

# 1. Teoretický úvod

Posledné desaťročia môžeme charakterizovať intenzifikáciou hospodárskeho života v celosvetovom meradle. Stále väčší počet podnikov sa rozhoduje, či vstúpiť na zahraničné trhy a aký spôsob bude pre ne najvhodnejší.

## 1.1 Medzinárodný obchod

Medzinárodný obchod sú všetky obchodné transakcie - organizované podnikateľským subjektom alebo vládou - ktoré zahŕňajú dve alebo viac krajín. Podnikateľské subjekty uskutočňujú tieto transakcie za účelom zisku, transakcie organizované vládou môžu mať rôzny charakter a účel (napr. medzinárodný obchod realizovaný štátnymi inštitúciami v rámci zahraničnej pomoci, štátne nákupy atď.)

V medzinárodnom obchode ide o aktivity, ktoré

- presahujú národný rámec a význam
- súvisia s pohybom tovaru a služieb
- majú veľký ekonomický význam

### Dôvody zapojenia sa do medzinárodného obchodu

Stupeň angažovania firmy v medzinárodnom obchode závisí od jej vnútorných podmienok pre tieto činnosti, ale aj od vonkajších podmienok a podnetov, ktoré motivujú medzinárodné podnikanie.

Podnety a príčiny angažovania firiem v medzinárodnom obchode sú rôzne.

Do popredia vystupujú tri hlavné dôvody. Podľa Horskej E. (1998) sú to tieto dôvody:

A/ rast predaja

B/ získanie zdrojov

C/ diverzifikácia

### *A/ Rast predaja*

Výška predaja je závislá od dvoch faktorov

- ⇒ od záujmu spotrebiteľov o výrobky alebo služby
- ⇒ od ochoty a možnosti spotrebiteľov ponúkané produkty kupovať

Množstvo potenciálnych zákazníkov vo svete ako celku je zákonite väčšie ako v samostatných krajinách, čo vedie firmy k tomu, aby sa v záujme zvýšenia objemu predaja orientovali na stále viac národných trhov.

### *B/ Získanie zdrojov*

Predstavitelia výroby a obchodu pozorne sledujú výroby a služby vyrábané v zahraničí. Tiež majú záujem o zahraničné investície technológie, ktoré by mohli využívať v domácom prostredí. V mnohých prípadoch sú tieto snahy motivované úsporou nákladov. Konečný úžitok sa prejaví zvýšením ziskového rozpätia výrobcu resp. predajcu alebo znížením spotrebiteľskej ceny, ktorá zabezpečí vyšší objem zisku výrobcu resp. predajcu prostredníctvom zvýšeného objemu predaja.

Niektoré podniky majú za cieľ získať zariadenia a technológie, ktoré nie sú k dispozícii v domácej krajine. Táto stratégia umožňuje podniku zvýšiť kvalitu jeho výrobkov alebo ich diferencovať od konkurenčných a potenciálne zvýšiť svoj trhový podiel.

### *C/ Diverzifikácia*

Podnik zapojený do medzinárodného obchodu v snahe vyhnúť sa negatívnym dopadom z ekonomických výkyvov v jednotlivých krajinách pôsobí ako dodávateľ na viacerých trhoch. Rôzne krajiny sa nachádzajú v rôznych štádiách ekonomického cyklu - v jednej predaj rastie, v inej v dôsledku recesie klesá. Sledovanie stavu ekonomiky a následná správna reakcia je jednou z výhod zapojenia sa podniku do medzinárodného obchodu. Podobne i zásobovanie si podnik môže zabezpečiť z niekoľkých zdrojov, aby sa vyhol prípadnému prudkému kolísaniu cien alebo nedostatku suroviny v jednej krajine.

Rast medzinárodného obchodu v súčasnosti ovplyvňujú aj nasledujúce faktory:

1. Rapídny vývoj technológií
2. Postupná liberalizácia medzinárodného obchodu
3. Existencia inštitúcií podporujúcich medzinárodný obchod
4. Rast globálnej konkurencie

### **Možnosti zapojenia sa do medzinárodného obchodu**

Môžeme rozoznať štyri stupne zapojenia sa do medzinárodného podnikania

1. Podniky pasívne v oblasti medzinárodného obchodu (náhodne plnia zahraničné objednávky)
2. Podniky uskutočňujúce dočasnú zahraničnoobchodnú činnosť (napr. nadbytky výroby umiestňované na zahraničných trhoch)
3. Podniky uskutočňujúce pravidelnú zahraničnoobchodnú činnosť (určitá výrobná kapacita je vyhradená na pravidelné zásobovanie zahraničných trhov )
4. Podniky s úplnou zahraničnoobchodnou činnosťou (väčšinová časť produkcie smerovaná na zahraničné trhy)

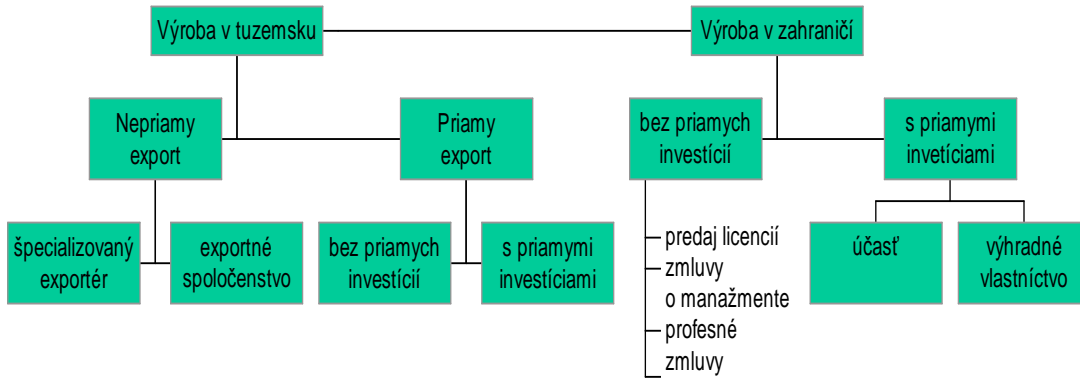
### **Formy vstupu a prezentácie firmy na svetovom trhu**

Na základe stratégie vstupu na medzinárodný trh sa podnik rozhoduje o určitom type (forme) podnikania na danom trhu.

Na klasifikáciu jednotlivých foriem vstupu na medzinárodný trh použijeme klasifikáciu, ktorú spracoval Kulhavý E. (1992).

Rozhodujúcim klasifikačným kritériom bude vstup na zahraničný trh formou (graf 1):

- výroby v tuzemsku
- výroby v zahraničí

**Graf 1** *Formy vstupu na zahraničné trhy*

Zdroj: Ďaďo, J.: *Medzinárodný marketing*, 1998

## 1. 2 Medzinárodné prostredie

### 1. 2. 1 Národné prostredie domácej a zahraničnej krajiny

#### Ekonomické prostredie

V súčasnosti už neexistujú krajiny, ktoré by boli nezávislé od okolitého sveta. Význam medzinárodného obchodu môžeme dokumentovať tabuľkou 1.

**Tabuľka 1 Rast hodnoty svetového obchodu po regiónoch v mld. USD**

Rast hodnoty svetového obchodu po regiónoch v mld. USD

Export						Import			
Hodnota	Ročná percentuálna zmena					Hodnota	Ročná percentuálna zmena		
1997	1990-95	1995	1996	1997	1997	1990-95	1995	1996	
5295	7,5	20,0	4,0	3,0	Svet	5435	7,5	19,5	4,5
904	8,5	14,5	6,5	9,5	Severná Amerika	1100	8,0	11,0	6,0
280	9,0	22,0	12,0	11,0	Latinská Amerika	319	14,5	11,5	12,5
110	14,0	31,0	21,0	14,5	Mexiko	113	12,5	-10,5	25,5
170	7,0	17,5	7,5	9,0	ostatná Latinská Amerika	207	15,5	25,0	6,5
2269	6,0	23,0	3,5	-1,0	Západná Európa	2236	5,5	22,5	2,5
2100	6,5	23,5	3,5	-1,0	Európska Únia	2045	5,5	22,0	2,0
179	7,0	27,0	7,5	4,0	Transformujúce sa ekonomiky	192	5,0	26,0	15,5
89	7,5	26,5	5,5	6,5	Stredná a Východná Európa	115	11,5	28,0	16,5
120	0,5	13,5	11,5	3,0	Afrika	127	5,5	21,5	-1,0
30	3,5	10,5	2,5	6,0	Južná Afrika	32	10,5	30,5	-1,5
163	1,5	13,5	14,0	0,0	Stredný východ	144	6,0	14,0	6,0
1380	12,0	18,0	0,5	5,5	Azia	1317	12,0	23,0	5,0
421	9,0	11,5	-7,5	2,0	Japonsko	338	7,5	22,0	4,0
183	19,0	23,0	1,5	21,0	Čína	142	20,0	14,0	5,0
548	14,0	23,0	3,0	3,0	Šesť azijských krajín*	581	15,0	26,0	3,5

\*Hong Kong, Korejska Republika, Malajzia, Singapur, Thajsko, Čínske Taipei

Zdroj: *Trading into the Future, WTO, 2nd edition February 1998*

Presnejšie údaje o najväčších vývozcoch a dovozcoch sú uvedené v prílohe A.

V uvedených ukazovateľoch sú zahrnuté aj medzinárodné služby (napr. banková, telekomunikačné služby, turistika, poisťovníctvo, preprava, poradenské služby a pod. ), ktoré tvoria asi 20 % objemu medzinárodného obchodu. Nasledujúca tabuľka ukazuje objem medzinárodného obchodu a objem obchodu komerčných služieb.

**Tabuľka 2 Svetový export tovaru a komerčných služieb v mld. USD, 1995 - 1997**

Svetový export tovaru a komerčných služieb v mld. USD, 1995-1997

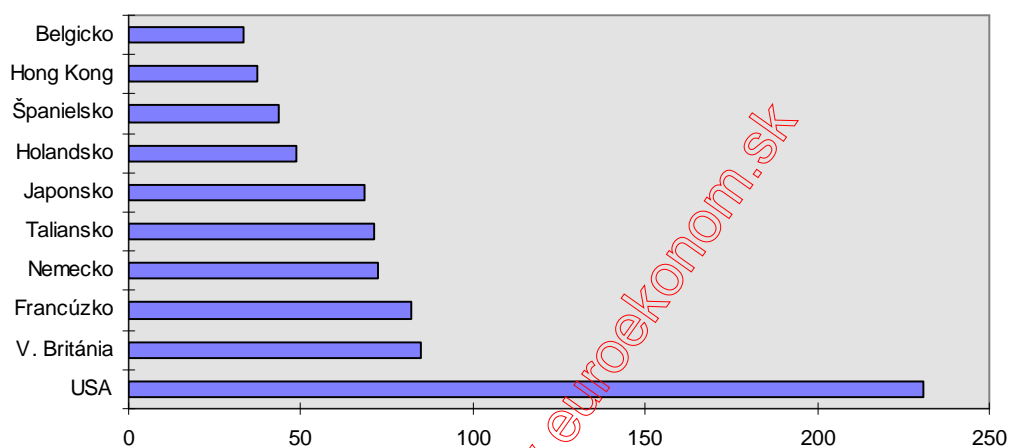
	Hodnota			Ročná zmena v %		
	1995	1996	1997	1995	1996	1997
Tovar	4915	5125	5295	20,0	4,0	3,0
Komerčné služby	1200	1270	1295	15,0	6,0	2,0

Zdroj: *Trading into the Future, WTO, 2nd edition February 1998*

Približný objem exportu komerčných služieb najväčších exportérov na svete predstavuje graf 2.

**Graf 2 Najväčší vývozovia komerčných služieb, 1997**

Najväčší vývozovia komerčných služieb, 1997  
v mld USD

Zdroj: *Trading into the Future, WTO, 2nd edition February 1998*

Rozvinutosť ekonomiky krajiny charakterizuje do značnej miery aj štruktúra ekonomiky, ktorú tvoria nasledujúce tri sektory

- poľnohospodársky
- priemyselný
- sektor služieb

Tabuľka 3 ukazuje štruktúru hrubého národného produktu v krajinách s nízkymi, strednými a vysokými príjmami.

**Tabuľka 3 Vývoj ekonomickej štruktúry**  
**Vývoj ekonomickej štruktúry**

Príjmy krajiny	Ekonomická štruktúra HNP (v %)						Spolu
	Poľnohospodárstvo		Priemysel		Služby		
	1985	1992	1985	1992	1985	1992	
Nízke	31	27	34	31	35	32	100
Stredné	14	12	37	36	49	52	100
Vysoké	3	3	35	32	62	65	100

Zdroj: *International Trade-Yearbook, GATT, Ženeva, 1993*

### Právne a obchodné prostredie

Vlády jednotlivých krajín v záujme podporiť domácu výrobu, obmedziť vývoz alebo dovoz výrobkov alebo motivovať zahraničných investorov právne kodifikujú rôzne pozitívne alebo negatívne pôsobiace opatrenia.

Medzi základné patria obchodné bariéry, ktoré môžu mať formu cla, kvóty alebo necolnej bariéry. Do právneho okolia ďalej patrí právna úprava bankrotu, zákony upravujúce monopol a konkurenciu, antidumpingové právne úpravy, právna ochrana vlastníctva, právne možnosti investovania a podnikania zahraničných subjektov v danej krajine.

### Politické prostredie

Politické prostredie krajiny môže byť v zásade charakterizované ako stabilné alebo nestabilné. Politické prostredie sa vyvíja a mení. Charakterizuje ho mnoho faktorov, ktorých prejav môže byť rôzny. Politické prostredie krajiny determinuje niekoľko faktorov

:

- politická a národná suverenita
- politický systém
- politické konflikty
- vládny systém a stabilita vlády
- národná bezpečnosť
- štruktúra a sila záujmových skupín

## **Kultúrne a sociálne prostredie**

Ťažiskové zložky kultúry - náboženstvo, jazyk, história, práca a vzdelanie - určujú hodnoty, na základe ktorých sa spotrebiteľ rozhoduje pri výbere tovaru a služieb. Podľa Ďaďa J. (1998) pri posudzovaní určitého kultúrneho prostredia platí v medzinárodnom marketingu základné pravidlo - vyhýbať sa subjektívnemu hodnoteniu na základe predchádzajúcich skúseností z iného prostredia.

### **1. 2. 2 Medzinárodné prostredie ako celok**

Medzinárodné prostredie tvoria medzinárodné inštitúcie, dohody, systémy a opatrenia, ktoré ovplyvňujú medzinárodný pohyb tovaru, služieb, investícií, know - how.

#### **Medzinárodné právne prostredie**

Pre medzinárodné podnikanie majú rozhodujúci význam právne úpravy, ako sú bilaterálne alebo multilaterálne zmluvy a konvencie, regionálne zákony a exteritoriálny princíp niektorých národných zákonov.

Bilaterálne zmluvy predstavujú formu právnej úpravy vzájomných obchodných vzťahov 2 krajín.

Multilaterálne zmluvy sú základom činnosti medzinárodných inštitúcií, ekonomických integračných blokov.

Najvyšším orgánom pre riešenie medzinárodných právnych sporov je Medzinárodný súdny dvor v Haagu, v rámci EU funguje Európsky súdny dvor ( v Luxemburgu )

#### **Medzinárodné ekonomické prostredie**

Po skončení 2. svetovej vojny sa viaceré hlavné priemyselne vyspelé krajiny usilovali rozvíjať medzinárodnú ekonomickú spoluprácu, najmä medzinárodný obchod



a medzinárodné finančné vzťahy. V roku 1947 bola prijatá Všeobecná dohoda o clách a obchode - The General Agreement on Tariffs and Trade (GATT )

Základným princípom GATTu bolo poskytovanie doložky najvyšších výhod .

Od roku 1995 funkciu GATTu prevzala WORLD TRADE ORGANIZATION ( WTO ).

Medzi ďalšie organizácie ovplyvňujúce medzinárodné prostredie môžeme zahrnúť :

- Medzinárodný menový fond ( MMF )
- Svetová banka ( MBOR )
- Skupina G7
- Európsky menový systém ( EMS )
- Stredoeurópska iniciatíva ( CEFTA )
- Európska únia

Medzinárodné organizácie ovplyvňujúce medzinárodný obchod v telekomunikáciách.

### 1. 2. 3 Svetová obchodná organizácia (WTO)

The World Trade Organization (WTO) - Svetová obchodná organizácia je organizácia zaoberajúca pravidlami obchodovania medzi národmi. Základom WTO sú zmluvy a dohody medzi mnohými v svetovom meradle obchodujúcimi krajinami. Tieto dokumenty tvoria právny základ pre medzinárodný obchod.

#### **História WTO**

WTO začalo svoju činnosť 1. januára 1995 na základe pravidiel obchodovania v svetovom meradle upravované v dohode GATT, ktorá vznikla v roku 1948.

WTO bolo vytvorené na poslednom a najväčšom kole ( Uruguajské kolo), ktoré trvalo od roku 1986 do 1994. Zatiaľ čo GATT sa zaoberal prevažne medzinárodným obchodom tovaru, WTO pokrýva aj obchodovanie so službami.

## Princípy WTO

Všetky WTO dohody stoja na spoločných princípoch.

Obchodný systém by mal byť :

- bez diskriminácie - krajiny by nemali diskriminovať obchodných partnerov. Platí princíp MFN ( “most-favoured-nation” ). Všetci členovia sú si rovní. Ak krajina vytvorí špeciálne výhody pre jedného obchodného partnera, tak tú istú výhodu musí poskytnúť všetkým ostatným obchodným partnerom.
- voľný ako je len možné, bez bariér, ktoré sa odstraňujú cez spoločné rokovania
- obchodné bariéry (colné a necolné) by nemali rásť bezdôvodne
- viac konkurencie - vyhýbať sa neférovým praktikám ako dumpingové ceny a exportné dotácie
- viac výhod pre menej rozvinuté krajiny

## Dohody a zmluvy

WTO dohody sa zaoberajú nasledujúcimi sektormi:

Pre tovar:

- poľnohospodárstvo
- zdravotná regulácia pre poľnohospodárske produkty
- textil a odievanie
- normalizácia produktov
- investičné opatrenia
- anti - dumpingové opatrenia
- ...

Pre služby

- pohyb osôb
- vzdušná preprava
- finančné služby

- lodná preprava
- telekomunikácie

## **WTO a telekomunikácie**

Súčasťou Generálnej dohody o obchodovaní so službami ( General Agreement on Trade in Services - GATS ) je aj obchodovanie s telekomunikačnými službami.

Sektor telekomunikácií má dve úlohy. Na jednej strane je jednou z ekonomických aktivít a na strane druhej napomáha obchodu s iným tovarom a inými službami (napríklad elektronický prevod peňazí). Medzinárodný obchod v oblasti telekomunikácií upravuje Základná telekomunikačná dohoda WTO, ktorá bola podpísaná 15. 2. 1997 a nadobudla platnosť od 1.1. 1998. Zaväzuje 69 krajín na program pokrokového otvorenia trhu základných telekomunikačných služieb, konkurenčných vstupov a vzrast zahraničných investícií ( Zdroj ITU News, No. 2/ 98, Príhovor Renato Ruggiero, generálny riaditeľ WTO).

### **1. 2. 4 Medzinárodná telekomunikačná únia (ITU)**

Dňa 17. mája 1865 dvadsať zúčastnených krajín podpísalo prvú medzinárodnú dohodu o telegrafoch. Tento deň sa považuje dňom vzniku Medzinárodnej telegrafnej únie. O niekoľko rokov, v roku 1906, bola na Medzinárodnej konferencii o rádiatelegrafoch podpísaná prvá Medzinárodná dohoda o rádiatelegrafoch. Tieto dve dohody sa zlúčili v Madride v roku 1932 a vytvorili Medzinárodnú dohodu o telekomunikáciách, pričom došlo aj k premenovaniu únie na Medzinárodnú telekomunikačnú úniu ( ITU ). Úlohou ITU je upravovať všetky formy komunikácie a vytvárať medzinárodnú legislatívu pre reguláciu telekomunikácií.

### **1. 3 Zvláštnosti obchodovania so službami**

Obchodovanie so službami má určité zvláštnosti a v niektorých ohľadoch sa líši od obchodovania s tovarom.

Hlavné odlišnosti obchodovania so službami v porovnaní s obchodovaním s tovarom sú :

- službu nie je možné skladovať
  - výkon služby je spojený so spotrebou
  - služba má nehmotný charakter
- atď.