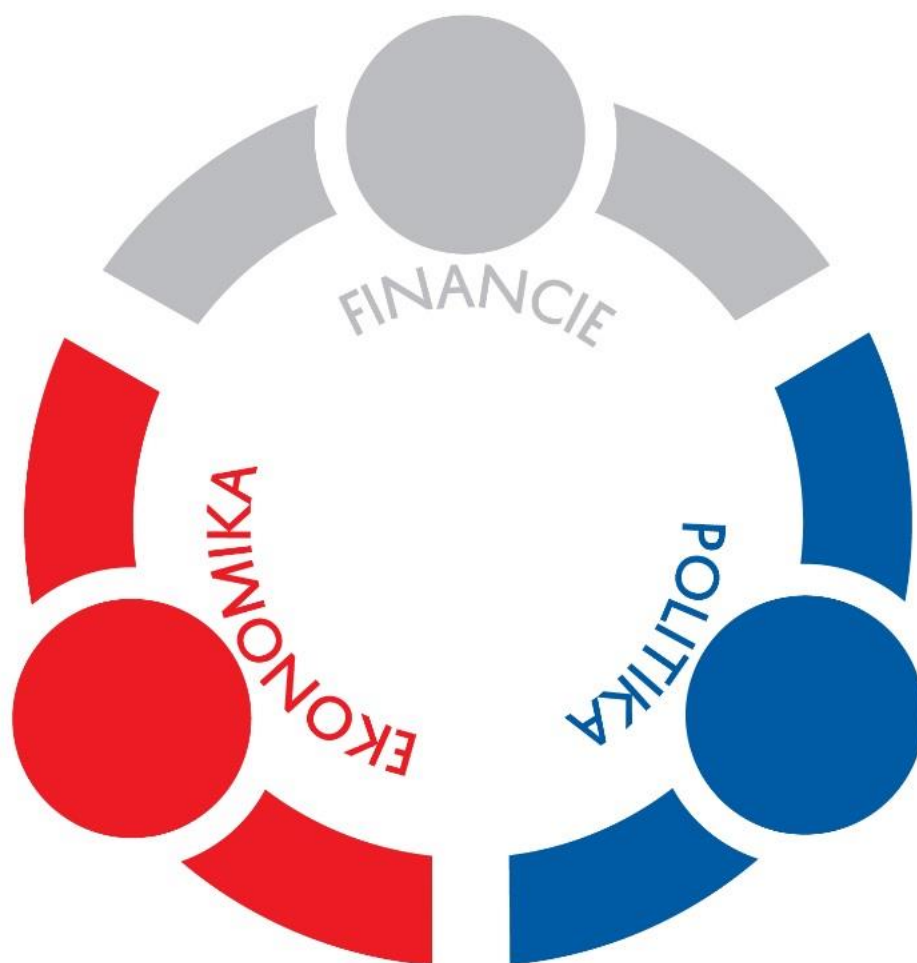




RADA  
SLOVENSKÝCH  
**EXPORTÉROV**



## Úvod:

Dnešný globalizovaný svet je prepojený, tovary a služby sú dostupné nepretržite vo všetkých kútoch sveta. Je to éra obrovských príležitostí, ale aj výziev. Súčasne však čelíme bezprecedentnej kríze v súvislosti s celosvetovou pandémiou Covid-19, ktorá má výrazný negatívny vplyv na ekonomické procesy a podnikateľské prostredia. V rámci vonkajších ekonomických vzťahov je tzv. ekonomická diplomacia ťažiskovým momentom v globalizovanom svete a konkurenčnom prostredí, v ktorom sa Slovensko nachádza. Preto prepájanie ekonomických priorít s politickým záujmom je nielen nevyhnutné, ale aj absolútne prirodzené. Globalizácia nám mnohé poskytla a uľahčila. Domáce podniky, ktoré kedysi prosperovali a exportovali postupne zanikajú, nahrádzajú ich nové, technologické spoločnosti, ale aj lacnejší importovaný tovar zo zahraničia. Slovenská republika sa posledné dve desaťročia sústredila najmä na prílev zahraničného kapitálu v podobe veľkých investícií nielen do strategických podnikov SR, ale aj nových oblastí ako je automobilový priemysel, logistika a iné. Tým sa významne naštartovala ekonomika a znížila nezamestnanosť. Na druhej strane mnohé tradičné slovenské odvetvia (strojárstvo, zbrojárska výroba, poľnohospodárstvo) boli silne redukované. V oblasti kapitálového vlastníctva prevládlo zastúpenie zahraničných subjektov. Stále čelíme dôsledkom doznievajúcej emigračnej vlny a tiež aj dlhodobému úniku mozgov. Slovensko nemôže byť lídrom vo všetkých oblastiach, ale dominantné postavenie niektorých odvetví (napr. automobilového priemyslu) nás robí výrazne zraniteľnými. Celkovo sme sa dostali do pasívnej a reaktívnej polohy, či už vo výrobnom procese alebo strategickom smerovaní daných výrobných odvetví. Takmer 90% HDP tvorí export, z čoho približne polovicu tvorí automobilový priemysel.

**Odpoveďou na súčasnú situáciu je diverzifikácia ekonomiky, zmena domáceho podnikateľského prostredia, rozvoj vedeckých a výskumných kapacít a tiež podpora výroby s čo možno najvyššou pridanou hodnotou.**

## SÚČASNÝ STAV:

Ekonomická diplomacia je v gescii MZVEZ SR od roku 2011, kedy došlo k presunu tejto agendy z MH SR. Tento presun bol nielen kompetenčný, ale týkal sa

aj zamestnancov. Dôvodom tohto presunu bola potreba jednotného riadenia zahraničnej služby, ako aj efektívnejšieho prepojenia politických a ekonomických priorít. V zásade hovoríme o podpore exportu, ale aj investícií a vedecko-technickej spolupráce. Výsledok je ale nakoniec taký, že zahraničný obchod si kompetenčne delia dva rezorty: MZVEZ SR a MH SR, pričom MH SR koordinuje zahraničnú politiku vo vzťahu k WTO a iným obchodným a ekonomickým organizáciám. **Zachovanie tohto stavu je z dlhodobého hľadiska neefektívne. Je nutné urobiť také politické rozhodnutia, ktoré tento stav odstránia a začnú prioritizovať podporu zahraničného obchodu zo strany štátu ako takého.** Zahraničná služba SR má sieť takmer 40 ekonomických diplomatov po celom svete. Tento počet je na efektívne propagovanie Slovenska ako spoľahlivého obchodného partnera s kvalifikovaným personálom a produkciou nepostačujúci. Napriek významu hospodárskych vzťahov Sekcia hospodárskej spolupráce je najmenšia v rámci MZVEZ. Táto sekcia si zaslúži byť posilnená do tej miery, aby bola naplnená hmatateľnejším obsahom a aby dokázala riadiť ekonomickú diplomaciu s ohľadom na identifikované záujmy domácich podnikateľských subjektov. Ekonomický pilier sa prelína aj s prezentáciou SR v oblasti kultúry a cestovného ruchu, nakoľko tieto majú svoje finančno-ekonomické dopady v domácom prostredí. Napríklad Slovenská agentúra cestovného ruchu (SACR) bola v roku 2016 zrušená (v súčasnosti sa má obnoviť) a tým sa dostala agenda cestovného ruchu na okraj zahraničnopolitického záujmu SR. Kultúrne inštitúty v zahraničí fungujú v zotrvačnom tempe a jednotná prezentácia Slovenska, tzv. globálny branding sa koordinovane neimplementuje. Vyššie uvedené komplikuje súčasná ekonomická recesia. Príležitosti prichádzajú v podobe ozdravných stratégií a prístupov, akým je napríklad aj Plán obnovy EÚ.

## **CESTA VPRED:**

Na odstránenie súčasného stavu a zefektívnenie procesov v oblasti vonkajších ekonomických vzťahov SR, navrhuje **Rada slovenských exportérov 5 kľúčových oblastí, v rámci ktorých je nevyhnutné realizovať potrebné opatrenia:**

## 1) KOMUNIKÁCIA

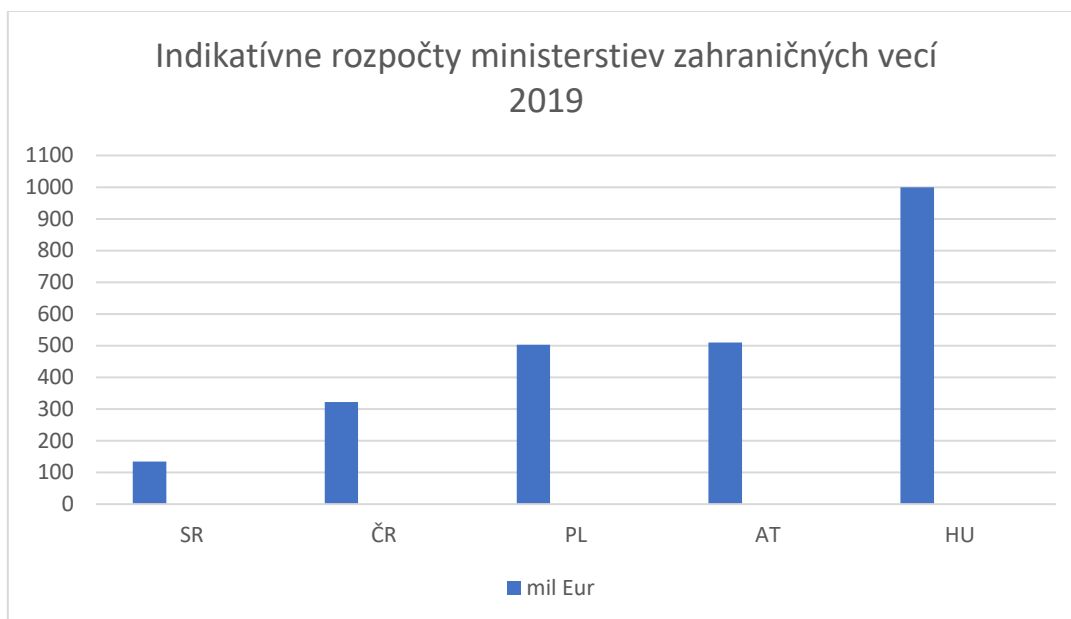
Tradičnou súčasťou realizácie vonkajších ekonomických vzťahov SR je podpora slovenských podnikateľských subjektov na zahraničných trhoch. Tento kľúčový aspekt ekonomickej diplomacie, resp. podpora exportu si vyžaduje komunikáciu dovnútra aj navonok. Dovnútra smerom k podnikateľskému sektoru je nevyhnutné neustále tlmočiť a komunikovať potenciál zahraničných trhov a mechanizmy štátnej podpory. Pre úspešné napĺňanie týchto cieľov, musí byť zahraničná služba zorientovaná v slovenskom podnikateľskom prostredí a musí disponovať dobrou znalosťou siete štátnej podpory pre podnikateľov, čo si vyžaduje intenzívnu odbornú prípravu a väčšiu dôslednú špecializáciu. V zahraničí ekonomickí diplomati sledujú trendy a kultivujú vzťahy s cieľom otvárať dvere a hľadať príležitosti pre slovenské spoločnosti. Táto oblasť práce ekonomického diplomata sa týka aj investičných príležitostí a spoločných podnikov s hlavným cieľom zapojiť do ekonomickej aktivity slovenský podnikateľský subjekt a dosiahnuť čo najvýhodnejší výsledok pre slovenskú ekonomiku. **Zároveň by však činnosť štátu mala byť realizovaná na základe dopytu od podnikateľského sektora. Preto je dôležité obojstranne komunikovať a načúvať požiadavkám slovenských podnikateľov.**

**Pre rýchlejšiu a efektívnejšiu komunikáciu je potrebné prijať opatrenia smerom k digitalizácii databáz, informácií, procesov a služieb, ktoré sú určené na informačnú a procesnú interakciu medzi štátom a podnikateľom.** S cieľom adresnejšej a časovo aj obsahovo relevantnejšej komunikácie s podnikateľským sektorom je potrebné investovať do technológií a ľudských zdrojov v rámci štátnej správy a profesionálne aktívne využívať najmodernejšie komunikačné technológie a prostriedky. Potrebná je nielen relevantná informácia ako taká, musí byť poskytnutá v správny čas. Dnes vidíme nielen kompetenčnú roztrieštenosť, ale aj informačnú, nakoľko viacero štátnych inštitúcií komunikuje v oblasti exportu, poskytuje rôzne nástroje podpory, organizuje biznis delegácie, konferencie a fóra. Často však z dôvodu nedostatku koordinácie dochádza k duplicitám, informácie sa včas neaktualizujú a taktiež nie sú vždy adresné. Dochádza k zahlcovaniu podnikateľov informáciami, ktoré sú pre nich nerelevantné a často aj neaktuálne.

## 2) FINANCOVANIE

Nevyhnutnou podmienkou akéhokoľvek ďalšieho rozvoja vonkajších ekonomických vzťahov SR je adekvátne a dostatočné financovanie. Aj keď sa v posledných rokoch rozpočet zahraničnej služby mierne a kontinuálne zvyšoval, nemožno povedať, že slúžil na realizáciu väčších investičných zámerov. Použil sa prevažne na zabezpečenie personálneho pokrytia nových portfólií alebo sanáciu majetku v kritickom stave. Daný stav teda možno definovať skôr ako udržovanie než rozvoj. Dobrou správou je, že návrh rozpočtu ministerstva zahraničných vecí na rok 2021 je zásadne vyšší, otáznym však zostáva, či zo zvýšeného financovania bude benefitovať aj ekonomická diplomacia a podpora exportu.

Napriek tomu jednou z reformných ambícií posledných rokov bol zámer efektívnejšie prepojiť politické priority s finančným plánovaním tak, aby nedochádzalo k finančnému krytiu výkonu politik ad hoc reagujúc na aktuálne nepredvídané potreby, ale aby bolo možné nevyhnutné prostriedky pre čo najefektívnejšiu realizáciu zámerov a aktivít slovenskej zahraničnej politiky a vonkajších ekonomických vzťahov SR zabezpečiť v dostatočnom predstihu. Preto je nevyhnutné jasne definovať strategické priority a dostatočne adekvátne ich obhájiť pred ministerstvom financií a vládou SR. **Preto je nevyhnutné alokovanie dodatočných finančných prostriedkov na zdokonalenie systému podpory exportu v SR tak, aby bolo efektívne realizovateľné prepojenie politiky a ekonomiky v medzinárodných vzťahoch.** Táto oblasť je v súčasnosti prudko podfinancovaná a nedisponuje ani dostatočným ľudským kapitálom či už v ústredí alebo na zastupiteľských úradoch.

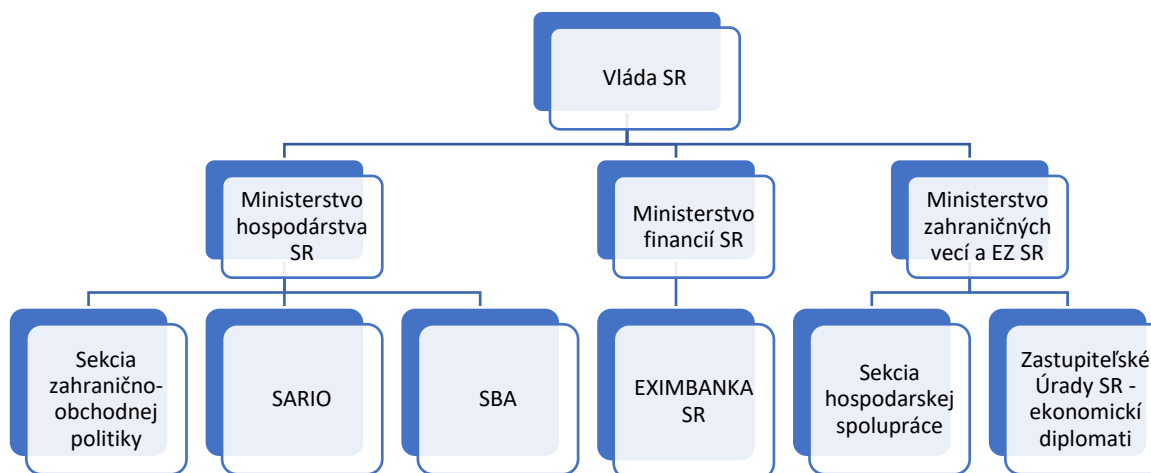


*Pozn.: Minuloročné rozpočty rezortov zahraničia okolitých štátov v prepočte na eurá v porovnaní s rozpočtom slovenského MZVEZ, ktoré bolo približne 134 miliónov eur, ČR - cca 322 miliónov eur, HU - cca 1 miliarda eur, PL – cca 503 miliónov eur, AT – cca 510 miliónov eur. Konečné rozpočty sa môžu mierne líšiť. Táto informácia má len ilustratívny charakter a väčšina susedných rezortov má v rámci kompetencií aj zahraničný obchod.*

### 3) JEDNOTNÉ RIADENIE

V oblasti podpory exportu v rámci SR je možné badať kompetenčnú roztrieštenosť naprieč štátnou správou. Vo výsledku nedochádza k potrebným synergiám a efektívnemu vynaloženiu finančných prostriedkov, ale naopak k neefektívnosti a duplicitám. Zrušenie Rady vlády pre podporu investícií a exportu v tomto smere nemožno považovať za krok vpred. Jej integráciou do nového telesa dôjde iba k ďalšej marginalizácii témy exportu v rámci SR.

Súčasný stav kompetencií v oblasti podpory exportu na Slovensku:





#### INŠTITÚCIE PODPORUJÚCE EXPORT

- |  |  |  |
|--|--|--|
| ✓ EXIMBANKA SR   | ✓ Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR | ✓ Ministerstvo financií SR                           |
| ✓ Ministerstvo hospodárstva SR                               | ✓ Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR       | ✓ Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR   |
| ✓ Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR | ✓ Slovak Business Agency                                   | ✓ Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu |
| ✓ Slovenská inovačná a energetická agentúra                  | ✓ Slovenská záručná a rozvojová banka, a. s.               |  |

\*info z [export.slovensko.sk](http://export.slovensko.sk)

## KOORDINAČNÉ CENTRUM PODPORY EXPORTU

Vzhľadom na kompetenčnú roztrieštenosť naprieč ministerstvami a štátnymi inštitúciami v oblasti podpory exportu, navrhujeme vytvorenie jedného nadrezortného telesa (napr. na Úrade vlády SR), ktoré bude združovať všetky kompetenčne príslušné štátne inštitúcie, koordinovať a riadiť, gesčne aj finančne, realizáciu proexportných podporných opatrení a nástrojov s cieľom odstrániť duplicity a zvýšiť výkonnosť. Do diskusie by mali byť prizvané aj relevantné podnikateľské združenia.

Medzi hlavné úlohy by mali patriť :

### ➤ ŠKOLENIA A VZDELÁVANIE

*Špecifické školenia a semináre pre exportérov, zastupiteľské úrady, štátnu a verejnú správu. Hlavným cieľom týchto aktivít je poskytnúť všetkým relevantné informácie pre konkrétne teritórium, prípadne nácvik relevantných zručností, ktoré budú viesť k zvýšeniu úspešnosti slovenských podnikov na medzinárodných trhoch.*

### ➤ DETAILNÉ ŠTATISTIKY ZAHRANIČNÉHO OBCHODU

*Presné dáta v správnom čase, sú základným predpokladom úspechu. Dnes patria štatistiky o exporte pod dve inštitúcie = Finančná správa (ZO mimo EÚ) a Štatistický úrad SR (ZO do EÚ). Ich získavanie je komplikované a zdĺhavé a nakoniec neprinesie želanú podrobnú informáciu. Maximálne rozlíšenie je na úrovni krajiny a komodity. Informácia typu kto exportuje napr. do Nigérie nie je dostupná ani pre zastupiteľské úrady ani iné zložky štátu. Tu musí nastať jednoznačný posun, aby všetky zložky podpory exportu disponovali rovnakými informáciami.*

➤ **DATABÁZA EXPORTÉROV**

*Nevyhnutná je taktiež identifikácia a vytvorenie jednotnej databázy slovenských exportérov, ktorá bude prístupná pre všetky relevantné inštitúcie a následná realizácia podporných mechanizmov a opatrení v rámci propagácie slovenských výrobkov a služieb v medzinárodnom prostredí. Týmto dôjde k odstráneniu duplícít, väčšej adresnosti opatrení, lepšej komunikácii a efektívnejšiemu prepojeniu štátu a súkromného sektora. Dnes má svoju čiastočnú databázu exportérov MH SR, MZVEZ SR, EXIMBANKA, SARIO a ďalšie inštitúcie. Každý ekonomický diplomat musí mať zdroj informácií, na základe ktorých bude môcť vedieť ponúkať slovenskú produkciu vo svojom teritóriu.*

➤ **MERATEĽNOSŤ VÝKONU EKONOMICKEJ DIPLOMACIE**

*Základom pre efektívne riadenie proexportných aktivít je ich merateľnosť. Každý ekonomický diplomat v každej oblasti musí mať jasne stanovený plán exportu/importu a musí byť riadený ako obchodník. Jeho výkon musí byť merateľný v číslach.*

➤ **INTERAKCIA S PODNIKATEĽSKOU SFÉROU**

*Pravidelné stretnutia, konferencie, semináre, podnikateľské misie, zastúpenie v dozorných a správnych orgánoch štátnych agentúr a inštitúcií atď. Základom úspechu projektu je vytvorenie jedného tímu. Podnikatelia musia cítiť, že sú integrovanou súčasťou projektu podpory zahraničného obchodu.*

#### **4) PREPOJENIE POLITIKY – EKONOMIKY**

Ďalším prirodzeným a nevyhnutým krokom je prepojiť politické priority s ekonomickými záujmami SR v konkrétnom teritóriu alebo na konkrétnych trhoch. Tým sa myslí jasná identifikácia príležitostí obchodného charakteru pre slovenské podnikateľské subjekty a následné pretavenie nakumulovaného politického kapitálu na tretích trhoch smerom k uskutočneniu konkrétneho obchodu s následným ziskom pre slovenské podnikateľské subjekty. **S týmto cieľom je dôležité nastaviť a priebežne kultivovať komunikáciu a vzťahy s domácimi podnikateľskými subjektmi a následne koordinovane realizovať a obhajovať ekonomické záujmy na diplomatickom poli.** Vzhľadom na charakter trhovej ekonomiky s množstvom subjektov rôznej veľkosti štát musí flexibilne reagovať na konkrétne požiadavky podnikateľského sektora - na rozdiel od obdobia pred rokom 89, keď jej úlohy boli určované politickým rozhodnutím štátu. Je nutné, aby naša zahraničná služba zacielená svoje zdroje na získavanie politického kapitálu aj tam, kde dokáže dosiahnuť pozitívne výsledky ekonomického charakteru.



## 5) BRANDING

Budovanie globálnej značky Slovenska je zároveň budovanie globálnej identity SR. Pre mladý štát je to mimoriadne dôležité a vo všetkých aspektoch má tzv. globálny branding obchodno-ekonomické implikácie. **Preto nielen jednotná prezentácia v zahraničí, ale aj stotožňovanie a prepájanie značky Slovenska s jednotlivými výrobkami a firmami, cestovnými agentúrami, v rámci kultúrnej prezentácie a inej osvetovej činnosti je mimoriadne dôležité, ba až existenčné.** Stotožnenie hmatateľného aspektu alebo výrobku s krajinou je cieľ, ktorý by SR mala dosiahnuť. Typickými príkladmi z okolitých krajín sú napr. české pivo, poľské krowky, maďarský guláš, či švajčiarsky nožík alebo švajčiarske hodinky. Akokoľvek banálne by to znelo...

## ZÁVER

Vonkajšie ekonomické vzťahy štátu a jeho zahraničná politika je pre štát prostriedkom obhajoby vlastných záujmov v globálnom prostredí, a tiež uskutočňovania vlastných cieľov vo viacerých navzájom prepojených oblastiach.

**Ťažným pilierom má byť síce ten politický, ale s dôrazom kladeným ekonomiku, ktorá je motorom politických procesov.** Dôležité bude prepojenie ekonomického a politického piliera, ich hlavným spoločným menovateľom bude ekonomická diplomacia a spolupráca v oblasti vedy a inovácií. **Budovanie vonkajších ekonomických vzťahov nemožno považovať za ukončený proces.** Vzhľadom na globálnu prepojenosť ako aj nevyhnutnosť reagovať na nové výzvy a príležitosti na medzinárodnej úrovni si vyžaduje neustálu pozornosť. Len zodpovedným a efektívnym prístupom k zahraničnej politike docieli Slovenská republika úspech a jej primeraný rozvoj v ekonomickej oblasti. Svoju zahraničnú službu potrebuje Slovensko na to, aby si v dynamickom medzinárodnom prostredí uchovalo schopnosť predvídať vývoj a do určitej miery ho aj aktívne ovplyvňovať v prospech svojich priorít a posilnenia vlastnej ekonomiky a bezpečnosti.

Takýto cieľ a postupná realizácia navrhovaných reforiem si vyžaduje podporu celej vlády nielen politicky, ale aj vyčlenením dostatočných finančných

prostriedkov na podporu exportu a konkurencieschopnosti slovenských podnikateľských subjektov.

**Kruh sa uzavrie, keď sa zvýšené financovanie pretaví do zvýšenej politickej aktivity, ktorá následne dosiahne ekonomické výsledky. Tie sa premietnu do prostredia slovenského hospodárstva a týmto podporia už spomínané zvýšené financovanie.**