

Viera Čihovská

## EUROMARKETING – MANAŽÉRSKA KONCEPCIA PRE EURÓPSKY TRH<sup>1</sup>

***Abstract:** The present-day European Union includes many different countries, which differ in terms of their economic development, size, cultures, languages, religions, customs and habits, and history. The main aim of the EU is to make up an economic and currency union that is competitive under conditions of the global economy. Consequently, in the course of integration process an important role is to be played by the support of the competitiveness of all the EU member countries, including competitiveness of companies in these countries, and creating a uniform European market; this is the very area where the European marketing may be found to be very helpful.*

***Key words:** European Union, European marketing, marketing conception, global marketing, intercultural marketing, segmentation, convergency, divergency*

**JEL:** J 11, A 1

### Úvod

Vznikom a postupným rozširovaním EÚ o ďalšie krajiny sa utvoril jednotný trh, ktorý tvorí silný ekonomický priestor bez vnútorných hraníc, kde je zabezpečený voľný pohyb tovaru, osôb, služieb a kapitálu. V súčasnosti predstavuje 40 % svetového obchodu a je najväčším vnútorným trhom s pevne stanovenými podmienkami platnými pre všetky členské krajiny Európskej únie. Ide o spojenie 27 štátov, ktoré majú vlastné tradície, zvyky, jazyk, kultúru a náboženstvo, do jedného multinacionálneho celku, kde sa tieto odlišnosti krajín navzájom premiešavajú a preberajú. Takýto jednotný trh vyžaduje uplatňovať špecifický marketingový prístup, ktorý musí zohľadňovať zmenu trhových podmienok (napríklad odlišné legislatívne podmienky) v závislosti od toho, na trhu ktorej krajiny podnikáme. Hlavnou príčinou vzniku európskeho marketingu bolo vytvorenie

<sup>1</sup> Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu VEGA č. 1/0251/08 „Skúmanie faktorov a determinantov európskeho podnikateľského prostredia a marketingové stratégie pre slovenské podniky na jednotnom trhu EÚ s podporou špecifického marketingového inštrumentária“ na Obchodnej fakulte EU v Bratislave.