektronický zdroj]. 2010. 48 s. [cit. 2018-03-23] Dostupné na: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/european_migration_network/reports/docs/emn-studies/migration-policies/sk_20111102_organisationasylummigrationpolicies_synthesisreport_sk_translation_sl.pdf
15. GALANSKA, Nina. *Teoretické koncepty migrácie* [online]. Multikulti.sk, 2016. [cit. 2018-03-09]. Dostupné na: <https://www.multikulti.sk/clanky/teoreticke-koncepty-migracie>
16. GOV.UK. *Apply for an EEA family permit from outside the UK* [elektronický zdroj]. Government Digital Service, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/family-permit>
17. GOV.UK. *Policy and legislative changes affecting migration to the UK: timeline* [elektronický zdroj]. Home Office, 2014. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/policy-and-legislative-changes-affecting-migration-to-the-uk-timeline>
18. GOV.UK. *Postavenie občanov štátov Európskej únie vo veľkej Británii* [elektronický zdroj]. Government Digital Service, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na:

- <https://www.gov.uk/government/news/statement-the-status-of-eu-nationals-in-the-uk.sk>
19. GOV.UK. *Why do people come to the UK? (2) To work* [elektronický zdroj]. National Statistics, 2017. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/immigration-statistics-january-to-march-2017/why-do-people-come-to-the-uk-2-to-work>
 20. GOV.UK. *Why do people come to the UK? (4) For family reason* [elektronický zdroj]. National Statistics, 2017. [cit. 2018-03-27]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/immigration-statistics-january-to-march-2017/why-do-people-come-to-the-uk-4-for-family-reasons>
 21. HAWKINS, Oliver. *Migration statistics* [elektronický zdroj]. House of Commons Library, Briefing, 2018. 36. s. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: [file:///C:/Users/Injoy%20Study/Downloads/SN06077%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Injoy%20Study/Downloads/SN06077%20(1).pdf)
 22. HESA. *Where students come from and go to study* [elektronický zdroj]. Higher Education Student Statistics: UK, 2016/2017, 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <https://www.hesa.ac.uk/news/11-01-2018/sfr247-higher-education-student-statistics/location>
 23. INVESTOPEDIA. *Marketing strategy*. [elektronický zdroj]. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-strategy.asp>
 24. IOM. *Migrácia vo svete* [elektronický zdroj]. Medzinárodná organizácia pre migráciu. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <http://www.iom.sk/sk/migracia/migracia-vo-svete>
 25. IOM. *Key Migration Terms* [online]. International Organization for Migration. 2018 [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: <http://www.iom.int/key-migration-terms>
 26. IOM. *Predstavenie Medzinárodnej organizácie pre migráciu (IOM)* [online]. Medzinárodná organizácia pre migráciu. [cit. 2018-03-03]. Dostupné na: <https://www.iom.sk/sk/iom/o-iom.html>
 27. JANA. *České a slovenské potraviny a obchody v UK: seznam a mapa* [elektronický zdroj]. Velká Británie online magazín, 2017. [cit. 2017-04-05]. Dostupné na: <https://www.velka-britanie.co.uk/ceske-a-slovenske-potraviny-obchody-v-uk-mapa/>
 28. JOHANSSON, Johny K. *Global marketing strategy* [elektronický zdroj]. Wiley International Encyclopedia of Marketing Online, 2010. 10 s. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/9781444316568.wiem01024>

29. KADLEČÍKOVÁ, Jana. *Rozumne o migrácii. Manuál pre organizátorov verejných podujatí*. [online]. Slovenská debatná asociácia, 2016, 61 s. [cit. 2018-03-06]. Dostupné na: http://cvek.sk/wp-content/uploads/2016/02/Manuál_Rozumne-o-migrácii_finalna-verzia.pdf
30. KOKEMULLER, Neil. *What is a global marketing strategy* [elektronický zdroj]. Bizfluent. 2017. [cit. 2018-03-15]. Dostupné na: <https://bizfluent.com/facts-7170932-global-marketing-strategy-.html>
31. KOREŇ, Marián. *Britská vláda: Dost' bolo lacnej pracovnej sily z EÚ. Budeme si vyberať* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-07]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/buducnost-eu/news/britska-vlada-dost-lacnej-pracovnej-sily-z-eu-budeme-si-vyberat/>
32. KRÁČMAR, Tomáš. *Velká Británie život a podmínky* [elektronický zdroj]. EURES, 2018. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://portal.mpsv.cz/eures/podminky/britanie>
33. KRESAK, Peter. *Nútená migrácia – dôvody, fakty, dopady* [elektronický zdroj]. United Nations High Commissioner for Refugees, 2012. 67 s. [cit. 2018-04-03]. Dostupné na: https://www.emn.sk/phocadownload/emn_seminar_on_migration_2012/emn_2012_prezentacia_Peter_Kresak_Nutena_migracia.pdf
34. KYAING, Kyaing Thet. *Pull and Push Factors of Migration: A Case Study in the Urban Area of Monywa Township, Myanmar*. [elektronický zdroj]. World of statistic, 2014, 14 s. [cit. 2018-03-13]. Dostupné na: <http://www.worldofstatistics.org/files/2014/03/Pull-and-Push-Factors-of-Migration-Thet.pdf>
35. LESÁKOVÁ, Ľubica. *Vplyv globalizácie na malé a stredné podniky* [elektronický zdroj]. Ekonomický časopis, 2008, roč. 56, č.6. 15 s. [cit 2018-03-15]. Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0920145306%2008%20Lesakova.pdf>
36. MIND TOOLS CONTENT TEAM. *Porter's Five Forces Understanding Competitive Forces to Maximize Profitability* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-03-17]. Dostupné na: https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_08.htm
37. *Minimálna mzda v EÚ, Rok: 2017* [elektronický zdroj]. [cit. 2018-04-03]. Dostupné na: <http://www.minimalnamzda.sk/v-eu.php>
38. OFFICE FOR NATIONAL STATISTIC. *International migration – table of contents* [elektronický zdroj]. 2018. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na:

- <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/datasets/tableofcontents>
39. OFFICE FOR NATIONAL STATISTIC. *Migration Statistic Quarterly Report February 2018* [elektronický zdroj]. 2018. 19 s. [cit. 2018-03-21]. Dostupné na: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/bulletins/migrationstatisticsquarterlyreport/february2018>
 40. PARLAMENTÉ LISTY. *Hrozí veľká britská migrácia. Státisíce Britov žijúcich v krajinách EÚ môže brexit donútiť vrátiť sa domov* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-01]. Dostupné na: <http://www.parlamentnelisty.sk/arena/monitor/Hrozi-velka-britska-migracia-Statisice-Britov-zijucich-v-krajinach-EU-moze-brexit-donutit-vratit-sa-domov-283291>
 41. Porter's Generic Strategies [elektronický zdroj]. QuickMBA. [cit. 2018-03-17]. Dostupné na: <http://www.quickmba.com/strategy/generic.shtml>
 42. Ravenstein's Laws of Migration. [elektronický zdroj]. Harper College. [cit. 2018-03-10]. Dostupné na: <http://www2.harpercollege.edu/mhealy/migrat/xp/mgraven.htm>
 43. RIENZO, Cinzia – VARGAS-SILVA, Carlos. *Migrants in the UK: An Overview* [elektronický zdroj]. 6. vyd. University of Oxford : COPAS, Migration Observatory briefing, 2017. 8 s. [cit. 2018-03-21]. Dostupné na: <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/briefings/migrants-in-the-uk-an-overview/>
 44. SKY NEWS. *Theresa May: People want migration to fall after Brexit* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-07]. Dostupné na: <https://news.sky.com/story/theresa-may-defends-post-brexit-migration-curbs-after-leaked-paper-11023194>
 45. ŠTEVULOVÁ, Zuzana. *Utečenci a migrácia: dojmy a pojmy*. [online]. Euractiv, 2017. [cit. 2018-04-10] Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/spravodlivost-a-vnutro/opinion/utecenci-migracia-dojmy-pojmy/>
 46. TASR. *Občania EÚ v Británii: Mayovej ponuka v bodoch* [elektronický zdroj]. Euractiv, 2017. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/buducnost-eu/news/obcania-eu-v-britanii-mayovej-ponuka-v-bodoch/>
 47. THE GUARDIAN. *Leaked document reveals UK Brexit plan to deter EU immigrants* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/05/leaked-document-reveals-uk-brexit-plan-to-deter-eu-immigrants>

48. THE GUARDIAN. *Leaked document reveals UK Brexit plan to deter EU immigrants* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-04-07]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/05/leaked-document-reveals-uk-brexit-plan-to-deter-eu-immigrants>
49. THE GUARDIAN. *The draft Home Office post-Brexit immigration policy document in full* [elektronický zdroj]. 2017. [cit. 2018-03-25]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/sep/05/the-draft-home-office-post-brexit-immigration-policy-document-in-full>
50. *Tržní výklenek (Market niche)* [elektronický zdroj]. Management Mania, 2018. [cit. 2018-04-04]. Dostupné na: <https://managementmania.com/cs/trzni-vyklenek>
51. UNITED NATIONS. *International migration report 2017* [elektronický zdroj]. New York : United Nations, 2017. 38 s. [cit. 2018-03-20]. ISBN 978-92-1-151554-1. Dostupné na: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migration-report/docs/MigrationReport2017_Highlights.pdf
52. ZIKMUND, Martin. *Generické strategie aneb základ, na kterém můžete stavět i dnes* [elektronický zdroj]. BusinessVize, 2011. [cit. 2018-03-16]. Dostupné na: <http://www.businessvize.cz/strategie/genericke-strategie-aneb-zaklad-na-kterem-muzete-stavet-i-dnes>