

# **KULTÚRA AKO SOCIOLOGICKÁ KATEGÓRIA**

## Ekonomické prostredie

- **determinuje spotrebu,**
- **rozhodovanie, sociálnu štruktúru...**

- Odvetvová štruktúra (sektory), infraštruktúra
- Štruktúra a výška dôchodkov, úspory
- HDP, priemerný príjem, nezamestnanosť, produktivita práce
- Inflácia (1-12 %), úroky, kúpna sila, úspory
- Exportné komodity, bilancia ZO,
- Spotreba produktov X,
- ŠR, výdavky na...vzdelanie, zdravotníctvo...
- Cena práce (3-26 C/h), mzdy, výška dôchodkov
- Cenová hladina, clá, dotácie, kvóty, dane...
- Vplyv MMF, EBOR, zásahy štátu...

# Sociálne prostredie

- Životné a pracovné podmienky
- Sociálna štruktúra
- Sociálna turistika vs. migrácia
- Sloboda pohybu, spravodlivá odmena za prácu, zdravotné a sociálne zabezpečenie, kolektívne vyjednávanie, práva mužov a žien, detí a mladistvých, handicapovaných, starších ľudí...
- Prírastok/starnutie obyvateľstva
- Vývoj trhu práce, pracovný vek, nezamestnanosť

# Právne prostredie

- Zjednocovanie, vs. korupcia, protekcionizmus, dovozné kvóty, pracovné právo, ochrana spotrebiteľa, daňové právo, vymožitelnosť práva
- Základ právneho prostredia= Acquis communautaire
- Domáce normy: Ústava, zákony, nariadenia vlády a vyhlášky, normy
- Normy Spoločenstva:
- Hierarchia:
  - Zmluvy – záväzné (voľný pohyb tovaru, služieb, kapitálu, osôb), pravidlá hospodárskej súťaže, aproximácia práva, spoločná poho, menová a dopravná politika, TOŽP, pomoc regiónom...
  - Smernice (direktívy) – nepriamy nástroj, štáty ich v danej lehote musia zapracovať do svojej legislatívy
  - Nariadenia – sú celoeurópske zákony, krajiny musia z legislatívy odstrániť odporujúce normy
  - Rozhodnutia – záväzné akty pre určené subjekty
  - Odporúčania = mäkké predpisy

# Politické prostredie

- národná suverenita, bezpečnosť, ochrana investícií
- politické spektrum, podpora investícií, vzťah s odbormi, vzťahy národností, byrokracia, opozícia, podpora exportu, vzťahy náboženstiev...
- vysoký politický „reiting“, v EU sú minimálne politické riziká

# Technologické a prírodné prostredie


- Rozvinuté informačné, komunikačné, platobné, marketingové a distribučné technológie
- Odlišnosti úrovne výrobných technológií v regiónoch
- Relatívne homogénne, no iné geografické dimenzie, rôzne klimatické podmienky, nadmorská výška

# Kultúrne prostredie

- Ovplyvňuje správanie sa manažéra i spotrebiteľa
- Definícia kultúry – najprv „agri cultura“, neskôr „die Kultur“ (Kultúra - všeobecne)
- Kultúra:
  - je viac ako umelecká tvorba
  - je historicky vytvorené prostredie, ktoré určuje správanie a konanie ľudí
  - nie je vrodená, získava sa učením, mení sa vývojom
  - je zdieľaná, komunikovaná a prenášaná členmi spoločnosti
  - sa prejavuje človekom v...
  - predstavuje zložky, hodnoty a normy

# Kultúrne prostredie

## Prejavy kultúry:

 v humore, manželstve, vzdelaní, etike, umení, folklóre, pohostinnosti, stravovaní, zábave, hrách, jazyku, obliekaní, zákonoch, chápaní času, obdarúvaní, náboženských rituáloch, tradíciách, zvykoch, poverách, návštevách, trávení voľného času, číslach, vnímaní priestoru, vzťahoch k vlastníctvu, trestom, obchodovaniu, vyjednávaníu, sexu, hygiene, rodine, práci, sebe, jednotlivcovi, skupine, národu, postojoch k zdraviu,

# Kultúrne prostredie




- Kultúra determinuje začlenenie človeka do spoločnosti, správanie človeka, prejavy radosti a strachu...
- Kultúrne rozdiely v EU sú veľké, príčiny sú často nepochopiteľné a neviditeľné
- Viditeľné sú:
  - symboly – slová, gestá, statusy, účesy, žargón, oblečenie, farby, tvary, iné objekty – sú ľahko prenosné medzi kultúrami, kopírujú sa
  - hrdinovia
  - rituály – svadby, oslavy, obchodné rokovania, ceremóniály, návštevy...

# Kultúrne prostredie

- Hodnoty – neuvedomujeme si ich, determinujú návyky a sklony k správaniu sa, odvodzujeme ich z prejavov a správania ľudí, sú odlišné podľa prostredia (racionálne – iracionálne, slušné – neslušné, hygienické – nehygienické...)
- Normy – stanovujú štandardy pre hodnoty
- Úrovne kultúry:
  - národná, regionálna, náboženská, generačná, sociálnych tried, podniková, rodinná, mužská/ženská
  - sa dostávajú často do konfliktov




# Kultúrne prostredie

## Zložky kultúry:

-  Jazyk – verbálna a neverbálna komunikácia, komunikačný priestor, chápanie pojmov (It is a good idea)... (EU 50 jazykov a dialektov). Nie vždy jazyk determinuje kultúrne rozdiely. Jazyk – zdroj napätia (Belgicko, Švajčiarsko, Španielsko, Slovensko).
-  Sociálne skupiny a stratifikácia – determinujú uznávané hodnoty a zvyky ľudí. Rodina, kolektív, národnosť, náboženstvo, rasa... príslušnosť ku skupine.
-  Príslušnosť k vrstve sa premieta do jazyka, povolania, vzdelania, postavenia – Oxbidge,







# Kultúrne prostredie

## Zložky kultúry:

-  Vzdelanie – ním si jednotlivec osvojuje kultúrne normy nutné pre jeho zaradenie do spoločnosti. GB – akademické vzdelávanie, D – profesijné vzdelávanie. Úroveň vzdelania národa.
-  Zákony – sú brzdou integrácie EU. Majú korene v histórii, národných zvykoch, hodnotách.
-  Politika a ekonomika – odrážajú vzťah spoločnosti k bohatstvu, k triedam, náboženstvu, rasám, postavenie lobbystických skupín, pluralitu názorov (nacionalizmus, liberalizmus, anarchizmus, socializmus...). Otvorenosť politickej kultúry – názor a združovanie. Individualizmus - GB, byrokracia, centralizmus - F.




# Kultúrne prostredie

## Zložky kultúry:

-  Materiálna kultúra – bohatstvo a vlastníctvo hmotných statkov, vrátane ich prejavov (artefakty, oblečenie, autá, adresa, dom, ŠPZ...
-  nemateriálna kultúra:
-  Hodnoty a názory – EU
-  D – disciplína, nadutosť, arogancia, plánovanie vs. SK – tvorivosť, improvizácia, neporiadok... šovinisti z ostrovov, nevychovaní F, leniví E...
-  **Nebo= F kuchár, D mechanik, GB policajt, I milenec, CH organizuje**
-  **Peklo= GB kuchár, F mechanik, D policajt, CH milenec, I organizuje**

# Kultúrne prostredie









## Zložky kultúry:

-  Hodnoty a názory - etnocentrizmus – z nášho pohľadu, cez našu kultúru vidím iných. Predsudky i bariéry spolupráce.
-  Náboženstvo a viera – zdroj hodnôt, názorov, štandardov. EU vs. Ázia – individualizmus vs. kolektivismus, mocenské pozície, postavenie ženy.
-  EU – dve kresťanstvá (jednotlivec/kolektív, tvrdá práca, skromnosť/bohatstvo, tvorba bohatstva, authority...)









# Rozdiely národných kultúr EU

## - vzdialenosť mocenských pozícií – autorít - PDI

### **Veľká vzdialenosť**

-  Nerovnosť medzi ľuďmi je akceptovaná a rešpektovaná - v škole, v rodine, v práci
-  Moc sa spája s bohatstvom a statusom, byrokracia
-  Mocní majú práva a výhody
-  Starší sú viac rešpektovaní
-  Apel v reklame – status a autorita (učiteľ, odborník, celebrita, starší) – neoponovať autorite
-  Manuálne pracujúci, nevzdelaní
-  Paternalizmus – dominuje rodina
-  F, B, P, I, Gr,

### **Malá vzdialenosť**

-  Všetci majú rovnaké práva, sú si rovní, nepredbiehajú v rade
-  Menšie rozdiely medzi platmi
-  Šéf má byť demokrat, prístupný, otvorený
-  Riadenie pomocou konsenzu, nie príkazu
-  V reklame paródia na šéfa, autoritu, mladší radí staršiemu
-  Kvalifikovaní, vzdelaní
-  S, „N“, DK, SF, UK, D, A, SK?
-  Nízky **PDI** – **Power Distance Index**

# Rozdiely národných kultúr EU

- snaha vyhýbať sa neistote–

## Uncertainty Avoidance Index

### Neistota = hrozba (vysoký UAI)

- Averzia k neistote a riziku
- Deň treba jasne štrukturovať, prijaté zákony treba rešpektovať (nižší PDI – A, D) – záruka istoty
- Krajiny s vyšším PDI – F, I, CZ – normy majú dodržiavať iní, nie ja
- Neoponovať autorite, odpor k inováciám, nižšia tolerancia mladých ľudí a ich prejavov
- Tvrdá práca, v strese, silná podriadenosť, vyššia lojalita k zamestnávateľovi
- Nižší pocit subjektívnej spokojnosti (GR, P, B, E, F, I, L, A,)

## Neistota = normálna vec

- Neistota – súčasť života
- Neistota motivuje
- Málo zákonov a predpisov, ak nefungujú, treba ich zmeniť
- Toleruje sa iný názor, nezhoršuje to vzťahy ľudí
- V práci sa netreba ponáhľať
- Inovácie sú vítané
- Firma akceptuje nových ľudí
- Budúcnosť je nejasná, kroky si treba plánovať
- Vyšší subjektívny pocit spokojnosti  
(D,CH,DK,S,IR,UK,NL,SF)

# Rozdiely národných kultúr EU

-snaha vyhýbať sa neistote—Uncertainty

Avoidance Index


Neistota = hrozba (vysoký UAI)

## **Dopady na marketing:**

 Menej ojazdených automobilov


 Menšia spotreba kozmetiky, väčšia minerálok

 Ťažko prijíma nové značky

 V reklame sa ponúka vysoká hodnota, dlhé texty, vystupujú v nej osobnosti, pekne oblečené, obľuba ukážky ako to funguje...

 Stres si eliminujú voči rýchlou jazdou

 Ľudia majú lepší vzťah k prírode


 Príčiny – história, autority, vplyv cirkvi, nemecká kultúra, francúzska kultúra, britská kultúra...

Neistota = súčasť života

 ***Dopady na marketing***

 Obľuba ojazdených áut

 Význam sa kladie dobrému oblečeniu (i v reklame)

 V reklame viac humoru a zábavy, parodujú sa i experti z reklamy, cieľom je i pobaviť

 Nižší dopyt po poisťných produktoch...

# Rozdiely národných kultúr EU

## - hodnoty individualizmu a kolektivismu

### Individualizmus

- ▣ Krajiny s nižším indexom vzdialenosti
- ▣ Jednotlivec zodpovedá za seba
- ▣ V riadení má vyššiu právomoc
- ▣ Súkromie je tabu
- ▣ Vlastný názor je vítaný
- ▣ Vyššia asertivita
- ▣ Všetci sme rovní pred zákonom
- ▣ Výkon a odmena sú individuálne
- ▣ Bývajú v dome, starajú sa oň, kupujú v „baumaxe“, majú radi zvieratá v rodine, viac čítajú
- ▣ Reklama: vy, ty, ja...chod' svojou cestou...
- ▣ USA, UK, NL, I-sever, B, DK,S

## Kolektivismus

- Vo svete prevažuje moc skupiny nad jednotlivcom
- Základ je rodina
- Krajiny s vyšším indexom vzdialenosti ú kolektivistickéjšie
- Snahou je dosiahnuť zhody
- Rodinný život je otvorený
- Skupina ovplyvňuje, emotívne väzby, lojálnosť zamestnanca k firme, rozhodujú starší
- Proces nákupu býva dlhší, chcú multilevel marketing
- Reklama – veľa ľudí, zábava
- GR, P, E, A, L, SF, D, YA, T-W

# Rozdiely národných kultúr EU

## - komunikačný kontext

### Nízky

- ☞ Priama reč, jasná komunikácia, nízky situačný kontext
- ☞ Nechceš? Nemusíš.
- ☞ Ak áno, tak platí.
- ☞ Explicitná komunikácia
- ☞ Univerzalizmus – jasné pravidlá pre všetkých, jedna pravda, slovo platí = záruka úspechu – malé mocenské rozpätie, individualizmus
- ☞ (D, S, DK, CH, L, GB, USA)

### Vysoký

- ☞ Medziľudské vzťahy majú vysokú hodnotu
- ☞ Vysoký situačný kontext
- ☞ Obchodné a pracovné vzťahy stoja na osobných vzťahoch
- ☞ Implicitná komunikácia, čítať i medzi riadkami, obsahuje humor
- ☞ Slovo je viac ako zmluva, veď sa poznáme, reč tela je dôležitá
- ☞ Spoločná večera je dôležitá
- ☞ Partikularizmus – dôraz na osobné záujmy, rôzne pravdy, výhody pre známych, duch zákona, rôzne pravdy (klientelizmus)
- ☞ (GR, E, F, I, Arabi, Lati.Amerika)

# Rozdiely národných kultúr EU

## - muži vs. ženy (maskulitné a feministické hodnoty)

### Muži

- ☞ Očakáva sa sila, asertivita, úspech, výkon, nižšia tolerancia
- ☞ Dôležitá je práca, firma
- ☞ Viac nakupujú v zahraničí
- ☞ Komparatívna a agresívna reklama, preháňa, ukazuje výsledok, využíva celebrity
- ☞ Dôležitý je status - Volvo
- ☞ Kto o akom nákupe v rodine rozhoduje???
- ☞ Viac individualizmu
- ☞ (A, I, E, USA, YA, GB, D)

### Ženy

- ☞ Očakáva sa starosť o rodinu, pohoda doma i v práci, city, vyššia tolerancia
- ☞ Dôležitá je rodina, kolektív, sociálna práca, deti majú byť slušné, skromné
- ☞ Potláča výnimočnosť osobnosti
- ☞ Konflikt rieši kompromisom
- ☞ Žiarlivosť na úspech iných
- ☞ Volvo – bezpečnosť pre rodinu
- ☞ Reklama nepreháňa, expert a celebrita parodujú
- ☞ (NL, S, SF, DK, P, F)

# Rozdiely národných kultúr EU

## - orientácia v čase

### **Krátkodobá orientácia**

- Dôraz na súčasnosť
- Rešpektovanie tradícií
- Konzumný spôsob života
- Žije sa na dlh, veľa sa míňa
- Spája sa s individualizmom, nižší PDI, feminizmus, neistotu prijíma


### **Dlhodobá orientácia**

- Snaha sporiť peniaze
- Angažovanie v činnostiach s dlhým časovým horizontom
- Uznávané hodnoty: húževnatosť, vytrvalosť, pokora, vlastná dôstojnosť...
- Spája sa s kolektivismom, väčším indexom vzdialenosti, v maskulitnej spoločnosti, vyhýba sa neistote


# Rozdiely národných kultúr EU

- naturálna a citová dimenzia

## Naturálna orientácia

 Pocity potláča, zlyhanie, plač a smútok sú trápne, komunikácia je rozvážna, neverbálne prejavy primerané, ovládajú sa (S, N, SF, DK, NL, D)

## Emocionálna orientácia

 Rýchla verbálna reakcia, silné gestá, mimika, zvyšovanie hlasu, smiech, plač, prehnané argumenty, bližší fyzický kontakt je akceptovaný (I, E, P, GR, F, RU, PL, BG)

# Rozdiely národných kultúr EU

## - špecifická vs. difúzna dimenzia kultúry

### Špecifická kultúra

- ☒ Oddelenie domácej od verejnej zóny, pracovnej od mimopracovnej
- ☒ Verejná zóna je rozsiahlejšia a otvorenejšia ako súkromná
- ☒ Rozhodujú fakty, dohody, normy
- ☒ Ľudia sú otvorení, priami, extroverti
- ☒ Uznáva status, tituly, jednotlivcov diferencuje
- ☒ Odtiaľ – potiaľ, viem kedy ako
- ☒ Pri pive sa nebavíme o robote
- ☒ Dobrý „time management“

### Difúzna kultúra

- ☒ Jednotlivca vnímajú v rámci celku, celok má prioritu
- ☒ Súkromná zóna je väčšia ako verejná
- ☒ Akceptovaný človek má otvorené všetky dvere
- ☒ Tykáme si pri pive i v práci, doktor je vždy doktorom
- ☒ Uzavretosť, introvertnosť
- ☒ Oceňuje verejné vystúpenia, dôveru, porozumenie
- ☒ Prácu si beriem domov, v robote súkromné veci, 2 muchy jednou ranou, práca v chvate na úkor kvality

# Rozdiely národných kultúr EU

- úspech vs. prisúdenie

## Úspech

- Úspech určuje status
- Dôležitý je úspech, nie spôsob jeho dosiahnutia
- Postavenie si musí človek stále dokazovať výsledkami

## Prisúdenie

- Status je určovaný pôvodom, vzdelaním, zamestnaním, príslušnosťou k rodu, kaste
- Úspech už netreba dokazovať, stačí že sme z dobrej rodiny
- Kompetenciu určuje príslušnosť k...

# Rozdiely národných kultúr EU

- vzťah k času, k sledu udalostí


## Súbežné vnímanie času

- ☞ Cyklické, synchrónne vnímanie
- ☞ Robíme tri veci naraz
- ☞ Plány sa môžu meniť
- ☞ Rozhoduje výsledok
- ☞ Presnosť nie je cnosť
- ☞ I, GR, E, Arabi, Lati. Amerika, Ázia

## Následné vnímanie času

- ☞ Lineárne vnímanie
- ☞ Všetko je naplánované
- ☞ Robia len jednu vec v čase
- ☞ Termín je dôležitý
- ☞ Využíva logické argumenty
- ☞ Kultúra je zameraná na činnosť a budúcnosť
- ☞ D, NL, S, A, GB, B

# Rozdiely národných kultúr EU

 **A akí sme, my, na Slovensku?**

# Slovensko












- Manažéri využívajú svoje postavenie na osobné výhody, vzťahy medzi podriadenými plné emócií, ideálny šéf **benevolentný autokrat, vzdelanejší pozerajú na svet zhora,** moc vyžaduje úctu a rešpekt, sme viac kolektivistickí, individualizmus rastie u mladých, ženy majú vyrovnanejšie **postavenie, všetci sme si rovní (rovnejší), netúžime po** úspechu, úspech je pre výsmech a závisť, sme veľmi solidárni, skromní, s otvoreným srdcom i neúprimní, neistotu nie, **xenofóbia, konfliktu, novinkám, predpisy a poriadok sú pre** blbých, génus sa vyzná aj v neporiadku, majstri improvizácie, všetko si vieme urobiť, naraz aj tri muchy..., pracujeme i v **krčme, v robote oddychujeme (polychróma), sme adaptabilní,** hrdí i nedocenení, všetko okolie je čierne, víkend v „motyčkových“ láznach, „samo sa to stalo“, ...“a čo nie si kamarát?“ ...

# Kultúrne prostredie Spoločenstva

## Kultúrny vývoj v EU:

- ❖ Civilizačná hegemonia s pozitív/negatív dopadmi
- ❖ Zjednocovanie EU a zachovanie národného
- ❖ **Ekonomický rozvoj – konzumný štýl, využitie voľného času, rast obyvateľstva stagnuje, starneme**
- ❖ Stredná vrstva siaha po vyššej, vyššia kopíruje nižšiu
- ❖ Emancipácia vo všetkých oblastiach
- ❖ **Rastie sociálna zodpovednosť (postmaterializmus) – TOŽP, zmena hodnotovej úrovne, liberalizmus i socializmus, pluralizmus**
- ❖ Rastie migrácia - prijímanie iných kultúr – joga
- ❖ Generačný efekt – „Joška Fišer“, vnuk učí dedka
- ❖ Proti ekologickému a sociálnemu dumpingu

# EURÓPA - ČRTY

Národ	Charakteristika	Obľubujú	Neobľubujú
Švédi Rakúšania Nemci Belgičania Íri Taliani	<ul style="list-style-type: none"> <li> Disciplinovaní</li> <li> Formálni, uhladení</li> <li> Precízni</li> <li> Pragmatickí</li> <li> Temperamentní</li> <li> Rodinne orientov.</li> </ul>	Hokej, račie hody Kultúru, dobrú kávu Dochvíľnosť Pivo Puby, humor Hudbu, víno	<ul style="list-style-type: none"> <li> Nórov a Dánov</li> <li> Nevhod.oblečenie</li> <li> Neporiadok</li> <li> Náhlenie v reštaur.</li> <li> Kritiku ich tradícií</li> <li> Rušenie siesty</li> </ul>
Krajina	Témy tabu		
<b>Belgicko</b>  <b>Nórsko</b>  <b>Španielsko</b>	Politici, náboženstvo, jazykové rozdiely  Platy, spoločenské postavenie  Rodina, náboženstvo, kritika koridy		