

Hodnoty v regulácii spotrebiteľského správania¹

Bohumil Búzik² – Milan Zeman
Sociologický ústav SAV, Bratislava

Values in the Regulation of Consumer Behaviour. This study analyses the strategies of actors in the process of consumption constraint in current Slovak society. It claims that the regulation of consumption during state holidays has resulted from the effort of some actors to improve the working conditions of retail shop employees. It also points to the fact that the ban on retail sales during state holidays was preceded by an increase of holiday sales. This development has been embedded in the wider context of the transition from a society of economic shortage to a consumer society. The paper provides an analysis of data and surveys on consumer behaviour and opinion.

Sociológia 2020, Vol. 52 (No. 5: 411-431)
<https://doi.org/10.31577/sociologia.2020.52.5.17>

Key words: *Consumption; consumer culture; holidays; values; working conditions*

V štúdiu analyzujeme hodnotové súvislosti novelizácie Zákonníka práce (311/2001 Z.z.), podľa ktorého nemožno nariadiť prácu, ktorou je predaj, zamestnancom maloobchodu počas všetkých štátnych sviatkov a ani s nimi takúto prácu dohodnúť. Zameraním sa na konkrétne súvislosti, ktoré viedli od snahy zabezpečiť pracovné voľno zamestnancom predajní k obmedzeniu nákupu tovarov osobnej spotreby pre všetkých členov spoločnosti mapujeme trajektóriu, ktorá viedla k takémuto stavu. Zároveň tým odhaľujeme hodnoty, ktoré boli skryté za touto snahou. Pomocou empirického sociologického výskumu tiež zistíme reakcie občanov SR na takéto obmedzenie spotreby.

Už počas dočasného zatvorenia obchodov v nedeľu sa začalo znovu hovoriť o ich trvalom zatvorení. Dočasné zatvorenie obchodov v apríli a máji 2020 bolo súčasťou hygienických opatrení na zabránenie šírenia korónového vírusu (COVID 19). Názor vyslovený predsedom vlády Igorom Matovičom (OĽaNO) o trvalom zatvorení obchodov v nedeľu začal diskusiu, do ktorej sa cez médiá, okrem politických strán, postupne pridávali organizácie reprezentujúce predajcov a zamestnancov. Politickí zástancovia zatvorenia obchodov počas nedele spomedzi politikov argumentovali potrebou vytvorenia väčšieho času na oddych pre zamestnancov maloobchodu a ich možnosti tráviť viac času s rodinou s cieľom vylepšiť rodinné vzťahy. Časť reprezentácie maloobchodu, ako aj odbory sa stotožňovali s týmito argumentmi, ale zastávali názor, že takéto opatrenie musí byť výsledkom spoločenského konsenzu. Niektorí zástupcovia obchodných organizácií a ekonómovia poukazovali na potrebu zvážiť ekonomické dôsledky takéhoto opatrenia.

¹ Vypracované v rámci riešenia projektu APVV-16-0232 *Konzumná spoločnosť a konzumné regióny* a projektu APVV-15-0653 *Hodnoty v dynamike spoločenských zmien na Slovensku a v Európe*.

² Korešpondencia: PhDr. Bohumil Búzik, PhD., Mgr. Milan Zeman, SÚ SAV, Klemensova 19, 813 64 Bratislava, Slovenská republika. E-mail: bohumil.buzik@savba.sk; milan.zeman@savba.sk

V súvislosti s tým sa uskutočnilo niekoľko prieskumov verejnej mienky, v ktorých sa verejnosť vyjadrovala k tomuto možnému opatreniu. Objektom týchto prieskumov neboli pracovníci obchodu. Názory pracovníkov obchodu a prípadné ekonomické a sociálne dôsledky, ktoré by z navrhovaných opatrení pre nich vyplývali neboli ani výskumným predmetom týchto ankiet. Objektom bola celá populácia a jej názor na nedeľné zatvorenie obchodov. V týchto výskumoch nikoho nezaujímali pracovné podmienky zamestnancov maloobchodu, ale súhlas či nesúhlas verejnosti s obmedzením predaja počas nedele. Je to pochopiteľné, pretože pokiaľ obmedzenie nedeľného predaja vytvorí pracovné voľno pre niekoľko tisíc zamestnancov maloobchodu, zároveň obmedzí spotrebu celej spoločnosti, v ktorej všetci jej členovia vystupujú v určitých momentoch ako spotrebiteľia. Spotrebiteľov však v diskusií o navrhovaných opatreniach nikto nereprezentoval. Presmerovanie celej diskusie z voľna predavačov na spotrebu a spotrebiteľov sa bralo ako niečo samozrejmé, na čom nie je čo vysvetľovať. Preto od samého začiatku diskusie o navrhovaných opatreniach nešlo ani tak o racionálnu argumentáciu, ako o snahu vnútiť celej spoločnosti niečo, čo vyplýva z hodnotovej orientácie časti spoločnosti.

História snáh o zákaz predaja

Diskusie o obmedzovaní predaja počas sviatkov a nediel má však na Slovensku dlhšiu históriu. V roku 2017 sa táto snaha zdôvodňovala väčším množstvom voľna a vylepšovaním rodinných vzťahov pracovníkov maloobchodu. Od 1. 7. 2017 nadobudla na Slovensku platnosť novela Zákonníka práce, ktorá doplnila zákon 311/2001 Z.z. a z ktorej vyplýva obmedzenie maloobchodného predaja počas štátnych sviatkov. Podľa tejto novely zákona počas všetkých štátnych sviatkov nemožno zamestnancovi maloobchodu nariadiť prácu, ktorou je predaj a ani s ním takúto prácu dohodnúť. Návrh novely Zákonníka práce predložili do parlamentu v marci 2017 poslanci strany Smer-SD. Ostatné strany koalície vlády, t.j. SNS a Most- Híd, po dohode s Konfederáciou odborových zväzov, Asociáciou zamestnávateľských zväzov SR a Republikovou úniou zamestnávateľov tento návrh podporili. V parlamente bol zákon prijatý 28. 3. 2017. Návrh zákona ako dobrý kompromis medzi snahou zatvoriť obchody počas všetkých nediel a dovtedajším stavom podporila aj parlamentná strana *Sme rodina*. Ostávajúce parlamentné strany – Sloboda a Solidarita (SaS) a OĽaNO – hlasovali proti návrhu. Strana SaS nesúhlasila s návrhom, lebo ho považovala za kartelovú dohodu vlády, podnikateľov a odborárskych predákov proti občanom a slobodnému trhu. Okrem toho bol tento návrh podľa nej diskriminačný a znamenal návrat smerom k socializmu. Strana OĽaNO nesúhlasila s týmto návrhom, pretože chcela presadiť svoj návrh zákona, ktorý by obsahoval zákaz maloobchodného predaja nielen počas sviatkov, ale aj počas všetkých nediel v roku. Takýto návrh zákona OĽaNO predložilo do parlamentu

vo februári 2018, parlament ho však neprijal. Názor o trvalom zatvorení obchodov počas všetkých nediel' vyslovený predsedom vlády Matovičom v apríli 2020 nie je teda žiaden náhly impulz, ale súčasť dlhodobějších snáh strany OĽaNO.

Snaha obmedziť prácu zamestnancov v maloobchode v nedeľu nie je len agendou strany OĽaNO. Tieto snahy majú na Slovensku viacerých aktérov. V novodobých dejinách Slovenska možno snahy o obmedzovanie práce zamestnancov maloobchodu počas nediel' a štátnych sviatkov vystopovať až do roku 2001. Prvým a hlavným iniciátorom obmedzenia práce počas sviatkov a nediel' bola katolícka cirkev. Jej iniciatívy vyplynuli z Vatikánskej zmluvy medzi Svätou stolicou a Slovenskou republikou, ktorá bola podpísaná v roku 2000. Súčasťou týchto iniciatív bola aj letáková kampaň Nezávislých kresťanských odborov Slovenska (NKOS). Mottom tejto kampane bolo „Posvätné právo detí – nedeľa s rodičmi“. Cieľom tejto kampane bolo prijať legislatívnu normu, ktorá by maximálne obmedzila nedeľnú prácu. Nemala sa týkať iba práce v obchode, ale vo všetkých tých oblastiach, kde práca počas nedele nie je nevyhnutná. V roku 2001 vydala Konferencia biskupov Slovenska Pastiersky list biskupov Slovenska o spoločensko-sociálnej situácii na Slovensku. Tento list sa čítal vo všetkých kostoloch. Hovorí sa v ňom, že: „Sme svedkami veľkého úpadku svätenia nedele...“, a kladie sa otázka „...čo si zaslúžme, ak ani iným nedoprajeme na to čas, keď ich nútime nastúpiť do zamestnania aj v nedeľu?“. Na záver nasleduje výzva „Vráťme nedeli jej posvätnosť!“ (Pastiersky list... 2001). Tieto iniciatívy neboli podporené vtedajšou pravicovou vládou Mikuláša Dzurindu (SDKU). Tá chápala zákaz predaja počas nedele a štátnych sviatkov ako zásah orgánu štátnej správy do vzťahov medzi obchodníkmi a spotrebiteľmi. Podľa nej o tomto vzťahu má rozhodnúť trh. Stanovisko vtedajšej vlády sa opieralo aj o výskum, ktorý urobilo ministerstvo hospodárstva v spolupráci s Obchodnou fakultou Ekonomickej univerzity v Bratislave a ktorého výsledky boli zverejnené 27. 12. 2002 na internetovej stránke finweb (<https://finweb.hnonline.sk/ekonomika/11753>). Podľa tohto výskumu viac ako 80 % opýtaných považovalo možnosť nákupu v nedeľu a počas sviatkov za pozitívum a bolo proti zákazu predaja.

Proti obmedzovaniu času predaja sa vtedy postavili aj obchodníci. Stanovisko obchodníkov však už vtedy nebolo jednotné. Pokiaľ predstavitelia Zväzu obchodu SR boli proti obmedzovaniu času predaja, zástupcovia spotrebných družstiev a malých obchodníkov boli za zákaz nedeľného predaja.

V duchu týchto iniciatív v roku 2008 poslanci za Slovenskú národnú stranu, Hnutie za demokratické Slovensko a Smer-SD predložili návrh novely Zákonníka práce, ktorá zakáže predaj tovaru na Veľkonočnú nedeľu, 1. sviatok vianočný, na Nový rok a odpoľudnie Štedrého dňa. Národná rada SR túto novelu následne prijala, a tak od roku 2008 boli obchody zatvorené tri a pol

dňa v roku. Platila však výnimka pre maloobchodný predaj týkajúca sa čerpacích staníc, lekární, letísk, prístavov, zariadení verejnej hromadnej dopravy, nemocníc, predaja cestovných lístkov a predaja suvenírov.

Pre katolícku cirkev a kresťansky a národne orientované politické strany bolo takéto obmedzenie práce nedostatočné. Ďalej pokračovali vo svojich snahách obmedziť prácu počas sviatkov a nedeľ. V parlamente nenašiel dostatočnú podporu návrh novely Zákonníka práce zakazujúci práce v nedeľu a vo všetky sviatky predložený v roku 2009 poslancom za Slovenskú národnú stranu Jozefom Rydlom. S podobným návrhom vystúpilo v roku 2012 aj Kresťanskodemokratické hnutie (KDH). V roku 2016 vydala Konferencia biskupov Slovenska pastiersky list. List sa čítal na prvú adventnú nedeľu vo všetkých katolíckych kostoloch. Vyzývali v ňom veriacich, aby v nedeľu nechodili do obchodov a nenakupovali. Namiesto nákupov sa veriaci majú venovať Bohu, svojej rodine a zúčastňovať sa bohoslužieb (Pastiersky list... 2016). V odbornej literatúre a ani v masmédiách sa však neobjavili žiadne relevantné údaje o tom, akú odozvu v podobe poklesu počtu nakupujúcich v nedeľu mala táto výzva. Takéto zistenie by bolo zaujímavým údajom aj o vplyve Katolíckej cirkvi na občanov Slovenska³.

V tomto roku sa k požiadavke zákazu práce ako predaja v nedeľu a počas sviatkov už pripojila aj Konfederácia odborových zväzov. V roku 2016 sa k obmedzeniu nedeľného predaja a predaja počas sviatkov pripojil aj Zväz obchodu a cestovného ruchu SR (ZOČR SR). Odvolával sa pritom na prax členských štátov EÚ. Takto si postupne osvojila zákaz predaja väčšina aktérov diskusie. Všetky tieto snahy nakoniec vyústili v roku 2017 do prijatia už vyššie spomínanej novely Zákonníka práce, v podobe zákazu práce ako predaja v maloobchode počas štátnych sviatkov.

Novodobá história sviatkov

V súvislosti so snahou vytvoriť aj pre zamestnancov maloobchodu viac voľného času tým, že sa predaj ako práca zakáže počas sviatkov je zaujímavé, že až do začiatku snáh o tento zákaz rástol na Slovensku počet štátnych sviatkov. Od roku 1990 po rok 2001 (začiatky snáh o zákaz predaja) pribudlo na Slovensku osem štátnych sviatkov a dní pracovného voľna.

V roku 1990 boli na Slovensku tri dni štátnych sviatkov a šesť dní pracovného pokoja. Najviac štátnych sviatkov a dní pracovného pokoja vzniklo v prvom roku vzniku SR. (Tabuľka č. 1) Spolu tak je na Slovensku 15,5 dní, ktoré sú štátnymi sviatkami alebo dňami pracovného voľna. Väčšina pribudnu-

³ V tejto súvislosti treba pripomenúť, že podľa Sčítania obyvateľov, domov a bytov 2011 sa ku Katolíckej cirkvi hlásilo na Slovensku viac ako tri štvrtiny veriacich a k veriacim sa hlásilo tri štvrtiny obyvateľov Slovenska. (<https://census2011.statistics.sk/tabulky.html>)

tých sviatkov má náboženský charakter. Sú to také sviatky ako Zjavenie Pána (Traja králi) (6. január), Veľký piatok, Sviatok sv. Cyrila a sv. Metoda (5. júl), Sedembolestná Panna Mária (15. september), Sviatok všetkých svätých (1. november), Štedrý deň (24. december). Ostatné pribudnuté sviatky majú nenáboženský charakter (Deň Ústavy SR (1. september), Deň boja za slobodu a demokraciu (17. november).

Tabuľka č. 1: **Štátne sviatky a dni pracovného pokoja platné v SR od roku 1990**

Rok prijatia	Štátne sviatky	Dni pracovného pokoja
1990	a) 9. máj – Deň oslobodenia od fašizmu b) 5. júl – Deň slovanských vierozvestcov Cyrila a Metoda c) 28. október – Deň vzniku samostatného česko-slovenského štátu	a) 1. január – Nový rok b) Veľkonočný pondelok c) 1. máj – Sviatok práce d) 24. december – Štedrý deň e) 25. december – 1. sviatok vianočný f) 26. december – 2. sviatok vianočný
1992	d) 29. august – Výročie Slovenského národného povstania	Zostáva z roku 1990
1993	a) 1. január – Deň vzniku Slovenskej republiky b) 5. júl – Sviatok sv. Cyrila a sv. Metoda c) 29. august – Výročie Slovenského národného povstania d) 1. september – Deň Ústavy Slovenskej republiky	a) 6. január – Zjavenie Pána (Traja králi a vianočný sviatok pravoslávnych kresťanov) b) Veľký piatok c) Veľkonočný pondelok d) 1. máj – Sviatok práce e) 15. september – Sedembolestná Panna Mária f) 1. november – Sviatok Všetkých svätých g) 24. december – Štedrý deň h) 25. december – 1. sviatok vianočný i) 26. december – 2. sviatok vianočný
1996	Zostáva z roku 1993	j) 8. máj – Deň víťazstva nad fašizmom
2001	Doplňa sa nový sviatok 17. november – Deň boja za slobodu a demokraciu	Zostáva z roku 1993

Zdroj: M. Tížik 2011: 286-288.

Z hľadiska počtu štátnych sviatkov a dní pracovného pokoja patrí Slovensko v rámci Európskej únie (EU) medzi tie krajiny, ktoré ich majú najviac. V EU je priemerný počet sviatkov 12 za rok. Preto argumentácia odvolávajúca sa na krajiny EU ako vzor pre obmedzenie predaja počas sviatkov nie je namieste. Minimálne z hľadiska ekonomických dôsledkov tento rozdiel oslabuje argumentáciu v prospech zákazu predaja počas sviatkov a nedele. Na druhej strane, zákazom práce počas štátnych sviatkov sa pre túto skupinu obyvateľov zväčšilo množstvo voľného času. Rozšírenie voľného času pre zamestnancov maloobchodu je v súlade s rastúcim trendom dôležitosti voľného času v živote obyvateľov Slovenska. Toto zistenie sa opiera o výskum hodnôt, v ktorom dôležitosť voľného času na Slovensku po roku 1990 stále rastie. V roku 1991

považovalo voľný čas za dôležitý vo svojom živote 79,1 % obyvateľov Slovenska, ale v roku 2017 to už bolo 95,7 % obyvateľov. Na druhej strane však podiel tých, ktorí súhlasia s tvrdením, že práca má byť vždy prvoradá, aj keď to znamená menej voľného času, je výrazne väčší ako tých, ktorí s tým nesúhlasia. Tento podiel sa od roku 1999 výraznejšie nezmenil (Rabušic – Kusá 2019: 135).

V rokovaníach o zákone vystupovali ako aktéri zástupcovia veriacich, zamestnancov a zamestnávateľov i politické strany. Pokiaľ katolícka cirkev zotrúva na svojom východiskovom stanovisku o obmedzení predaja počas nedeľ a štátnych sviatkov, odbory a zamestnávatelia počas tohto obdobia zmenili svoje postoje k obmedzeniu predaja. Odbory sa v súčasnosti prikláňajú už aj k obmedzeniu predaja počas nedeľ. Obchodníci prijali súčasný stav ako kompromis medzi svojimi požiadavkami a požiadavkami cirkví a odborárov. V ich prípade asi zohrala dôležitú úlohu, okrem rastúceho nedostatku pracovných síl na trhu práce po roku 2015, aj zmena Zákonníka práce, ktorá po roku 2008 zvýšila mzdové zvýhodnenie za prácu počas sviatkov a nedele, a povinnosť zamestnávateľa zabezpečiť zamestnancovi nepretržitý 36 hodinový odpočinok počas pracovného týždňa. Na základe týchto opatrení vznikla diskusia, iniciovaná obchodníkmi, o možnosti znížiť počet štátnych sviatkov. Diskusiu postupne ukončili právne výhrady, že znižovanie štátnych sviatkov by sa nemalo týkať sviatkov, ktoré majú náboženský charakter, lebo tie sú naviazané na zmluvu so Svätou stolicou. Výsledkom diskusie bolo zotrvanie na pôvodnom počte štátnych sviatkov.

Postoj vlád k obmedzeniu predaja sa menil podľa toho, ktoré politické strany vytvárali vlády. Zdá sa, že všetci zúčastnení sa cítili byť spokojní s tým čo dosiahli. Po rozšírení počtu sviatkov náboženského charakteru, teda tí istí aktéri presadili zákaz práce počas všetkých sviatkov. Bola to katolícka cirkev a prevažne konzervatívne orientované politické strany, ktoré sa snažili takto zlepšiť podmienky práce a života zamestnancov maloobchodu. Verejne postulovali, že v týchto opatreniach im ide o viac voľného času pre zamestnancov a tým aj o regeneráciu ich pracovnej sily, zosúladenie práce a rodinného života, upevnenie rodinných väzieb a zlepšenie života ich rodín. Takéto požiadavky boli v súlade s tým, čo dlhodobo presadzovali odbory, preto návrh zákona podporovali. Asi aj táto skutočnosť spôsobila, že katolícka cirkev a ostatné cirkvi nepresadzovali obmedzenie predaja ako zosúladenie pracovného času s náboženským presvedčením zamestnancov prostredníctvom „výhrad svedomia“. Jeho presadzovaním by sa dosiahol možný kompromis medzi ekonomickými záujmami obchodníkov a náboženskými výhradami niektorých veriacich. Takýto stav by však nevyhovoval odborom, pretože by sa týkal iba jednotlivcov, pracovníkov obchodu, ktorí by si chceli výhrady svedomia uplatniť a nie všetkých pracovníkov obchodu. Postoj odborov a cirkví sa tak vzájomne

doplňa. Odhliadnuc od toho, že výhrady svedomia môžeme odvodiť priamo z Ústavy SR (čl. 24), sú aj obsahom článku 7 Základnej zmluvy medzi Slovenskou republikou a Svätou stolicou⁴ z roku 2000. Pre ostatné registrované cirkvi a náboženské spoločenstvá bola takáto zmluva prijatá v roku 2002⁵. Možno predpokladať, že okrem podpory odborov pre zákaz práce počas sviatkov a nedeľí nebol argument o výhradách svedomia použitý cirkvami aj z viacerých ďalších dôvodov. Nielen preto, lebo doteraz nebola prijatá ani medzinárodná, ani vnútroštátna zmluva stanovujúca rozsah a podmienky, na základe ktorých by boli výhrady svedomia uplatňované. Ale aj preto, ako upozorňuje A. Ziolkovský v súvislosti so zákazom práce ako predaja počas všetkých nedeľí, lebo z vieroučného a mravoučného hľadiska katolíckej cirkvi je „... imperatívom svätenie sviatočného dňa, nie zákaz nedeľnej práce“ (Ziolkovský 2020). V prípade práce v nedeľu tak nevzniká situácia, keď by veriaci vykonával niečo, čo na základe imperatívu vykonávať nesmie, lebo to svedomie zakazuje. Kategorický zákaz nedeľnej práce kresťanská morálka nepozná. Z pohľadu katolíckej morálky tak ten, kto v nedeľu musí pracovať nehreší a z pohľadu viery nie je vinný pred Bohom. Preto by to podľa Ziolkovského mal byť štát, ktorý sa má usilovať o rovnováhu medzi ekonomickými záujmami a dobrom jednotlivcov v podobe pracovného voľna v nedeľu aj pre zamestnancov maloobchodu. Cirkvi a náboženské organizácie tak cieľavedome presadzujú svoje náboženské hodnoty do života celej spoločnosti. To sa im darilo aj vďaka tomu, že zákaz práce pre zamestnancov v obchode je zároveň zásahom do spotreby a spotrebného správania v celej spoločnosti.

Zmena v spotrebe

Spotreba je univerzálny aspekt ľudskej existencie. Pretože je každodennou činnosťou všetkých členov spoločnosti, možno povedať, že bola asi najvýznamnejšou oblasťou spoločenskej zmeny po roku 1989. Na druhej strane to bola zmena, ktorú nikto nezvýznamňoval, ktorá bola rozptýlená v každodennej činnosti, tak jednotlivcov, ako aj spoločenských inštitúcií. Najbližší pojem, ktorým sa popisovala táto zmena bol v slovenskej sociológii pojem „marketizácia“. Slovom marketizácia sa označovalo zavádzanie voľného trhu a trhových mechanizmov do života slovenskej spoločnosti, pričom sa kládol dôraz na vytváranie súkromného vlastníctva a formovanie vzťahov medzi vlastníckmi. Nikto však nespomenul a nezdôrazňoval, že trh je tiež miesto sprostredkovania spotreby. Spotreba sa mlčky chápala ako automatický dôsledok trhových

⁴ Článok 7 tejto zmluvy znie: *Slovenská republika uznáva každému právo uplatňovať výhrady vo svedomí podľa vieroučných a mravoučných zásad Katolíckej cirkvi. Rozsah a podmienky uplatnenia tohto práva ustanoví osobitná medzinárodná zmluva uzavretá medzi zmluvnými stranami.*

⁵ Článok 7 zákona 250/2002 Z.z.

vzťahov. Takéto „skrytie“ spotreby uľahčoval aj fakt, že spotreba existovala aj pred spoločenskou zmenou v roku 1989 a existuje aj po nej.

Nespokojnosť so spotrebou v politickom režime pred rokom 1989 bola asi rozhodujúcou príčinou spoločenskej zmeny. Práve z hľadiska spotreby boli socialistické spoločnosti niekedy označované ako „ekonomiky nedostatku“. Túto „nedostatkovosť“ spôsobovala násilná akumulácia výrobných prostriedkov s plánovaným tlmením výroby a dopytu orientovaného na spotrebu. Práve plánovanie zohrávalo rozhodujúcu úlohu v riadení tohto typu spoločnosti. Plánovanie malo odstrániť nepredvídateľnosť trhu a krízy, ktoré plodil. V tejto podobe predstavovalo vrchol racionality. Historická skúsenosť ukázala, že sprostredkovanie spotreby plánovaním vytváralo tiež krízové situácie a viedlo k tzv. nedostatkovej spoločnosti. Nešlo však iba o nedostatok tovarov z hľadiska ich množstva. Plánovanie potlačalo aj schopnosť jednotlivcov voliť a vybrať si tovar, čo znamenalo aj potlačenie schopnosti jednotlivcov slobodne definovať a uspokojovať svoje túžby. Systém s plánovanou výrobou a distribúciou podriadil potreby obyvateľstva byrokratickému rozhodovaniu a vnútil ľuďom tie potreby, ktoré je podľa neho vhodné uspokojovať. Zaviedol tak „diktatúru nad potrebami“ (Fehér et al. 1984).

Zavádzanie voľného trhu a trhových mechanizmov do života slovenskej spoločnosti po roku 1989 znamenalo aj otvorenie sa zahraničnému kapitálu a obchodným reťazcom, ktorých marketingové stratégie boli zamerané na spotrebu „spotrebných spoločností“. V nej sa spotreba presunula z prostriedku uspokojovania potrieb na účel sám osebe, ktorý dáva význam sociálnej existencii ľudí. Spotreba je považovaná za atraktívnu a prítiažlivú príležitosť pre sebaujedenie. K tomuto posunu dochádza v osemdesiatych rokoch 20. storočia, keď po nástupe neoliberalizmu nastal posun dôrazu od produkcie k spotrebe. Tento posun znamená, že identita jednotlivca a jeho spokojnosť je čoraz menej zviazaná so zamestnaním, prácou a kariérou a čoraz viac so životným štýlom, spotrebou a nakupovaním (Sennet 2001). Podľa sociológov spotreby sa v ňom spotreba nachádza v takom stave, že „...hodnota tovaru závisela viac od jeho kultúrnej hodnoty (hodnoty značiek), ako od jeho funkčnej alebo ekonomickej hodnoty; reklama a marketing v nej už nie sú funkciami, ktoré sú podriadené výrobe, ale vedú rozpravy v rámci firiem a stále viac tovarov nemá formu materiálneho tovaru, ale znakov a reprezentácií (napr. informácie, softvér) služieb a „skúseností“ (napr. cestovný ruch, rekreácie). Zdá sa, že logický vývoj spotrebiteľskej kultúry (rovnako ako rozvinutého kapitalizmu ako celku) smeruje k „dematerializácii“ hospodárstva“ (Slater 1997: 32). Nevieme, nakoľko sa za tridsať rokov fungovania trhovej ekonomiky podarilo implementovať takýto typ spotreby do slovenskej spoločnosti alebo ostalo iba pri neoliberalnej spotrebnej vízii spoločnosti. Konfrontácia nedostatkovej ekonomiky s takouto spotrebou však znamená obrovský skok v spotrebe.

Slovenská spoločnosť je tak v priebehu niekoľkých rokov po roku 1989 konfrontovaná s treťou etapou konzumných ekonomík, ktoré Gilles Lipovetsky označuje ako „hyperkonzumnú spoločnosť“ (Lipovetsky 2007: 14). Jej objavenie sa datuje Lipovetsky od konca sedemdesiatych rokov 20. storočia. Vznikli transformáciou spoločností masovej spotreby, ktoré sa na Západe objavili v päťdesiatych rokoch 20. storočia a ktoré sa okrem oficiálnej ideologickej kritiky a skrytého obdivu obyvateľstva vývoja spotreby na Slovensku počas socializmu takmer nedotkli.

Rast v materiálnych štandardoch a rast v spotrebných výdavkoch na Západe bol sprevádzaný rozvojom zvláštnych postojov a mentalít, ktoré ovplyvňovali sociálne vzťahy a mali vplyv na identitu jednotlivcov. Tento proces je v súčasnej odbornej literatúre o spotrebe označovaný pojmom „spotrebiteľská kultúra“. V nej je spôsob života sprostredkovaný trhom. V spoločenských vedách sa tento pojem objavil začiatkom osemdesiatych rokov a niekedy býva tiež nahrádzaný pojmom konzumerizmus. Spočiatku sa ním popisovala povrchná hedonistická kultúra, ktorá narušovala rozvoj etiky a zodpovednosti aktívnych občanov potrebný pre udržanie demokratickej politiky. Toto negatívne vnímanie prestalo v sociológii a kultúrnych štúdiách v deväťdesiatych rokoch 20. storočia. Na túžby a potešenia, emocionálne a estetické uspokojenie spojené so spotrebou sa prestalo pozeráť iba negatívne a mnohí teoretici v nich videli zdroj kultúrnej produkcie ekonomických hodnôt. Prostredníctvom pojmu spotrebiteľská kultúra sa snažili zdôrazniť, že svet tovarov a jeho princípy štruktúrovania spoločnosti je rozhodujúci pre porozumenie súčasnej spoločnosti (Featherstone 2007: 82).

Spor o tento pojem sa stal ústredným problémom súčasnej sociologickej diskusie o spotrebiteľskej kultúre. Ide v ňom o problém, nakoľko je spotreba sférou manipulácie alebo slobody jednotlivca a sociálnych skupín. Spotrebiteľská kultúra je pojem, ktorý sa objavil aj ako reakcia na kritiku masovej kultúry Adorna, Horkheimera a Marcuseho. Ich kritika bola označená ako elitárska kritika masovej kultúry. Okrem postoja k masovej kultúre z pozícií vyšších tried sa v ich teóriách, ale aj v teóriách ďalších kritikov spotrebnej spoločnosti, chápalo použitie tovaru jednotlivcami tak, že je v súlade s účelom, ktorý bol skrytý v marketingových stratégiách a reklame. Premyslený marketing a reklama robili zo spotrebiteľa predmet manipulácie. Podľa tejto kritiky aj pocit samostatného rozhodovania a vytváranie identity, presadzovaný v teóriách spotrebiteľskej kultúry, je už vložený do tovaru a spotrebiteľovi je ozrejmovaný reklamou. Naproti tomu, podľa obhajcov spotrebiteľskej kultúry sa spotrebiteľ pri voľbe tovarov stáva osobným rozhodovaním sebaurčujúcim a sebatvoriacim subjektom. Spotreba sa stáva miestom pre rozvoj nezávislosti, tvorbu významov, osobitých životných štýlov, subjektivity, súkromia a slobody (Slater 1997: 31). A tieto procesy sebaupravenia spotrebou sú podstatou

konzumentnej kultúry. Aby k takémuto procesu mohlo dôjsť, konzumná kultúra je zaplavená znameniami, obrazmi, publicitou a estetizáciou komodít a ich prostredia v podobe reklamy, obalov, výkladov obchodov a dizajnu výrobkov. Navyše, „... spotrebné tovary sú rozhodujúce pre spôsob akým formulujeme aj naše spoločenské vystupovanie, naše sociálne siete (životný štýl, statusovú skupinu atď.), naše štruktúry sociálnych hodnôt“ (Slater 1997: 30). Na rozdiel od minulosti už nie je spotreba dôležitá v určovaní statusu, pretože v súčasnosti sú „... štruktúra statusu a štruktúry významov nestabilné, flexibilné a vysoko obchodovateľné“ (Slater 1997: 30). Súčasná spotreba je omnoho viac dôležitá pre proces individualizácie (Smart 2010: 33).

Bez ohľadu na to, či chápeme spotrebu ako sféru manipulácie alebo spotreby, všetko v spotrebiteľskej kultúre je sprostredkované trhom. Vytvára sa tak priestor pre vznik procesu komodifikácie, pri ktorom sa zo znakov, informácií, vzťahov, vlastností, práce a ľudí stávajú predmety výmeny, ktorá podlieha mechanizmu trhu. Aj keď je takéto videnie spotrebnej spoločnosti charakteristické viac pre jej kritikov, platí tento proces tak v prípade spotreby ako manipulácie, ako aj spotreby ako priestoru pre vyjadrenie slobody.

Vývoj smerom ku spotrebiteľskej kultúre má dlhú históriu a na jeho počiatkoch sa sociológovia nevedia zhodnúť. Zhodujú sa iba v tom, že spotrebiteľská kultúra je spojená s trhom. So spotrebiteľskou kultúrou sú nezlučiteľné pokusy o potlačanie trhu politickou reguláciou spotreby, prípadne snahou presadzovať v spoločnosti zákony týkajúce sa spotreby, ktoré sa opierajú o tradičné hodnoty (Slater 1997: 26). Z histórie poznáme niekoľko prípadov politického ovplyvňovania spotreby. Medzi najznámejšie patria zákazy výroby, distribúcie a spotreby alkoholu v USA v dvadsiatych rokoch 20. storočia, a tiež v bývalom ZSSR na konci osemdesiatych rokov 20. storočia. Na rozdiel od týchto prípadov, v ktorých išlo o zákaz predaja a spotreby konkrétneho tovaru, v prípade Slovenska nejde o zákaz spotreby. Neexistuje žiaden taký zákon, ktorý zakazuje spotrebu počas štátnych sviatkov. Na Slovensku nemôžu spotrebiteľia cez štátne sviatky nakupovať, pretože sú obchody zatvorené. A zatvorené sú preto, lebo zamestnávateľ nemôže nútiť zamestnancov obchodu pracovať počas štátnych sviatkov. Na Slovensku tak vlastne dochádza v rámci spotreby iba k zníženiu komfortu nakupovania. V tom sa líši politické ovplyvnenie spotreby u nás od vyššie uvedených historických príkladov.

Ako na to upozorňuje Don Slater, vzhľadom na politické potlačanie trhu v súvislosti so socializmom sovietskeho typu možno hovoriť o spotrebiteľskej kultúre paradoxne iba v jej neformálnej, neoficiálnej čiernej ekonomike, v ktorej ľudia získavali to, čo chceli cez spleť vzťahy osobnej výmeny (Slater 1997: 36). Tu možno identifikovať prežívanie určitých prvkov spotrebiteľskej kultúry v takých hodnotách, ako je podnikateľský individualizmus, odmietanie politickej autority v súkromí, autonómii a súkromnom živote ako mieste

zmysluplného spoločenského života. Vzhľadom na dlhodobosť vývoja konzumnej kultúry na Západe vyplýva pre nás otázka, či hodnoty z tohto prostredia stačili za tridsať rokov vývoja spoločnosti v trhových podmienkach na ich pretransformovanie do podoby spotrebiteľskej kultúry. Či je to dostatočne dlhé obdobie, aby sme mohli hovoriť o spotrebiteľskej kultúre aj na Slovensku. A či produkuje aj sily, ktoré politicky a ideologicky motivované zásahy do fungovania trhu odmietnu.

V našom prípade zrejme ide aj o otázku, či politický zásah do spotreby v podobe jej obmedzenia počas štátnych sviatkov sa výraznejšie dotýka spotreby a spotrebnej kultúry obyvateľov Slovenska. V tejto súvislosti je dôležité pripomenúť, že v diskusii o zákaze predaja počas sviatkov spotrebiteľov nezastupovalo žiadne spotrebiteľské združenie alebo iniciatíva. Asi sa vychádzalo z predpokladu, že veriaci a zamestnanci sú aj spotrebiteľia a ak sa stotožnili so stanoviskom cirkví a odborov, tak sa s nimi stotožnili aj ako spotrebiteľia. Pokiaľ nám je známe, tak počas tohto obdobia sa nikto nesnažil mobilizovať verejnosť. Na verejnosti sa neobjavili žiadne iniciatívy či petície za alebo proti tomuto obmedzeniu a neuskutočnil sa ani žiaden rozsiahlejší výskum názorov respondentov na obmedzenie predaja a jeho dôsledky pre nich ako spotrebiteľov. Zákon vlastne obmedzením času maloobchodného predaja predstavuje vynútenú zmenu spotrebiteľského správania, ktorá bola legitimizovaná snahou zlepšiť pracovné podmienky zamestnancov obchodu, rozšíriť ich voľný čas, a tak možnosť venovať sa rodine, ako aj zosúladiť ich náboženské presvedčenie s prácou počas štátnych sviatkov. Práca a rodina sú na Slovensku podľa výskumov európskych hodnôt (Kusá – Tížik 2009) dlhodobo najdôležitejšie hodnoty. Spotreba alebo konzum sa v rámci výskumu európskych hodnôt ako hodnota ani neskúma.

Vzhľadom na to, že väčšina populácie má prístup k širokému rozsahu tovarov a služieb, mnohí teoretici spotreby dospievajú k názoru, že je to spotreba a nie výroba, čo je centrálnym motorom súčasných západných spoločností (Corrigan 1997; Slater 1997; Featherstone 2007; Lipovetsky 2007; Stillerman 2015; Warde 2014). Takéto názory sa opierajú o skutočnosť, že v západných spoločnostiach má osobná spotreba väčšinový podiel na tvorbe ich HDP. Slovensko dospelo do takéhoto stavu v roku 2014, teda možno povedať, že aj tu sa spotreba stáva centrálnym motorom spoločnosti. Možno polemizovať, či snaha obmedzovať predaj a tým aj spotrebu počas štátnych sviatkov a nediel má výraznejší dopad na spotrebu, ale je faktom, že tieto snahy sú v rozpore s nastúpeným trendom.

Empirický výskum spotreby

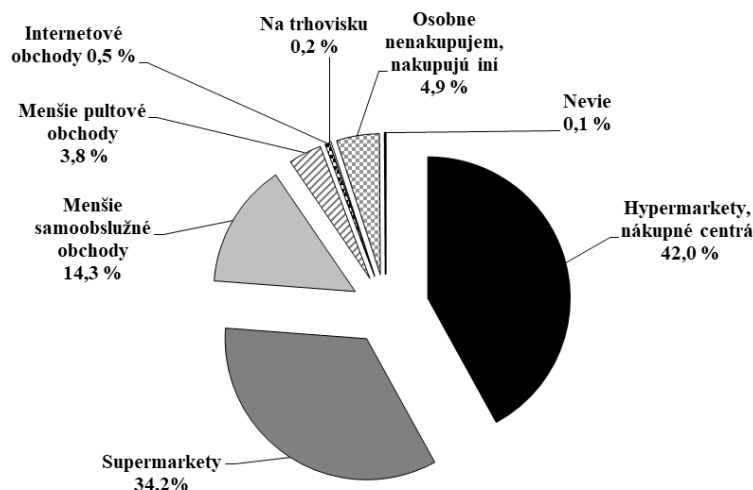
Aké reakcie vyvolalo zatvorenie obchodov počas sviatkov na Slovensku sme sa pokúsili zistiť empirickým výskumom⁶. Vzhľadom na to, že ide o obmedzenie predaja počas sviatkov a pretože predpokladáme, že počas sviatkov sa predáva prevažne tovar krátkodobej spotreby, využili sme na zistenie reakcií spotrebiteľov taký empirický výskum, ktorý bol zameraný na nakupovanie potravín.

Skôr ako na to poukážeme, zameriame sa na typy obchodov, v ktorých obyvatelia Slovenska najčastejšie nakupujú. Z nášho hľadiska je to dôležité aj preto, lebo rozvoj obchodnej siete, rast počtu obchodov a niektoré ich typy boli v západných krajinách dôležité pre rozvoj spotrebnej spoločnosti a konzumnej kultúry. Transformácia ekonomiky na Slovensku zasiahla maloobchod ako jednu z prvých oblastí života spoločnosti a bola spojená najmä so zmenou vlastníckych vzťahov a vznikom konkurenčného prostredia. Vzhľadom na to, že obmedzenie predaja počas sviatkov sa týka obchodov, ktoré majú zamestnancov, je veľmi pravdepodobné, že obmedzenie predaja sa dotkne predovšetkým veľkých obchodov. Preto sme respondentom položili najskôr otázku týkajúcu sa preferencií typu predajne, v ktorej najčastejšie nakupujú potraviny, drogériu a iný bežný tovar dennej spotreby. (Graf č. 1)

Spotrebiteľia na Slovensku nakupujú prevažne vo veľkometrážnych maloobchodných predajniach typu hypermarkety, nákupné centrá (42 %) a supermarkety (34,2 %), ktorých celkový podiel tak tvorí viac ako tri štvrtiny (76,2 %). V tejto súvislosti treba poznamenať, že história západných spoločností ukázala, že pre vznik a rozšírenie spotrebných spoločností a konzumnej kultúry mali práve veľké obchodné domy a nákupné strediská zásadný vplyv. Tie dávajú dostatočnú možnosť voľby a výberu tovarov, ktorá sa chápe ako prejav spotrebnej slobody typický pre konzumnú kultúru. Počet respondentov, ktorí nakupujú v menších samoobslužných obchodoch je výrazne menší. Nakupuje v nich iba približne každý šiesty respondent (14,3 %). Ešte výrazne menšej obľube sa tešia menšie pultové obchody, v ktorých nakupuje 3,8 % spotrebiteľov. Úplne marginálne postavenie z hľadiska nakupovania potravín, drogérie a iného bežného tovaru dennej spotreby mali v roku 2018 internetové obchody (0,5 %) a trhoviská (0,2 %). Približne 5 % respondentov osobne nenakupuje, resp. nakupujú iní.

⁶ Výskum uskutočnil Sociologický ústav SAV koncom januára 2018 formou osobného dopytovania. Výberovú vzorku tvorilo 1012 respondentov, ktorí reprezentujú populáciu Slovenskej republiky vo veku nad 18 rokov z hľadiska pohlavia, veku, vzdelania, národnosti, veľkostných kategórií obcí a krajského členenia. Terénny zber údajov realizovala agentúra FOCUS.

Graf č. 1: Typy obchodov, v ktorých respondenti najčastejšie nakupujú potraviny, drogériu a iný bežný tovar dennej spotreby⁷



Zdroj: SÚ SAV 2018, projekt APVV-16-0232 (KONSPOREG)

Ak sa však pri analýze odpovedí na celkový súbor pozrieme cez základné sociodemografické znaky (pohlavie, vek, vzdelanie, počet obyvateľov obce, kraj a čistý mesačný príjem), zistíme niektoré rozdiely⁸. V hypermarketoch, nákupných centrách nadpriemerne často nakupujú mladí respondenti vo veku 25 – 34 rokov (64 %) a mladší vo veku 35 – 44 rokov (51 %). Prvá veková skupina predstavuje generáciu mladých ľudí, ktorí sa už narodili do spoločnosti veľkých obchodných centier. Toto generáčné hľadisko je dôležité aj preto, lebo práve mladšia generácia je najčastejšie nositeľom spoločenských zmien, a preto možno očakávať, že práve táto generácia si najskôr osvojí konzumnú kultúru. Aj väčšina respondentov s vysokoškolským vzdelaním (58,9 %) a respondenti bývajúci v mestách s viac ako 100 tisíc obyvateľmi (54 %) a bývajúci v Bratislavskom kraji (65 %) sú tí, ktorí uprednostňujú nákupy vo veľkých obchodoch, o ktorých možno predpokladať, že dávajú väčšiu možnosť výberu tovaru. Uprednostňovanie nakupovania vo veľkých obchodoch nám zároveň naznačuje, prečo zástupcovia spotrebných družstiev a malých obchodníkov už začiatkom tisícročia boli medzi prvými, kto podporoval zákaz predaja počas nedeľ. Tieto typy obchodov sú predovšetkým na vidieku s malým rozsahom

⁷ Znenie otázky: *V akej forme obchodov Vy osobne najčastejšie nakupujete potraviny, drogériu a iný bežný tovar dennej spotreby.*

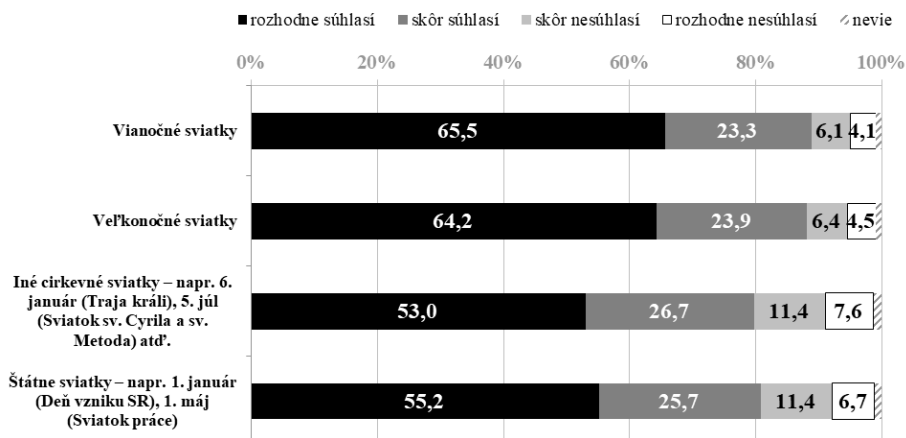
⁸ V texte uvádzame tie hodnoty, v ktorých sa preukázali štatisticky významné rozdiely v porovnaní s priemerom celej vzorky. Štatistická významnosť bola zisťovaná na základe znamienkového testu, ktorý je založený na adjustovaných reziduách v dvojrozmernom triedení znakov a vyjadruje štatistickú významnosť rozdielov premenných.

ponúkaného tovaru a malým obratom počas sviatkov a nedeľ. Možno tiež predpokladať, že vplyv katolíckej cirkvi, ktorá dlhodobo požaduje zákaz predaja počas sviatkov a nedeľ, je tu omnoho intenzívnejší aj na samotných obchodníkov.

Triviálnym faktom je konštatovanie, že obmedzenie predaja počas sviatkov sa lepšie presadzuje v prípade, ak nie je v spoločnosti príliš veľká miera odporu s takýmto opatrením. Pred prijatím zákona o zákaze práce zamestnancov maloobchodu v nedeľu nikto z jej iniciátorov alebo odporcov nezískoval pomocou verejne prístupného empirického výskumu, aké sú postoje obyvateľstva Slovenska k opatreniu, ktoré sa dotkne ich všetkých. Verejnosť nebola ani informovaná o iných spôsoboch zisťovania postojov obyvateľstva v tejto otázke. A tak sa zdá, že prijatie rozhodnutia o obmedzení predaja urobili politické strany viac-menej intuitívne. Náš výskum ukázal, že toto rozhodnutie bolo v súlade s postojom väčšiny spoločnosti a nenarazilo na žiaden výraznejší nesúhlas. (Graf č. 2) Pre zistenie presnejších informácií o miere súhlasu s obmedzením maloobchodného predaja sme sa nepýtali všeobecne na štátne sviatky, ale štátom uznané sviatky a dni pracovného pokoja⁹ sme si rozdelili do štyroch kategórií. Získame tak podrobnejšiu informáciu o miere súhlasu alebo nesúhlasu s jednotlivými skupinami sviatkov. Prvé dve kategórie sviatkov tvorili vianočné a veľkonočné sviatky, ktoré ako jediné zo sviatkov trvajú viac ako jeden deň a zároveň ide o tradičné cirkevné sviatky, ktoré sa slávia aj za komunistického režimu. Sú to sviatky, ktoré priamo „produkurujú“ spotrebu, a to nielen potrebou urobiť si zásoby, lebo trvajú viac dní. K vianočným sviatkom patrí aj demonštrovanie blahobytu, vzájomné obdarovávanie sa, charakteristická výzdoba, slávnostné stolovanie, cestovanie, teda všetko to, čo väčšina ľudí kupuje v obchodoch a konzumuje. Podobne náročné na spotrebu sú v slovenskej spoločnosti aj veľkonočné sviatky. Z výskumu vyplynulo, že takmer dve tretiny spotrebiteľov na Slovensku rozhodne súhlasia s obmedzením maloobchodného predaja počas najväčších tradičných cirkevných sviatkov – pri vianočných sviatkoch (65,5 %), pri veľkonočných sviatkoch (64,2 %). Ak spočítame všetkých súhlasiacich (spočítame dokopy rozhodne a skôr súhlasiacich), tak v prípade oboch týchto tradičných sviatkov súhlasí s obmedzením predaja viac ako 88 % obyvateľov Slovenska. Súhlas s obmedzením maloobchodného predaja je ešte vyšší v menších obciach s počtom obyvateľov 1 – 2 tisíc (94 %), v mestách s 20 – 50 tisíc obyvateľmi (96, 2 %). V žiadnej sociodemografickej kategórii nie je väčší podiel nesúhlasiacich ako súhlasiacich. Najväčší počet nesúhlasiacich s obmedzením predaja je iba v mestách s viac ako 100 tisíc obyvateľmi, ale aj tých je iba 19,7 %.

⁹ Ďalej v texte budeme kvôli zjednodušeniu používať výraz sviatky aj pre štátne sviatky, aj pre dni pracovného pokoja.

Graf č. 2: Miera súhlasu s obmedzením maloobchodného predaja¹⁰



Zdroj: SÚ SAV 2018, projekt APVV-16-0232 (KONSPOREG)

Aj keď v kategórii iných cirkevných sviatkov (6. január – Zjavenie Pána (Traja kráľi), 5. júl – Sviatok sv. Cyrila a sv. Metoda, 15. september – Sedembolestná Panna Mária a 1. november – Sviatok všetkých svätých) bola miera súhlasu (spolu rozhodne a skôr súhlasiaci) s obmedzením predaja počas sviatkov nižšia ako v prípade vyššie spomenutých tradičných sviatkov, aj tak je súhlas veľmi vysoký (79,7 %). Všetky tieto sviatky sú jednodenné a boli štátom prijaté až od roku 1993. Takmer rovnaká miera súhlasu (80,9 %) s obmedzením predaja bola aj pri skupine necirkevných sviatkov (1. január – Deň vzniku SR, 1. máj – Sviatok práce, 8. máj – Deň víťazstva nad fašizmom, 29. august – Výročie SNP, 1. september – Deň Ústavy SR a 17. november – Deň boja za slobodu a demokraciu). Sviatky, ktoré sme zaradili do týchto dvoch kategórií nie sú tak úzko spojené so spotrebou ako vianočné a veľkonočné sviatky. Ako sme už spomenuli vyššie, ide celkovo o 16 dní, z ktorých obmedzenie predaja sa týka 15,5 dňa. V porovnaní s obdobím pred rokom 1989, keď bolo ako sviatok štátom uznaných len 7 dní v roku, je to výraznejší nárast o 9 dní. Pre úplnosť však treba dodať, že pred rokom 1989 boli maloobchodné predajne zatvorené aj v nedeľu.

Ak sa na získané údaje pozrieme z hľadiska súhlasu (rozhodne súhlasí + súhlasí) s obmedzením predaja, tak vo všetkých skupinách sviatkov je to viac

¹⁰ Znenie otázky: Podľa novely Zákonníka práce došlo na Slovensku od 1. 7. 2017 k obmedzeniu maloobchodného predaja počas štátnych sviatkov. Do akej miery súhlasíte s týmto obmedzením v prípade nasledovných sviatkov?

- A. Vianočné sviatky
- B. Veľkonočné sviatky
- C. Iné cirkevné sviatky – napr. 6. január (Traja kráľi), 5. júl (Sviatok sv. Cyrila a sv. Metoda) atď.
- D. Štátne sviatky – napr. 1. január (Deň vzniku SR), 1. máj (Sviatok práce)

ako tri štvrtiny spotrebiteľov Slovenska. Tento podiel je veľmi vysoký a nesúhlasiaci tvoria výraznú menšinu. Je to prekvapujúce vzhľadom na zistenie výskumu, ktorý prebehol v roku 2001, a ktorý sme spomenuli v úvode. V tomto výskume, ktorý urobilo ministerstvo hospodárstva v spolupráci s Obchodnou fakultou Ekonomickej univerzity v Bratislave, viac ako 80 % opýtaných považovalo možnosť nákupu v nedeľu a počas sviatkov za pozitívum a bolo proti zákazu predaja (<https://finweb.hnonline.sk/ekonomika/11753>). V porovnaní s výsledkami nášho výskumu ide za sedemnásť rokov o radikálny obrat v postojoch ľudí k tej istej téme. Hľadať príčiny tejto zmeny postoja k obmedzeniu predaja počas sviatkov a nedeľ presahuje možnosti tohto výskumu. Možno sa iba domnievať, že ide o súbeh viacerých faktorov. Okrem kombinácie dlhodobej agitácie a argumentácie za voľný čas zamestnancov obchodu s postupným rastom dôležitosti voľného času v živote obyvateľov Slovenska, zapôsobila aj skutočnosť, že proces zavádzania bol postupný, rozdelený do dvoch fáz (prvé obmedzenie predaja bolo v roku 2008 a druhé v roku 2017). Určitú úlohu mohla zohrať aj skutočnosť, na ktorú sme poukázali vyššie, že počas tohto obdobia sa nikto nesnažil mobilizovať verejnosť a na verejnosti sa neprejavili ani žiadne iniciatívy alebo petície za alebo proti obmedzeniu predaja. Tiež sa k tomu mohla pridať rozdielna formulácia otázok v oboch výskumoch. Určitú odpoveď na túto otázku nám môže dať vplyv obmedzenia na zmenu nákupných zvyklostí.

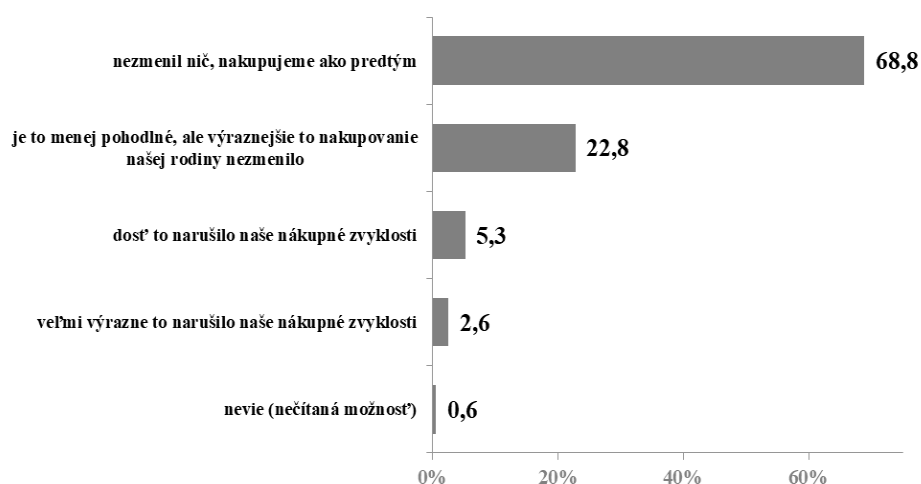
Pre viac ako dve tretiny spotrebiteľov (68,8 %) na Slovensku sa nákupné zvyklosti súvisiace s obmedzením maloobchodného predaja počas sviatkov nezmenili. (Graf č. 3) Ak k tomu prirátame 22,8 % tých, pre ktorých obmedzenie predaja je síce menej pohodlné, ale výraznejšie to nakupovanie ich rodiny nezmenilo, tak až 91,6 % obyvateľov Slovenska v dôsledku obmedzenia predaja počas sviatkov na svojich nákupných zvyklostiach takmer nič nezmenilo. Tento konzervativizmus je odpoveďou na otázku, prečo tak veľa obyvateľov Slovenska súhlasí s obmedzením predaja počas sviatkov. Tiež si treba uvedomiť, že v prípade súčasného obmedzenia predaja počas sviatkov ide iba o 15,5 dní v roku, čo nemusí mať zásadnejší vplyv na zabehnuté nákupné stereotypy.

Iba 7,9 % opýtaných uviedlo, že obmedzenie predaja počas sviatkov narušilo (dost' + veľmi výrazne) ich nákupné zvyklosti. Nejaké výrazné rozdiely nie sú ani z hľadiska veku. Aj v prípade mladých ľudí vo veku 18 – 24 rokov je iba 12,7 % takých, ktorým obmedzenie predaja počas sviatkov „dost'“ narušilo nákupné zvyklosti.

Odpoveď na to, prečo obmedzenie predaja výraznejšie nenarušilo nákupné zvyklosti takému množstvu obyvateľov Slovenska, možno nájsť v odpovedi na otázku, ako riešili situáciu, ktorá pre nich vznikla týmto obmedzením. Z grafu č. 4 je jasné, že takmer tri štvrtiny opýtaných (72,5 %) má vždy zásoby potravín na viac dní, takže zatvorené obchody nie sú pre nich žiadny problém.

A ak im niečo chýbalo, tak buď si to požičali od príbuzných alebo susedov (16,2 %), prípadne to kúpili v prevádzkach, ktoré môžu byť na základe zákonnej výnimky otvorené aj počas štátnych sviatkov (21,1 %) ¹¹. Iba veľmi malá časť spotrebiteľov (4,6 %) riešila svoju situáciu so zásobovaním potravinami a iným bežným tovarom dennej spotreby počas sviatkov nákupom v blízkom zahraničí. Mať určité zásoby potravín je typické predovšetkým pre starších obyvateľov vo veku nad 65 rokov.

Graf č. 3: Vplyv obmedzenia predaja počas sviatkov na nákupné zvyklosti ¹²



Zdroj: SÚ SAV 2018, projekt APVV-16-0232 (KONSPOREG)

Z nich takto rieši situáciu s potravinami počas zatvorených obchodov až 83 %. Situáciu so zásobovaním počas sviatkov častejšie riešili spôsobom „boli sme nakúpiť v blízkom zahraničí“ respondenti bývajúci v najväčších mestách s viac ako 100 tisíc obyvateľmi. Ale aj ich bolo iba 10,2 %.

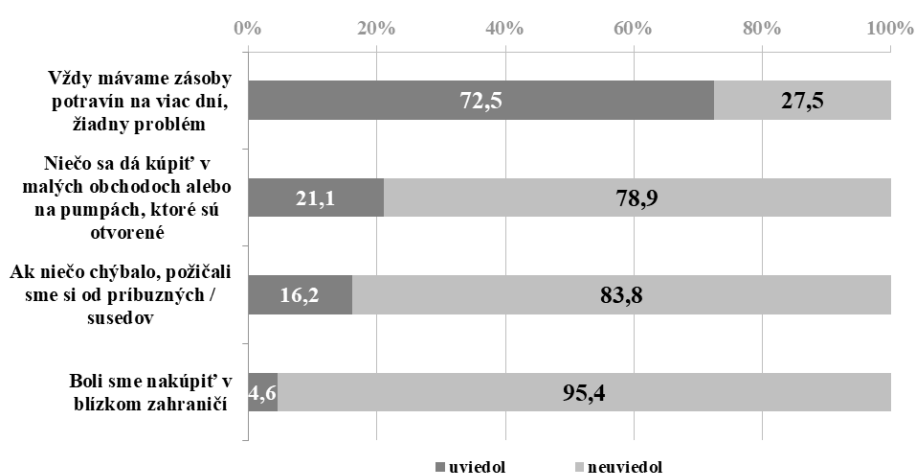
Uvedené zistenia možno zhrnúť do nasledujúceho tvrdenia. Obyvatelia Slovenska súhlasia so zatvorením predajní počas štátnych sviatkov, pretože im to nespôsobilo výraznejšiu zmenu v ich nákupných zvyklostiach. Nakupovali a nakupujú tak ako pred nadobudnutím platnosti zákona o obmedzení predaja. A nemenili nič na nákupných zvyklostiach preto, lebo vždy majú zásoby tovaru na viac dní. V prípade chýbajúcich vecí si požičajú od príbuzných alebo susedov, prípadne si to dokúpia v otvorených prevádzkach. Takto možno vysvetliť vysoký súhlas s obmedzením predaja v súčasnosti. Nevysvetľuje to však príčiny radikálnej zmeny postojov k obmedzeniu predaja oproti roku 2001, keď

¹¹ Respondenti mohli v tejto otázke uviesť viac odpovedí.

¹² Znenie otázky: Zmenil zákaz predaja počas sviatkov niečo na nákupných zvyklostiach Vás/Vašej rodiny?

väčšina spoločnosti obmedzenie predaja odmietala. Možno totiž predpokladať, že aj vtedy obyvatelia Slovenska mali zásoby tovaru a potravín vo svojich domácnostiach. Na rozdiel od súčasnosti však vtedy otvorené obchody počas sviatkov a nedeľ boli ešte stále niečo nové, čo vytváralo pocit väčšej slobody. Prispievalo k tomu aj okúzlenie dobovou atmosférou neoliberalizmu, podľa ktorého daný stav je výsledkom pôsobenia voľného trhu a tým je prirodzený. Možno predpokladať, že zmena postojov k obmedzovaniu predaja je dôsledkom zmeny týchto názorov a rastu dôležitosti voľného času v živote obyvateľov Slovenska.

Graf č. 4: Spôsob riešenia situácie so zásobovaním počas sviatkov, keď boli obchody zatvorené¹³



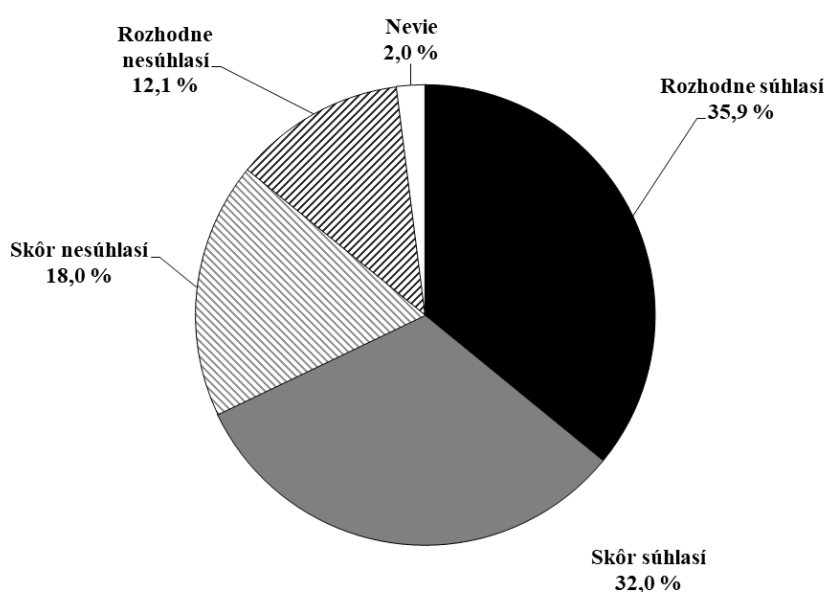
Zdroj: SÚ SAV 2018, projekt APVV-16-0232 (KONSPOREG)

V súvislosti so zatvorením obchodov počas sviatkov sme sa vo výskume (v roku 2018) pýtali aj na názor ľudí na obmedzenie predaja aj počas nedele. V tejto súvislosti treba poznamenať, že zatvorením obchodov aj počas všetkých nedeľ v roku by k súčasným 15,5 dňom zatvorených obchodov pribudlo ďalších 51 dní obmedzeného predaja (ak by niektoré sviatky nepripadli na nedeľu), čo by bolo spolu 66,5 dní v roku. Na rozdiel od nepravidelného rozloženia štátnych sviatkov počas roka by sa zatvorenie obchodov opakovalo pravidelne každý týždeň, tak ako pred rokom 1989. Nevieme, nakoľko si boli respondenti tohto vedomí, ale väčšina respondentov (67,9 %) súhlasila (rozhodne + skôr súhlasí) s obmedzením predaja aj počas všetkých nedeľ v roku.

¹³ Znenie otázky: *Ako ste riešili svoju situáciu so zásobovaním potravinami a iným bežným tovarom dennej spotreby počas sviatkov, keď boli obchody zatvorené?*

(Pozri graf č. 5) Na rozdiel od zákazu predaja počas štátnych sviatkov však podiel nesúhlasiacich bol podstatne vyšší (30,1 %). K súhlasu so zatvorením obchodov v nedeľu sa prikláňajú predovšetkým starší ľudia vo veku nad 65 rokov. Až 81,6 % z nich by so zatvorením obchodov súhlasila. Najväčšiu skupinu nesúhlasiacich predstavovali, opačne, mladí ľudia vo veku 18 – 24 rokov. Ale ani z nich nesúhlasiaci netvorili väčšinu (43,7 %). Druhá najväčšia skupina nesúhlasiacich je z vekovej skupiny 25 – 34 rokov. Z nich nesúhlasí 37,6 %. Medzi ľuďmi bývajúcimi vo väčších mestách nad 100 tisíc obyvateľov nájdeme tiež väčšiu skupinu (43,7 %) nesúhlasiacich.

Graf č. 5: Miera súhlasu s rozšírením obmedzenia maloobchodného predaja aj na všetky nedele v roku¹⁴



Zdroj: SÚ SAV 2018, projekt APVV-16-0232 (KONSPOREG)

Občania Slovenska súhlasia so zatvorením obchodov aj počas všetkých nedeľ v roku, ale tento súhlas nie je až taký veľký ako v prípade zatvorenia obchodov počas štátnych sviatkov. Sú to hlavne najmladší respondenti (18 – 24 rokov) a obyvatelia väčších miest nad 100 tisíc obyvateľov, ktorí výrazne viac nesúhlasia so zatvorením obchodov počas všetkých nedeľ. Dokonca v prípade mladých ľudí vo veku 18 až 24 rokov sa podiel nesúhlasiacich približuje počtu súhlasiacich v tejto vekovej skupine.

¹⁴ Znenie otázky: Súhlasili by ste s rozšírením obmedzenia maloobchodného predaja aj na všetky nedele v roku?

Záver

Štúdia sa snažila poukázať na teoretické a praktické súvislosti zmeny spotrebiteľského správania po obmedzení predaja počas štátnych sviatkov. Využili sme pritom výsledky empirického výskumu. Zmenu spotrebného správania treba vidieť v nemožnosti nakupovania počas sviatkov. Je to zmena, ktorá sa týka časového aspektu spotrebného správania. Z hľadiska spotrebných návykov o zmene hovoriť nemožno. Vysoký počet ľudí súhlasiacich s obmedzením predaja nás vedie k záveru, že značná časť z nich asi nakupovanie počas sviatkov, pokiaľ neboli obchody zatvorené, využívala a za ich súhlasom s obmedzením predaja by nebolo vhodné hľadať výraznejší principiálny postoj.

Analýza kampane za voľno pre zamestnancov obchodu počas štátnych sviatkov nám odhalila inú rozsiahlejšiu zmenu súvisiacu so spotrebiteľským správaním, a to zmenu postojov obyvateľov Slovenska k obmedzeniu predaja počas sviatkov. Pokiaľ v roku 2001 bola väčšina obyvateľov Slovenska proti obmedzeniu predaja, tak v roku 2018 bola väčšina za obmedzenie predaja. Tento obrat v postojoch sa uskutočnil za 18 rokov. Zmenu v spotrebiteľskom správaní po obmedzení predaja tovarov bežnej spotreby možno identifikovať však aj v tom, že počas sviatkov sa spotreba presunula zo spotreby tovarov na spotrebu služieb. Obmedzenie predaja počas sviatkov znamená prerušenie predaja potravín a predmetov každodennej spotreby. Aj sviatky, počas ktorých je tento predaj prerušený, sú prerušením každodennosti. Sviatok prerušuje stály, plynúci každodenný čas jednotlivcov a vytvára medzník, ktorý ľudia inak prežívajú. Snaha tvorcov nových sviatkov bola asi iná ako len budovať novú identitu nového štátu symbolickým prihlásením sa k určitým historickým udalostiam vo svojich dejinách. Rozhodne v prípade náboženských sviatkov bol zámer ich tvorcov aj o ich ritualizované prežívanie jednotlivcami. V prípade novovzniknutých sviatkov po roku 1989, väčšina spoločnosti ich prežíva ako voľný čas a naplňa ich voľnočasovými aktivitami spojenými s určitými službami. Zákazom predaja a tým aj obmedzením spotreby, v podobe nákupov počas sviatkov, vlastne štát a cirkev zvýznamnili štátne a cirkevné sviatky nielen ako voľný čas, ale aj ako prerušenie každodennosti, v tomto prípade prerušenie každodennosti v spotrebe. Obmedzenie predaja pridáva k voľnému času nové prežívanie sviatkov a znásobuje ich význam. Neznamená však, že bude pre ľudí automaticky špecifickým emocionálnym zážitkom mimoriadnosti alebo sviatočnosti.

*Bohumil Búzik pracuje ako vedecký pracovník v Sociologickom ústave Slovenskej akadémie vied. Za svoj ústredný záujem považuje teórie sociálnej zmeny, modernizácie, sociálnej stratifikácie a tried. Je autorom knihy *Modernizácia a jej vzkriesenie na slovenský spôsob* (2016) a spoluautorom publikácií *Triedy a stratifikácia v sociálnej zmene Slovenska* (2008), *Teórie sociálnej stratifikácie a mobility* (1999) a ďalších vedeckých prác.*

Milan Zeman pôsobí ako odborný pracovník Sociologického ústavu SAV. Vo svojej výskumnej práci sa zameriava na kvantitatívne metódy, štatistické spracovanie dát a sociologické skúmanie voľného času, športu, životného štýlu, konzumného správania, používanie informačných a komunikačných technológií. Publikuje vo vedeckých a odborných časopisoch, ako aj kapitoly v monografiách a zborníkoch. Dlhodobu sa podieľa na riešení viacerých výskumných projektov v rámci medzinárodných komparatívnych výskumov ISSP a EVS.

LITERATÚRA

- CORRIGAN, P., 1997: The Sociology of Consumption. London: SAGE Publications Ltd.
- FEATHERSTONE, M., 2007: Consumer Culture and Postmodernism. London: SAGE Publications Ltd.
- FEHER, F. – HELLER, A. – MARKUS, G., 1984: Dictatorship over Needs: An Analysis of Soviet Societies. Oxford: Backwell.
- KUSÁ, Z. – TÍŽIK, M. (eds.), 2009: Výskum európskych hodnôt 1991 – 1999 – 2008 slovenská a česká spoločnosť. Pramenno-analytická publikácia. Bratislava: Sociologický ústav SAV.
- LIPOVETSKY, G., 2007: Paradoxní štěstí. Esej o hyperkonzumní společnosti. Praha: Prostor.
- Pastiersky list biskupov Slovenska o spoločensko-sociálnej situácii na Slovensku. 2001, Biskupská konferencia Slovenska.
- Pastiersky list na Prvú adventnú nedeľu 27. 11. 2016. Biskupská konferencia Slovenska.
- RABUŠIC, L. – KUSÁ Z. (eds.), 2019: Odděleně spolu? Česko a Slovensko optikou vývoje hodnot po roce 1991. Bratislava: SLOVART.
- SENNETT, R., 2001: Street and Office: Two Sources of Identity. In: W. Hutton – A. Giddens (eds), On the Edge: Living with Global Capitalism. London: Vintage.
- SLATER, D., 1997: Consumer Culture & Modernity. Cambridge, Oxford, Malden: Polity Press.
- SMART, G., 2010: Consumer Society: Critical Issues and Environmental Consequences. London: SAGE Publications Ltd.
- STILLERMAN, J., 2015: The Sociology of Consumption. Cambridge: Polity Press.
- TÍŽIK, M., 2011: Náboženstvo vo verejnom živote na Slovensku: zápasy o ideový charakter štátu a spoločnosti. Bratislava: Sociologický ústav SAV.
- WARDE, A., 2014: After Taste: Culture, Consumption and Theories of Practice. Journal of Consumer Culture, 14(3), 279-303.
DOI: 10.1177/1469540514547828
- ZIOLKOVSKÝ, A., 2020: Výhrada svedomia pri voľnej nedeli nie je dobrý nápad. Denník Postoj <https://www.postoj.sk/56543/vyhrada-svedomia-nie-je-dobry-napad> 15.6.2020
<https://finweb.hnonline.sk/ekonomika/11753>
<https://census2011.statistics.sk/tabulky.html>