

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
Obchodná fakulta

Evidenčné číslo: 102003/I/2024/36146475402882820

**NÁSTROJE INŠTITUCIONÁLNEJ PODPORY
ZAHRANIČNÉHO OBCHODU NA PRÍKLADE
SLOVENSKEJ REPUBLIKY**

Diplomová práca

2024

Bc. Valeriia Yanchenko

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
Obchodná fakulta

**NÁSTROJE INŠTITUCIONÁLNEJ PODPORY
ZAHRANIČNÉHO OBCHODU NA PRÍKLADE
SLOVENSKEJ REPUBLIKY**

Diplomová práca

Študijný program: manažment medzinárodného obchodu

Študijný odbor: ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra medzinárodného obchodu

Vedúca záverečnej práce: Ing. Anabela Luptáková, PhD.

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že diplomovú prácu som vypracovala samostatne a uviedla som v nej všetky použité zdroje.

V Bratislave dňa

.....
Bc. Valeriia Yanchenko

Pod'akovanie

Touto cestou by som veľmi rada vyjadrila poďakovanie vedúcej mojej diplomovej práce, Ing. Anabele Luptákovej, PhD. za jej cenné rady, pomoc, usmernenia pri vypracovaní diplomovej práce, a za čas, ktorý mi venovala.

ABSTRAKT

YANCHENKO, Valeriia: *Nástroje inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu na príklade Slovenskej republiky*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Názov fakulty; názov katedry. – Vedúca záverečnej práce: Ing. Anabela Luptáková, PhD. – Bratislava: OF EU, 2024, 77 s.

Záverečná práca je vypracovaná na tému *Nástroje inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu na príklade Slovenskej republiky*. Cieľom záverečnej práce bolo zhodnotiť možnosti inštitucionálnej podpory a na základe preskúmania alternatívnych modelov inštitucionálnej podpory stanoviť odporúčania na ich uplatnenie v podmienkach Slovenskej republiky. Práca je rozdelená do troch kapitol. Obsahuje 9 grafov, 11 tabuliek a 11 príloh. Prvá časť záverečnej práce bola zameraná na teoretické východiská, charakteristiku základných pojmov, klasifikáciu nástrojov inštitucionálnej podpory, ich vplyv na zahraničný obchod, ako aj na podniky, na ktoré sú aplikované. Druhá kapitola sa venovala cieľu, metodike a metódam skúmania záverečnej práce. Tretia kapitola zameriavala na určenie postavenia Slovenskej republiky v medzinárodnom obchode, hodnotí stav modelu inštitucionálnej podpory exportu Slovenskej republiky a identifikuje jej problémy, exportný potenciál a diverzifikácie slovenského exportu z teritoriálneho aj komoditného hľadiska. Výsledkom riešenia danej problematiky je navrhnutie odporúčaní zlepšenia inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu a podnikateľského prostredia Slovenskej republiky na základe skúmania modelov podpory exportu vo vybraných krajinách: Dánska, Nemecka, Singapuru a Južnej Kórey.

Kľúčové slová:

Podpora exportu, podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov, proexportná politika, propagácia exportu, Slovenská republika

ABSTRACT

YANCHENKO, Valeriia: *Tools of Institutional Support for Foreign Trade on the Example of the Slovak Republic*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of International Trade. – Thesis supervisor: Ing. Anabela Luptáková, PhD. – Bratislava: FoB EU, 2024, 77 p.

The topic of the thesis is Tools of Institutional Support for Foreign Trade on the Example of the Slovak Republic. The aim of the thesis was to evaluate the possibilities of institutional support and based on the examination of alternative models of institutional support to establish recommendations for their application in the conditions of the Slovak Republic. The thesis is divided into three chapters. It contains 9 graphs, 11 tables and 11 annexes. The first part of the thesis focused on the theoretical background, characteristics of basic concepts, classification of institutional support instruments, their impact on foreign trade, as well as on the enterprises to which they are applied. The second chapter was devoted to the aim, methodology and methods of research of the thesis. The third chapter focused on determining the position of the Slovak Republic in international trade, assesses the status of the model of institutional support for exports of the Slovak Republic and identifies its problems, export potential, product and territorial diversification of Slovak exports. As a result of the solution of the given problem, recommendations for improvement of the institutional support of foreign trade and business environment of the Slovak Republic are proposed based on the examination of export support models in selected countries: Denmark, Germany, Singapore and South Korea.

Keywords:

Export promotion, export support, pro-export policy, Slovak Republic, support for internationalization of small and medium-sized enterprises

OBSAH

Úvod	9
1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí	10
1.1. Úloha zahraničného obchodu v národnej ekonomike.....	10
1.1.1. Proexportná politika a jej nástroje	13
1.1.2. Vplyv inštitucionálnej podpory na zahraničný obchod	18
1.1.3. Podpora exportu pre malé a stredné podniky.....	24
2. Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania	27
3. Výsledky práce a diskusia	30
3.1. Postavenie Slovenskej republiky v medzinárodnom obchode.....	30
3.2. Nástroje inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu v SR.....	39
3.3. Identifikácia problémov a nedostatkov v súčasnej podpore	43
3.3.1. Perspektívy diverzifikácie exportu Slovenskej republiky	46
3.4 Odporúčania pre inštitucionálnu podporu zahraničného obchodu v SR na základe alternatívnych modelov inštitucionálnej podpory.....	49
Záver	64
Zoznam použitej literatúry	67
Prílohy.....	77

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 Trendy svetového obchodu.....	12
Tabuľka 2 Klasifikácia nástrojov proexportnej politiky	16
Tabuľka 3 Klasifikácia nástrojov podpory exportu	17
Tabuľka 4 Príklady vplyvu hlavných nástrojov na exportnú činnosť.....	21
Tabuľka 5 Vývoj proexportnej politiky SR	39
Tabuľka 6 Problémy slovenského exportu.....	44
Tabuľka 7 Destinácie diverzifikácie exportu Slovenska.....	47
Tabuľka 8 Exportný potenciál SR s vylúčením elektroniky a automobilového priemyslu.....	48
Tabuľka 9 Modely podpory exportu vo vybraných krajinách	50
Tabuľka 10 Nástroje podpory exportu vo vybraných krajinách	56
Tabuľka 11 Odporúčania pre zlepšenie inštitucionálnej podpory v SR.....	60

Zoznam grafov

Graf 1 Podiel zahranično-obchodného obratu, exportu a importu na HDP SR, v %.....	30
Graf 2 Rast HDP Slovenska, v %	31
Graf 3 HDP Slovenska, v mld. EUR	32
Graf 4 Podiely sektorov na tvorbe HDP na Slovensku v roku 2022, v %	33
Graf 5 Export a import tovarov SR, v mld. EUR	34
Graf 6 Čistý prílev priamych zahraničných investícií do SR, v mld. USD	35
Graf 7 Teritoriálna štruktúra exportu tovarov Slovenska v roku 2023, v %.....	36
Graf 8 Komoditná štruktúra exportu (HS2) Slovenska v roku 2023, v %.....	37
Graf 9 Komoditná štruktúra exportu (HS4) Slovenska v roku 2023, v %.....	38

Úvod

Zahraničný obchod je neoddeliteľnou súčasťou každej národnej ekonomiky. V súčasnosti medzinárodné hospodárske vzťahy prispievajú nielen k hospodárskemu rastu, ale aj k jeho sociálno-kultúrnemu a politickému rozvoju. Preto sa každá krajina má zámer integrovať do svetového obchodu. Na jeho rozvoj však vždy vplývajú vonkajšie faktory, na ktoré musí štát pružne reagovať.

V tomto kontexte zohráva inštitucionálna podpora zahraničného obchodu významnú úlohu pri zabezpečovaní konkurencieschopnosti a úspechu domácich podnikov v zahraničí. Výskum a hodnotenie nástrojov inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu majú v meniacom sa globálnom prostredí mimoriadny význam.

Problematika tejto témy sa komplikuje tým, že v kontexte obmedzených finančných zdrojov štátu, zvýšenej konkurencie a nerovnakých podmienok rozvoja jednotlivých krajín sa vynárajú otázky, aké formy štátnej podpory sú efektívne, ktoré podniky by mali dostávať štátnu podporu a ako zabezpečiť zdravú konkurenciu.

Hlavným cieľom diplomovej práce je zhodnotiť možnosti inštitucionálnej podpory a na základe preskúmania alternatívnych modelov inštitucionálnej podpory vo vybraných krajinách stanoviť odporúčania na ich uplatnenie v podmienkach Slovenskej republiky.

Súčasťou práce je analýza úlohy zahraničného obchodu v národnej ekonomike. Na základe domácej a zahraničnej vedeckej literatúry priblížime teoretické zhrnutie vymedzenia proexportnej politiky a preskúmame vplyv inštitucionálnej podpory na zahraničný obchod, ako aj jej jednotlivých nástrojov.

Taktiež predkladaná diplomová práca ponúka prehľad súčasného postavenia Slovenskej republiky v medzinárodnom obchode a jej inštitucionálneho modelu podpory zahraničného obchodu, identifikujúc silné a slabé stránky. Prostredníctvom ukazovateľa exportného potenciálu a ukazovateľa diverzifikácie tovarov Intracen identifikujeme exportný potenciál Slovenskej republiky v sledovanom období a diverzifikácie slovenského exportu z teritoriálneho aj komoditného hľadiska. Zameriame sa na koncepty podpory exportu v zahraničí, analyzujúc najlepšie postupy podpory exportu v štyroch krajinách: Dánska, Nemecka, Singapuru a Južnej Kórey. Na základe realizovaného výskumu sú formulované odporúčania na zlepšenie efektívnosti existujúceho modelu inštitucionálnej podpory exportu v Slovenskej republike.

1. Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

Nástroje inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu sú opatrenia, ktoré štát poskytuje domácim spoločnostiam s cieľom zvýšiť ich konkurencieschopnosť na medzinárodných trhoch, zvýšiť príjmy, zabezpečiť ich ochranu a riešiť obchodné spory. Tieto nástroje zahŕňajú napríklad finančné podpory, záruky, poistenie, informačné služby, technickú pomoc, marketingové aktivity, infraštruktúru a ďalšie formy podpory. Dôvody, prečo štáty poskytujú takéto nástroje, sú rôzne a závisia od ich hospodárskych, politických, sociálnych a iných cieľov.

Existuje množstvo domácej a zahraničnej literatúry, ktorá sa zaoberá analýzou a hodnotením danej témy z rôznych hľadísk. Pri analýze výskumov rozličných autorov možno nájsť odlišné názory na využívanie nástrojov štátnej podpory zahraničného obchodu. Niektorí autori zdôrazňujú pozitívny vplyv týchto nástrojov na vývoz, rast, zamestnanosť, inovácie a diverzifikáciu výrobkov a trhov. Iní autori poukazujú na negatívne aspekty týchto nástrojov, ako sú narušenie hospodárskej súťaže, deformácia trhov, zvýšenie nákladov, závislosť od štátnej pomoci, korupcia a environmentálne problémy.

1.1. Úloha zahraničného obchodu v národnej ekonomike

V súčasnom svete jedným z hlavných hybných síl hospodárskeho rozvoja je medzinárodný obchod. Zohráva dôležitú úlohu, pretože práve na výmene tovarov a efektívnej alokácii zdrojov sa zakladá celkové hospodárstvo ako jednej krajiny, tak aj celého sveta (Kozak, 2017). Vychádzajúc z toho, je potrebné tento pojem definovať.

Medzinárodný obchod je jednou z najstarších foriem medzinárodných ekonomických vzťahov. Predstavuje súhrn vzťahov, ktoré sú spojené s výmenou tovaru medzi národnými ekonomickými celkami. Medzinárodný obchod je súčasťou svetového obchodu, ktorý definujeme ako obeh tovarov a služieb na svetovom trhu. Súčasťou medzinárodného obchodu je zároveň aj zahraničný obchod jednotlivých krajín (Stachová a kol., 2019).

Vo všeobecnosti medzinárodný obchod je nástrojom, prostredníctvom ktorého každá krajina využitím svojich komparatívnych výhod a zapojením sa do medzinárodnej del'by práce môže rozvíjať svoju špecializáciu, zvyšovať produktivitu zdrojov, a tým zväčšovať celkový objem výroby, a tým aj viac vyvážať (McConnell et al., 2009).

Medzinárodný obchod je popredným kanálom pre hospodársku integráciu, najmä pre malé ekonomiky. Menšie krajiny sú viac integrované do svetového obchodu: ich vývoz sa

spravidla sústreduje do obmedzeného počtu odvetví a potrebujú dovážať viac tovarov a služieb na uspokojenie domáceho dopytu ako väčšie ekonomiky, ktoré sú relatívne sebestačné (Táncošová a kol., 2004). Okrem toho, domáce firmy, ktoré sú schopné prekonať prekážky a riziká na ceste k účasti na medzinárodnom obchode, prosperujú v dlhodobej perspektíve vďaka rýchlemu rastu výroby, produktivity a zamestnanosti, čo bezprostredne ovplyvňuje ekonomiku. Zapojením sa do medzinárodného diania spoločnosti získavajú rýchly nárast svojho podielu na trhu, vytvárajú viac pracovných miest a zvyšujú produktivitu oveľa rýchlejšie ako etablované spoločnosti, ktoré nevyvážajú svoju produkciu. Export otvára nové trhy a umožňuje takýmto spoločnostiam rýchlejšie rásť aj vďaka získavaniu poznatkov v dôsledku learning-by-exporting (De Loecker, 2013), najmä optimalizácie procesov, nových technológií a škálovania výroby (Shepotylo, 2019).

Obchod má byť otvorený oboma smermi, dovoz je tiež dôležitým zdrojom zvyšovania produktivity a technologického rozvoja, zlepšuje zloženie medziproduktov, čo pozitívne ovplyvňuje konečnú kvalitu a objem výroby. Globálny trh umožňuje spotrebiteľom a krajinám získať tovar a služby, ktoré nie sú dostupné v ich vlastnej krajine. Vďaka efektívnej zahraničnej konkurencii, krajina bude dovážať ten istý tovar, pre ktorý má vo vlastnej výrobe komparatívnu nevýhodu, teda tovar, ktorý bude mať vyššiu cenu na domácom trhu z dôvodu relatívne vyšších výrobných nákladov, lacnejšie v zahraničí. To umožní ušetriť peniaze na konečnej cene a prispeje k rastu spotreby, čo následne stimuluje ekonomiku (Shepotylo, 2019).

Pri súčasnej úrovni rozvoja globalizácie a v rámci nej existujúceho vzájomného prepojenia jednotlivých ekonomík môžeme práve export – schopnosť ekonomiky presadiť domáce výrobky na zahraničných trhoch – považovať za jeden z najvýznamnejších indikátorov ekonomickej vyspelosti krajiny. V mnohých krajinách sa rast vývozu stal dôležitou súčasťou procesu industrializácie a zvýšenie tempa hospodárskeho rastu, pretože je významným zdrojom akumulácie kapitálu. To umožňuje mobilizovať a efektívnejšie využívať prírodné zdroje a pracovnú silu, čo v konečnom dôsledku prispieva k rastu produktivity a príjmov. Export v rozhodujúcej miere závisí od výkonnosti ekonomiky, jej štruktúry, ako aj od podmienok, ktoré panujú vo vonkajšom ekonomickom prostredí (Šikula, 2006).

Tabuľka 1 Trendy svetového obchodu

Zvýšená medzinárodná konkurencia
Zväčšujúca sa vzájomná závislosť všetkých aktérov hospodárskeho diania
Výrazný nárast cien dovážaných nosičov energií
Rast obchodu s poľnohospodárskymi výrobkami, odevmi, chemikáliami a motorovými vozidlami
Znížená diverzifikácia obchodných partnerov
Vplyv globálnych hospodárskych problémov: inflácia, geopolitické napätie a kolísanie úrokových sadzieb
Výrazný nárast vývozu z Číny a Indie
Zníženie obchodu s kancelárskymi a komunikačnými zariadeniami, niektorými kategóriami priemyselných tovarov, ako sú železo a oceľ
Zotavenie sa z následkov pandémie Covid-19
Pokles obchodných vzťahov medzi USA a Čínou
Väčšia úloha nadnárodných korporácií
Spomalenie rastu ekonomík vyspelých krajín

Zdroj: Spracované podľa [1], [2].

Štrukturálne posuny v globálnej ekonomike, ku ktorým dochádza pod vplyvom technologickej expanzie, liberalizačných a de-regulačných opatrení, špecializácie a kooperácie výroby, medzinárodnej deľby práce, posilňujú vzájomné pôsobenie národných hospodárstiev. To prispieva k zintenzívneniu medzinárodného obchodu. Jeho udržateľný rast však ovplyvňujú aj niektoré ďalšie faktory: stabilita medzištátnych vzťahov, obnova fixného kapitálu, aktivity korporácií na medzinárodnom trhu, uzatváranie medzinárodných obchodných dohôd, činnosť finančných a ekonomických organizácií, sloboda zahraničného obchodu. Súčasný stav svetového obchodu sa charakterizuje trendmi, ktoré sú uvedené v tabuľke 1.

Nové podmienky kladú zvýšené nároky nielen na podnikateľskú sféru, ale i na štátnu správu či verejný sektor (Csabay, 2007). Súčasne nárast obratu zahraničného obchodu a rastúca úloha exportu a importu v národných ekonomikách prispievajú k synchronizácii hospodárskeho cyklu v globálnej ekonomike. To znamená, že vzájomná závislosť hospodárskych komplexov rôznych krajín sa zvyšuje do takej miery, že narušenie fungovania hospodárstva ktoréhokolvek významného účastníka bude mať nevyhnutne zodpovedajúce dôsledky (Palamarchuk, 2011).

¹ UNCTAD. *Global trade growth returns but outlook for 2023 is poor* [online]. 2023. [cit.2023-12-12]. Dostupné na: <https://unctad.org/news/global-trade-growth-returns-outlook-2023-poor>

² WTO. *What are the prospects for global trade growth in 2023 and 2024?* [online]. 2023. [cit.2023-12-12]. Dostupné na: https://www.wto.org/english/blogs_e/ce_ralph_ossa_e/blog_ro_05oct23_e.htm

1.1.1. Proexportná politika a jej nástroje

Premyslená politika má dôležitý vyznam pre vývoj programov na podporu exportu. Začína sa dlho pred zverejnením národnej stratégie exportu. Na medzinárodnej úrovni by mala vláda nadviazať diplomatické vzťahy a obchodné dohody, vybudovať úzku spoluprácu a konzultácie s podnikateľskými poradnými radami, priemyselnými skupinami a členskými organizáciami a na domácej úrovni vytvoriť priaznivé prostredie pre úspešné podnikanie (Kahiya, 2024).

Rozvoj exportných aktivít domácich podnikov je jedným z hlavných činiteľov hospodárskeho rastu a zvyšovania ich konkurencieschopnosti na svetovom trhu tovarov a služieb. Analyzujúc rôzne prístupy k definovaniu pojmu proexportná politika a podpora exportu dávame do pozornosti tieto teoretické vymedzenia.

Pojmy „pomoc pri exporte“, „podpora exportu“ a „propagácia exportu“ sa v literatúre používajú ako synonymá (Kahiya, 2024) a môžeme ich považovať za „*súhrn všetkých aktivít, nástrojov a opatrení, ktoré smerujú k podpore zvyšovania fyzického objemu alebo peňažnej hodnoty vyvážaných tovarov a služieb*“ (Engelhard, 1992), alebo „*všetky opatrenia verejnej politiky, ktoré skutočne či potenciálne zvyšujú vývoznú aktivitu buď z hľadiska firmy, odvetvia či štátu*“ (Seringhaus, 1986).

Proexportná politika je súhrn nástrojov a opatrení štátnych i neštátnych inštitúcií, ktoré vytvárajú priaznivé podmienky pre domácich výrobcov na zahraničných trhoch (Lipková, 2000), a tak vplývajú na zvyšovanie vývozu. Pri dosahovaní tohto cieľa využívajú štáty nielen nástroje obchodnopolitické, ale i celú škálu hospodársko-politických nástrojov, prostriedkov a opatrení, ktoré priamo i nepriamo vedú k zvýšeniu vývozu (Csabay, 2007). Väčšina z nich je zameraná na zvyšovanie konkurenčnej schopnosti vlastnej produkcie na zahraničných trhoch, odstraňovanie bariér a na financovanie a poisťovanie exportu, poradenstva a pod.

Úlohou proexportnej politiky je predovšetkým vymedziť stratégiu rozvoja obchodných stykov so zahraničím prostredníctvom definície teritoriálnych priorít, nástrojov a opatrení, ktoré majú priamy a výhradný vzťah k exportným procesom, ako aj princípov, ktorými sa bude riadiť, a zabezpečiť inštitucionálnu základňu na ich uvedenie do života so zámerom zvýšiť objem alebo hodnotu exportu. Rovnako je jej úlohou vytvoriť priestor na koordináciu s proexportnými aktivitami neštátneho sektora, s ktorým tvorí ucelený národný systém podpory exportu. Proexportná politika štátu, zhmotnená v konkrétnom

strategickom dokumente vlády, by potom mala byť základom širšie postavenej podpory exportu (Csabay, 2007).

Motívy podpory exportu sa líšia v závislosti od stupňa rozvoja ekonomiky, jej štruktúry, resp. problémov, ktorým ekonomika čelí. Vlády pristupujú k podpore exportu z viacerých motívov: realizácia prebytku domácej produkcie, efektívnejšie využitie výrobných kapacít, využitie úspor z rozsahu (*economies of scale*), zníženie zahraničného dlhu, rast zamestnanosti, kompenzácia podpory v zahraničí, rast konkurencieschopnosti domácej produkcie, transfer technológií, hospodársky rast (Csabay, 2007).

Vzhľadom na početné výhody exportu, ekonomický rast založený na vývoze získal popularitu medzi vládami ako strategický mechanizmus hospodárskeho rozvoja v mnohých krajinách. S cieľom stimulovať a urýchliť rast založený na vývoze sa vývozcom ponúkajú rôzne stimuly prostredníctvom hospodárskych a verejných politík (Abou-Stait, 2005). V posledných desaťročiach vlády zvýšili podiel výdavkov na podporu exportu v štátnych rozpočtoch. To zdôrazňuje potrebu výskumu, ktorý sa zameriava na efektívnosť takýchto investícií pre firmy (Ayob a Freixanet, 2014). Keďže vlády v rozvojových alebo rozvíjajúcich sa ekonomikách poskytujú veľké množstvo finančných prostriedkov vo forme rôznych stimulov na podporu medzinárodnej expanzie firiem orientovaných na vývoz, je dôležité pochopiť, ako alebo prostredníctvom akých mechanizmov môžu takéto vládne stimuly ovplyvniť internacionalizáciu (Angulo-Ruiz, Pergelova a Wei, 2018).

Účinnosť národných politík na podporu vývozu bola predmetom rozsiahleho skúmania medzinárodných výskumníkov. Štúdie sa však líšia v prístupe k analýze vzťahu medzi politikami podpory exportu a exportnou výkonnosťou firiem.

Viacerí autori poukázali, že politiky podpory exportu majú priamy vplyv na exportnú výkonnosť firiem. Napríklad Cruz (2014) vo svojom výskume potvrdil jej efektívnosť pri podpore nových vývozcov, Martinkus a Carballo (2010) preukázali súvislosť so vstupom na nové exportné trhy a zavedenia nových výrobkov. Lages a Montgomery (2005) poukázali na previazanosť medzi podporou exportu a zvýšením predaja a ziskovosti vývozu, Durmusoglu (2012) poukázal účinnosť pri dosahovaní finančných cieľov, cieľov udržateľného rozvoja. Politika podpory vývozu ovplyvňuje nielen výkonnosť jednotlivých podnikov, ale aj svetovú ekonomiku. Jej pozitívny účinok sa skúmal z hľadiska zvyšovania medzinárodnej intenzity Preece et al. (1998) a medzinárodnej konkurencieschopnosti (Alvarez, 2004; Freixanet, 2012).

Nepriamy vplyv politík na podporu exportu v podobe zlepšenia kvality vzťahov malých a stredných podnikov (MSP) so zahraničnými odberateľmi bol potvrdený v diele

Haddoud et al. (2017). Autori použili vzorku 160 exportujúcich firiem zo Spojeného kráľovstva a analyzovali údaje pomocou modelovania štruktúrnych rovníc. Táto štúdia je významným prínosom, ktorý ilustruje vplyv informačných a zážitkových (obchodná mobilita) programov podpory vývozu aj na exportnú výkonnosť MSP. Osobitnou súvislosťou je zvýšenie informovanosti o vývoze, Shamsuddoha a Ali (2006) skúmali nepriamy vplyv politik podpory exportu na poskytovania znalostí o exportnom trhu a rozvoja pozitívneho manažérskeho vnímania zahraničného trhu. Jalali (2012) zaznamenal zvýšenie znalostí o exporte, posilnenie exportného záväzku pri formulovaní a implementácii exportnej stratégie. Ďalšie efekty, ako sú posilňovania exportných zdrojov a schopností firiem (Leonidou et al., 2011), ako aj poskytovaním výhod pre krajinu a firmu (Njinyah, 2018) a zvyšovaním atraktívnosti zahraničného trhu (Sharma, 2018), boli tiež potvrdené. Podľa Leonidou et al. (2011) bez ohľadu na to, ako národná politika podpory exportu pôsobí na firmu a jej manažment, jej využívanie prispieva k lepšej exportnej výkonnosti.

V dôsledku špecifických podmienok má každý štát osobitný prístup k podpore exportu a na splnenie vytýčených cieľov štáty využívajú širokú škálu hospodárskopolitických nástrojov, prostriedkov a opatrení. V súčasnosti neexistuje všeobecná klasifikácia nástrojov na podporu vývozu, avšak podrobný prehľad nástrojov proexportnej politiky v najširšom podaní uvádza Csabay (2007).

Tabuľka 2 Klasifikácia nástrojov proexportnej politiky

Kritérium	Hlavné skupiny nástrojov	Prostriedky	
Podľa pôvodu, resp. spôsobu uplatňovania	autonómne	jednostranné opatrenia štátu: špeciálne ekonomické zóny, propagácia, colné konanie, vývozné alebo výrobné subvencie, úverovanie vývozu, štátne záruky úveru, menový dumping, daňové zvýhodnenie, štátne intervencie v oblasti prepravy, znižovanie poisťných taríf, informačná služba, vedecko-výrobné parky, priemyselné parky, slobodné colné zóny, exportno-výrobné zóny, štátna podpora vedecko-technického rozvoja a výskumu, modernizácia progresívnych odvetví, kontrola kvality výrobkov, výchova pracovníkov pre zahraničný obchod	
	zmluvné	dvojstranne a mnohostranne obchodné zmluvy, dohody o pásmach voľného obchodu, o colných úniách	
Podľa prístupu k podpore exportu	tradičné	subvencie, financovanie a poisťovanie vývozu, vývozné garancie, zmluvné nástroje a pod.	
	moderné	aktívna štrukturálna politika, podpora vzniku osobitných ekonomických zón, štátna podpora výskumu a vývoja a pod.	
Podľa uplatneného inštrumentária	finančné	financovanie vývozu (exportné úvery a ich refinancovanie), poisťovanie vývozu a štátne vývozné garancie k úverom	
	nefinančné	fiškálne/colné	subvencie a daňové úľavy, opatrenia ovplyvňujúce priebeh colného konania, spolufinancujúce priame platby, alebo projektové granty na činnosť obchodných komôr, podnikateľských združení či vývozných konzorcií s bezprostrednou väzbou na exportné operácie
		funkčné-informačné	informačné, konzultačné, propagačné a vzdelávacie služby: teritoriálne informácie poskytované vývozcom, sprostredkovanie informácií o zahraničných dopytoch a ponukách, reprezentácia na veľtrhoch a výstavách, poradenské a analytické služby, vzdelávanie exportérov, budovanie pozitívneho imidžu a lobing
		opatrenia iného charakteru	znehodnocovanie meny

Zdroj: Spracované podľa [3], [4], [5].

Tabuľka bola tiež doplnená o klasifikáciu Lipkovej (2000). Autori uviedli členenie na základe pôvodu, resp. spôsobu uplatňovania, prístupu k podpore exportu a podľa uplatneného inštrumentária. V zahraničnej odbornej literatúre sa najčastejšie používa delenie na finančné a nefinančné nástroje podpory exportu.

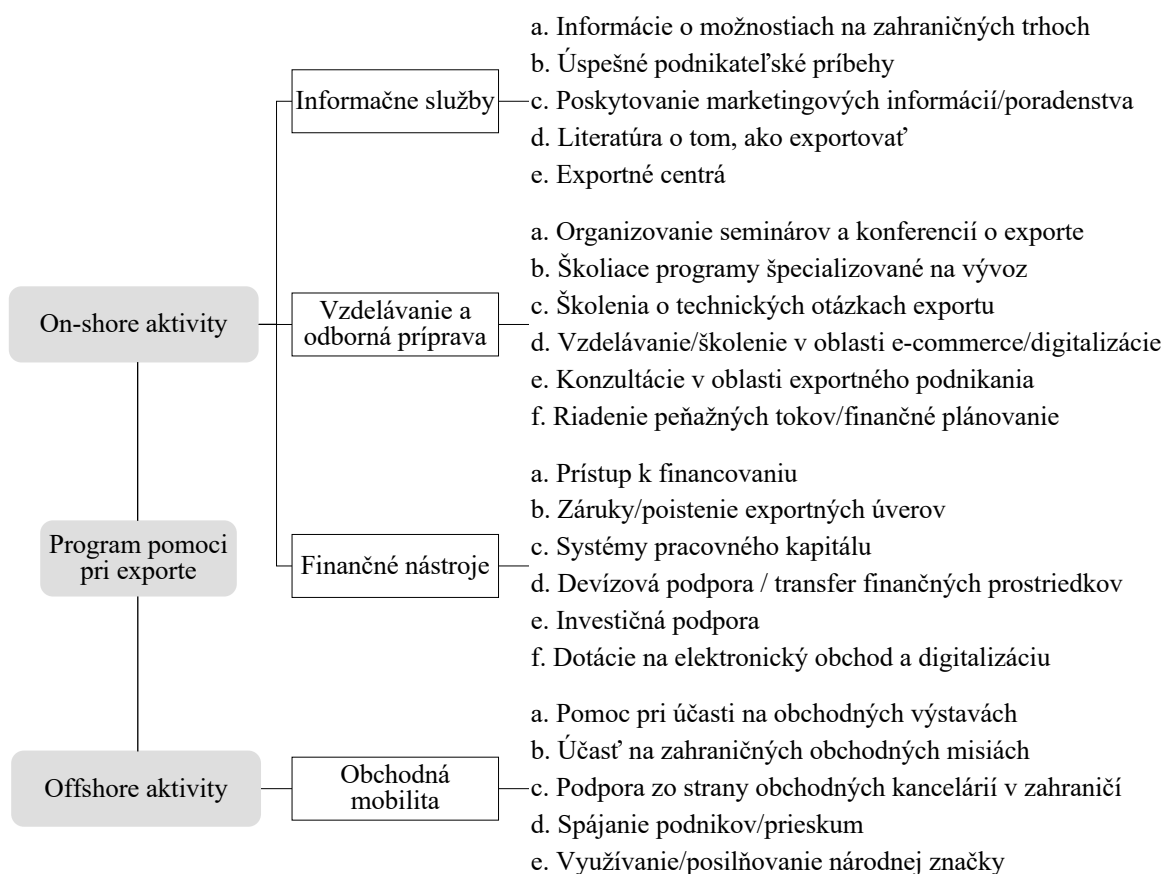
³ CSABAY, M. K teoretickému vymedzeniu podpory exportu. In *Ekonomický časopis/Journal of Economics* [online]. Bratislava : Ekonomický ústav SAV, 2007. roč. 55, č. 8, s. 793-810 [cit.2023-11-19]. ISSN 2729-7470. Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0929113708%2007%20Csabay.pdf>

⁴ CSABAY, M. Proexportná politika a jej nástroje. In *Sociálno-ekonomická revue*. Trenčín : Trenčianska univerzita A. Dubčeka, 2005, roč. 3, č. 2, s. 24-29. ISSN 1336-3727.

⁵ LIPKOVÁ, Ľ. a kol. *Medzinárodné hospodárske vzťahy*. Bratislava : Sprint, 2000, 238 s. ISBN 80-88848-54-7.

Ďalšiu klasifikáciu najprv navrhli Leonidou et al. (2011), ktorá rozdeľuje opatrenia na podporu vývozu do štyroch skupín týkajúcich sa informačných služieb, vzdelávania a odbornej prípravy, financovania a obchodnej mobility. Kahiya (2024) interpretuje tento prístup a rozdeľuje pomoc na on-shore, za ktorú sú zodpovedné agentúry na podporu exportu alebo exportné úverové agentúry, a offshore pomoc, ktorá sa zameriava na úlohu veľvyslanectiev, konzulov, diplomatov a obchodných atašé pri podpore vývozu, kancelárií zahraničného obchodu. Dane členenie je uvedené v tabuľke 3.

Tabuľka 3 Klasifikácia nástrojov podpory exportu



Zdroj: Spracované podľa [6].

Ako autor uvádza, on-shore pomoc pri vývoze „je vhodnejšia na budovanie povedomia a záujmu u potenciálnych vývozcov, zatiaľ čo offshore pomoc pri vývoze je vhodná na motivovanie túžby a konania u súčasných vývozcov“ (Kahiya, 2024). Vplyv uvedených nástrojov na exportnú aktivitu sa rozoberá v ďalšom pododdiel.

⁶ KAHIYA, E.T. A problematization review of export assistance: Debates and future directions. In *International Business Review* [online]. 2024, roč. 33, č. 1, 32 s. [cit.2024-03-04]. ISSN 0969-5931. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2023.102202>

S globálnym rozvojom proexportná politika stáva čoraz širšou a menej prehľadnou, sa objavujú nové nástroje na podporu exportu. Za reakciu na globalizáciu a rast hospodárskej súťaže môžeme považovať popularizáciu využívania protekcionistických opatrení zo strany štátov na podporu vlastného exportu, a to v podmienkach liberalizácie obchodu a odstraňovania bariér. Ochrana vlastných ekonomických záujmov je spojená so snahou štátov o zabezpečenie domácej konkurencieschopnosti, ochrane pracovných miest, minimalizáciu nerovnováhy v obchodovaní s krajinami, limitácie politických, obchodných a finančných rizík, ktorým čelia exportéri.

1.1.2. Vplyv inštitucionálnej podpory na zahraničný obchod

Odlišnosti v hospodárskom rozvoji, obchodných podmienkach, zdedených alebo nadobudnutých komparatívnych výhodách vytvárajú rozdiely medzi krajinami v kontexte globalizácie obchodných vzťahov. Prekážkami môže byť nízka ekonomická úroveň, zdrojový potenciál krajiny, nepriaznivé klimatické podmienky a mnohé ďalšie dôvody neekonomického charakteru. Správny a efektívny systém podpory zahraničného obchodu pomáha znižovať riziká a vyrovnávať podmienky na globálnej aréne. Preto úlohou každej krajiny je vytvárať priaznivé prostredie pre exportné aktivity pre domácich výrobcov.

Inštitucionálna podpora zahraničného obchodu v podmienkach jednotlivých ekonomík vyplýva z celkovej hospodárskej, obchodnej aj zahraničnoobchodnej politiky štátu (Pavelka a kol., 2015). Na ochranu svojich zahraničnoobchodných pozícií krajiny využívajú širokú škálu opatrení. V závislosti od cieľa, ktorý ma za účel obmedzenie prístupu zahraničnej konkurencie na vlastný trh, stimuláciu vývozu, vyrovnanie obchodnej bilancie a pod. sa používajú rôzne nástroje autonómneho alebo zmluvného charakteru, ako aj pomocné opatrenia. Medzi tie patria napríklad analýzu zahraničných trhov, zabezpečenie účasti na obchodných veľtrhoch a preferenčné financovanie vývozu, dotácie na krytie zvýšených nákladov a iné stimuly rozvoja, s cieľom motivovať spoločnosti k zakladaniu a rozširovaniu svojich výrobných kapacít, napríklad zníženia dane, bezplatného pridelovania pôdy, školenia, výchova pracovníkov pre zahraničný obchod a ďalších (Csabay, 2007).

Veľkú skupinu opatrení na podporu exportu tvoria finančné nástroje, ktoré umožňujú firmám znížiť náklady potrebné na vstup a pôsobenie na zahraničných trhoch, aj obmedzujú politické, prírodné alebo ekonomické riziká. Opatrenia nefinančnej podpory poskytujú podnikom informačné, konzultačné, propagačné a vzdelávacie služby. Taktiež v literatúre

(Seringhaus a Botschen, 1991; Diamantopoulos, Schlegelmilch a Tse, 1993; Koksál, 2009; Lederman, Olarreaga a Payton, 2010) sa uvádzajú aj tretiu skupinu nástrojov podpory exportu – operačnú. Táto podpora sa orientuje na budovanie kontaktov so zahraničnými trhmi a kľúčovými aktérmi prostredníctvom účasti na medzinárodných veľtrhoch a podujatiach alebo obchodných misiách (Catanzaro et al., 2018).

Prístupy k určovaniu významu určitých druhov podpory vývozu sa líšia. Podľa niektorých vedcov z krajín SNŠ, má morálna podpora vývozcov zo strany štátu menší účinok ako finančná podpora, avšak využívanie tohto podporného opatrenia je dôležité, pretože zvyšuje prestíž exportných aktivít (Uskov, 2014). Prístupy osobitných európskych vedcov poukazujú na to, že informačná podpora je účinná pri priamom zvyšovaní relačného kapitálu a nepriamo pri medzinárodnej aktivite firmy, operačná podpora nie je efektívna, a finančná je účinná iba z hľadiska počtu zahraničných trhov, ale nie z hľadiska medzinárodnej ekonomickej aktivity (Catanzaro et al., 2018). Názornou je štúdia v podmienkach krízy – Kahiya a Delaney (2023) skúmali reakcie ôsmich agentúr na podporu vývozu počas prvých šiestich mesiacov pandémie COVID-19, a zdôraznili význam nepriamej pomoci, šírenie iniciatív súvisiacich s informáciami a vzdelávaním a vymiznutie distribučnej výzvy. Kahiya (2024) tvrdí, že prínosy nefinančnej podpory „*nie sú okamžité, ale ich účinky môžu byť dlhodobé. Naopak, finančné prostriedky poskytujú neodkladné výhody, ktoré môžu byť krátkodobé*“.

Kahiya (2024) zhrnul poznatky o podpore exportu cez systém Štyri I – impulz (alebo motivácia), intervencie, iniciatívy a vplyv, ktoré zahŕňajú všetky záujmové skupiny, typy inštitucionálnej podpory, jej distribúciu, prínosy na mikro- a makroúrovni. Tabuľka je predstavená v prílohe č. 1.

Organizačná štruktúra podpory exportu by sa mala chápať ako celostný systém, spojenie vzájomne závislých subjektov (Seringhaus a Botschen, 1991). Agentúry na podporu exportu, vláda, kancelárie zahraničného obchodu a domáce podniky sú hlavnými aktérmi systému podpory exportu, pričom každý z nich plní špecifickú funkciu a ovplyvňuje kľúčové procesy v systéme. Úlohou vlád je vytvárať konkurencieschopnú zahraničnú politiku zefektívňovaním diplomatických vzťahov, vyjednávaním obchodných dohôd a podporou priaznivého podnikateľského prostredia. Konzultujúc s domácimi inštitúciami, vlády formulujú národné exportné stratégie, od ktorých sa následne odvíjajú programy podpory vývozu (Cavusgil a Yeoh, 1994; Forbes, 1977). Hlavnou funkciou agentúr na podporu exportu je uľahčovať a stimulovať obchod, predovšetkým poskytovaním informácií, kontaktov, technického poradenstva, marketingu a presadzovaním politiky

(Giovannucci, 2004). Spoločné umiestnenie kancelárií zahraničného obchodu s veľvyslanectvami zvyšuje efektívnosť a viditeľnosť zahraničnej pomoci pri exporte, umožňuje im spolupracovať na podujatiach, získavajú nové kontakty, ktoré môžu pomôcť exportným spoločnostiam rozšíriť ich prítomnosť na trhu alebo vstúpiť na nový trh (Kahiya, 2024). V tabuľke uvedené domáce inštitúcie na podporu exportu sú prostredníkom medzi podnikmi a štátom. Medzinárodné organizácie predstavujú v tomto ekosystéme osobitný článok. Poskytujú financovanie, technickú pomoc, riešenie sporov, uľahčovanie obchodu, strategické politické smerovanie členských krajín, politiky spravodlivého obchodu. Otázka rozdelenia pomoci je dosť sporná. Problémom pridelovania podpory vývozu sa budeme zaoberať v nasledujúcej časti.

Všeobecne podpora exportu ovplyvňuje makroúroveň, zabezpečujúc udržateľnosť ekonomicky, zvyšujúc zamestnanosť, vytvárajúc pozitívny imidž štátu atď. Rovnako cieľ podpora exportu aj na mikroúroveň, tým že posilňuje konkurencieschopnosť podnikov na medzinárodných trhoch, zvyšuje produktivitu jednotlivých firiem, rozširuje ich odbytový trh a znižuje ich riziká a náklady. Okrem toho, podpora vývozu má vyznam pre medzinárodné organizácie, ako sú Medzinárodná obchodná komora, Medzinárodné obchodné centrum, Svetová colná organizácia a Svetová obchodná organizácia, ktoré sú zamerané na uľahčenie obchodu (Kahiya, 2024). Vytváranie podmienok pre lepšie presadzovanie záujmov národných spoločností na zahraničných trhoch iniciuje aj technologický a inovačný rozvoj. V kombinácii to vedie k vyššiemu dopytu a spotrebe, prílevu zahraničných investícií a pod. Na druhej strane exportne orientované ekonomiky vykazujú výraznú závislosť od ekonomických cyklov obchodných partnerov (Brinčíková, 2020).

Príklady vplyvu hlavných nástrojov na exportnú činnosť spoločností sú uvedené v tabuľke 4.

Tabuľka 4 Príklady vplyvu hlavných nástrojov na exportnú činnosť

Jednostranné opatrenia štátu	Pri jednostrannej štátnej regulácii krajina uplatňuje opatrenia bez súhlasu svojich obchodných partnerov, čo často vedie k politickým konfliktom a napätiu.
Dvojstranne a mnohostranne obchodné zmluvy	Dvojstranné a mnohostranné obchodné dohody prispievajú k formovaniu konkurencieschopnosti podnikov na zahraničných trhoch, a hlavne – zjednodušujú súčinnosť partnerov, vrátane medzinárodnej spolupráce.
Poistenie vývozu	Poistenie pri vývoze zvyšuje istotu biznisu na medzinárodných trhoch prenosom zodpovednosti za krytie rizík, ktoré môžu vzniknúť v priebehu exportných aktivít.
Úverovanie vývozu	Úverovanie v systéme podpory exportu slúži ako opatrenie, ktoré stimuluje rast konkurencieschopnosti exportujúcich spoločností vďaka zníženiu úrokovej sadzby vývozných úverov a predĺženiu ich splatnosti.
Štátne záruky	Štátne záruky uľahčujú získavanie finančných prostriedkov od komerčných bánk a zlepšujú úverové podmienky pre exportérov.
Daňové zvýhodnenia	Daňové zvýhodnenia sa poskytujú vo forme odkladu platenia daní, zníženia daňových sadzieb a vrátenia nepriamych daní (vrátane DPH) zaplatených vývozcami.
Dotácie	Dotácie slúžia na čiastočnú kompenzáciu obchodných nákladov a umožňujú vývozcom odolávať cenovej konkurencii. Štátne dotácie však môžu narušiť trh a spomaliť rozvoj odvetvia.
Reprezentácia na veľtrhoch a výstavách	Štátna pomoc v podobe zlepšenia prípravy a organizácie vytvára veľký potenciál pre budovanie obchodných väzieb, medziregionálnych vzťahov, možností uzatvárania exportných kontraktov a buduje pozitívny imidž krajiny.
Informačné služby	Informačné služby majú veľký význam pre efektívnu zahranično-ekonomickú činnosť, rozšírenie počtu účastníkov exportných aktivít a posilnenie pozície národných podnikov v konkurenčnom boji.
Poradenské a analytické služby	Kvalitné poradenské a analytické služby zvyšujú šance na úspech v exportnej činnosti firmy, najmä v prípade nováčikov, a dokážu výrazne znížiť náklady na jej realizáciu.
Osobitne ekonomické zóny	Podpora vzniku osobitných ekonomických zón predstavuje oblasť v krajine s preferenčnými podmienkami pre výrobcov (vrátane vytvorenia vedeckých a priemyselných parkov) prispieva k rozvoju a výrobe poznatkovo náročných a inovatívnych výrobkov, priťahuje investorov, umožňuje bezcolný dovoz zariadení.

Zdroj: Spracované podľa [7], [8].

Prístupy k definovaniu úlohy podpory vývozu sa líšia. Niektorí vedci sa napríklad domnievajú, že štátna finančná podpora vývozu môže zmierniť existujúce deformácie na domácich a medzinárodných trhoch a je najlepším politickým nástrojom na riešenie

⁷ BELLOC M. - DI MAIO M. Successful strategies to help developing countries boost exports. In *International Growth Center Working Paper* [online]. International Growth Centre, 2011 [cit.2023-11-30]. Dostupné na: <https://www.theigc.org/blog/successful-strategies-to-help-developing-countries-boost-exports/>

⁸ BELLOC M. - DI MAIO M. *Survey of the literature on successful strategies and practices for export promotion by developing countries* [elektronický zdroj]. International Growth Centre, 2011 [cit.2023-11-30]. Dostupné na: <https://www.theigc.org/wp-content/uploads/2011/06/Belloc-Di-Maio-2011-Working-Paper.pdf>

deformácií v rozsahu, v akom pôsobí priamo na deformované zisky (Corden, 1984). Stöllinger, a Holzner (2017) identifikovali pomocou regresnej analýzy dôkazy o pozitívnom vplyve štátnej pomoci na podporu priemyselného vývozu v podobe zvýšenej konkurencieschopnosti výrobného sektora, zvýšeného vývozu výrobkov s pridanou hodnotou, pričom náklady na dotácie boli v porovnaní s ich účinkom veľmi nízke. Taktiež vlády majú lepší prístup k potrebným informáciám, preto sú schopné pomôcť národným podnikom prekonať informačnú asymetriu, nedokonalosti trhu, a znížiť transakčné náklady spojené s medzinárodnou expanziou (Coppens, 2009).

Ekonometrická štúdia potvrdila, že podpora exportných úverov zo strany Českej exportnej banky mala významný pozitívny vplyv na rast vývozu Českej republiky (Janda a kol., 2013). Výskumníci brali do úvahy rôzne ukazovatele, ako napríklad HDP, veľkosť trhu, geografickú odľahlosť krajiny, politické riziká, obchodné náklady. Pozitívny vplyv na český vývoz má najmä vyšší HDP, kratšia vzdialenosť alebo nižšie politické riziko. Dospeli k záveru, že podpora exportu prostredníctvom vývozných záruk „*zmierňuje špecifické trenice v medzinárodnom obchode a podporuje expanziu vývozu tým, že znižuje neistotu a vývozné riziká*“. Okrem toho môžu mať pozitívny vplyv aj nefinančné metódy podpory exportu tým, že znižujú vstupné náklady. Podpora vývozu je úspešná v krátkodobom aj dlhodobom horizonte (Janda a kol., 2013).

Iní autori zastávajú názor, že neobmedzené a konkurenčné národné dotácie môžu ohroziť globálnu prosperitu a je potrebné ich regulovať (Hufbauer a Shelton, 1984). Napríklad Dawar (2020) spája súčasné hospodárske spomalenie rastu vývozu s nárastom neriadených programov podpory vývozu. Autorka sa zasaďuje za predchádzanie štátom financovaným, ale netransparentným subvenčným vojnám s negatívnymi hospodárskymi, politickými, sociálnymi a environmentálnymi dôsledkami. Pri takom množstve agentúr pre vývozné úvery, ktoré sa snažia podporiť domácich vývozcov v zahraničí prostredníctvom vývozných úverov, existuje reálne riziko pretekov o vývozné úvery, v ktorých vývozcovia súťažia na základe najvýhodnejších podmienok financovania od svojich vlád, a nie na základe ceny alebo kvality samotného tovaru alebo služieb.

Zvyšovanie konkurencieschopnosti sa musí uskutočňovať v súlade s pravidlami obchodného systému. V opačnom prípade bude ich porušovanie brániť trvalo udržateľnému rozvoju. Spolu so zavedením pružnejších a konkurencieschopnejších podmienok podpory vývozu musia vlády úspešnejšie spolupracovať so súkromným sektorom prostredníctvom efektívnejšieho poskytovania zdrojov a cielených vzdelávacích a sociálnych politík. Vlády zohrávajú dôležitú úlohu pri zvyšovaní medzinárodnej konkurencieschopnosti domácich

podnikov poskytovaním zručností, ktoré spĺňajú potreby medzinárodnej digitálnej ekonomiky, stimulov na zakladanie nových podnikov a posilňovaním schopnosti malých podnikov vstupovať do medzinárodných dodávateľských reťazcov (Dawar, 2020).

Bez zvyšovania exportu by neboli v domácom priemysle naplno využité kapacity (produkčné, strojové, ľudské,...). Spôsobilo by to zvýšenie režijných nákladov firiem a zníženie konkurencieschopnosti slovenskej produkcie v podmienkach liberalizovaného trhu EÚ, ako aj na trhoch tretích krajín, rast nezamestnanosti, zníženie príjmov do štátneho rozpočtu, utlm hospodárstva. Naopak, zvyšovanie produkcie určenej na export znižuje jednotkové náklady na realizáciu produkcie, dosahuje sa efektívnejšie vyťaženie kapacít producentov, prepravcov a skladovateľov tovarov. Dosahujú sa úspory z rozsahu, čo v praxi znamená znižovanie nákladov a vyššie firemné zisky. Export pre výrobcov znamená rozšírenie výroby, rast ziskov a zdrojov z predaja, ktorých časť môžu investovať do vedy, výskumu, nákupu nových technológií, rastu konkurencieschopnosti ich produkcie, t. j. prispievajú k úspešnému rozvoju firmy (Pavelka a kol., 2015).

Svetové trhy sa otvárajú, realizácia obchodných operácií sa stáva jednoduchšou a formy podpory exportu zo strany štátnych inštitúcií sú čoraz ústretovejšie. Okrem toho pre nové, malé a stredné podniky schopnosť exportovať je podmienená kombináciou vysokej produktivity, vysokého dopytu a prístupu na zahraničný trh, a tiež priaznivým regulačným prostredím: rozvinutými finančnými trhmi, stabilnou makroekonomickou situáciou a efektívnou činnosťou vládnych inštitúcií. V Slovenskej republike malé a stredné podniky zamestnávajú až 70 % zamestnancov a generujú približne 40 % hrubého domáceho produktu (HDP), avšak ani nie polovica z nich sa venuje exportu (Pavelka a kol., 2015). Tieto a iné faktory svedčia o tom, že vývozný potenciál krajiny sa nevyužíva v plnej miere.

Ministerstvá, obchodné a priemyselné komory, úverové agentúry, exportno-importné banky, národné poisťovne, združenia podnikov a ďalšie chránia záujmy národného biznisu na zahraničných trhoch a hrajú kľúčovú úlohu v podpore možností krajiny v stále náročnejšom zahraničnom prostredí. Pre slovenskú ekonomiku, ktorá je mimoriadne závislá a previazaná so zahraničnými trhmi (a tým aj veľmi citlivá na externé vplyvy) je efektívna podpora exportu zo strany štátu veľmi dôležitá (Pavelka a kol., 2015).

Preto dnes existuje naliehavá potreba modernizácie inštitucionálneho rámca pre zavedenie štátnej podpory a nových nástrojov rozvoja exportu, ktoré zabezpečia ďalší rozvoj a nárast národného hospodárskeho potenciálu a presadenie sa na tradičných a nových trhoch.

1.1.3. Podpora exportu pre malé a stredné podniky

Otázka, ktoré firmy by mali dostať štátnu podporu, je stále aktuálnou a prakticky dôležitou témou. Kahiya a Delaney (2023) uvádzajú, keďže „*veľkí vývozcovia majú často dostatočné zdroje a zahraničné zastúpenie, diskurz o podpore exportu sa zameriava na malé a stredné podniky*“. Fischer a Reuber (2003) zhrnuli logiku štátnej podpory medzinárodne orientovaných malých a stredných podnikov: „*internacionalizácia je dobrá pre malé podniky a malé podniky sú dobré pre hospodárstvo*“. Úlohou štátnej podpory je teda zvýšiť produktivitu nových a malých firiem, čo v kontexte medzinárodne orientovaných firiem znamená pomôcť im úspešne vstúpiť na trh a vybudovať si pozíciu na zahraničných trhoch (Yoo et al., 2012).

Vzhľadom na mieru bankrotov nových firiem, obmedzený potenciál rastu a obmedzené verejné prostriedky mnohí výskumníci tvrdia, že štátne inštitúcie by nemali podporovať všetky firmy, ale len tie najslubnejšie, ktoré sa zvyčajne klasifikujú ako firmy s vysokým rastom alebo „gazely“. Napríklad Onkelinx a Sleuwaegen (2010) zistili, že rast vývozu MSP bol poháňaný malou skupinou globálnych firiem, ktoré sa podieľali 60 % na celkovom náraste vývozu MSP v rokoch 1998 až 2005. Zistili, že zrodené globálne firmy sú produktívnejšie a vyznačujú sa vyššími výdavkami na výskum a vývoj a intenzitou nehmotných aktív ako ostatné. Globálne firmy, rastú rýchlejšie, pokiaľ ide o vývozné tržby, majú väčšiu angažovanosť na vývozných trhoch a je pravdepodobnejšie, že budú pokračovať vo vývoze. V rámci štúdie Ciszewskej-Mlinaric (2018) zistila, že podniky s výraznejšími predchádzajúcimi medzinárodnými skúsenosťami s finančnou podporou „*dosahujú väčší prospech z intenzity vývozu ako podniky bez takýchto skúseností*“. Zároveň, Yoo et al. (2012) vo svojej štúdií o účinnosti vládnej podpory pre technologické MSP zistili, že „*vysoko výkonné podniky mali z vládnych podporných služieb menší prospech ako nízko výkonné podniky*“.

Efektívnosť nástrojov na podporu vývozu sa v jednotlivých odvetviach a krajinách značne líši. S cieľom minimalizovať deformácie by sa podpora mala poskytovať predovšetkým odvetviám s vysokými úverovými obmedzeniami, ako sú letectvo, lodiarstvo a doprava. Tieto sektory sa vyznačujú dlhými časovými oneskoreniami výstavby a značnou externou finančnou závislosťou, čo znamená, že exportné záruky len zmiernia finančné frikcie v ekonomike (Felbermayr a Yalcin, 2013). Finančné nástroje sú preto prínosnejšie pre technologicky alebo kapitálovo náročné odvetvia.

Podľa výsledkov štúdie majú exportné záruky menší účinok v bohatších krajinách a zohrávajú čoraz dôležitejšiu úlohu v rozvojových krajinách (Felbermayr a Yalcin, 2013). Okrem toho, štatistické modelovanie distribúcie prínosov z globalizácie ukazuje, že rozvíjajúce sa trhy, ktoré sa integrujú do svetového hospodárstva z nízkeho základu, získavajú z globalizácie vyššie zisky ako rozvinuté priemyselné krajiny, ktoré už dosiahli vysokú úroveň globálnej integrácie (Lang a Tavares, 2018). Úroveň globálnej integrácie tak môže ovplyvniť celkovú účinnosť pomoci na podporu exportu.

Zaujímavou štúdiou je analýza vývoja novej (CEE-12) a starej Európy (EU-15) Pausa (2012). Post-tranzitívne ekonomiky krajín strednej a východnej Európy sa rozvíjajú a ich ekonomická vzdialenosť od starej Európy sa znižuje. Po hospodársko-politickej transformácii je ich ďalšou výzvou, ako sa vysporiadať s pascou stredného príjmu alebo „ako prejsť od výroby komodít k činnostiam náročnejším na znalosti“. V tomto ohľade môže strategická verejná/vládna podpora zohrávať významnú úlohu tým, že bude podporovať odvetvia (a firmy v nich), ktoré najviac prispievajú k rozvoju znalostnej ekonomiky.

Národný kontext je tiež dôležitý pre rozumenie pomoci pri exporte. Neexistujú dve rovnaké kancelárie zahraničného obchodu. Je to preto, že dynamika miestneho trhu, potreby klientov na týchto trhoch a profily podnikov, ktoré potrebujú podporu, sa líšia a formujú činnosť týchto organizácií. Agentúry na podporu exportu a úrady pre zahraničný obchod by preto mali štrukturovať svoje činnosti tak, aby odrážali rôzne kontexty, v ktorých pôsobia (Kahiya, 2024).

Úspech agentúr na podporu exportu by sa mal chápať z hľadiska ich schopnosti prijímať kľúčové strategické rozhodnutia, uplatňovať nové prístupy a inovácie, a lobovať za širší mandát a väčšiu autonómiu (Gillespie a Riddle, 2004; Schembri et al., 2019). Problematická závislosť takýchto organizácií od štátneho financovania vytvára zraniteľnosť voči kontrole a zasahovaniu do ich riadenia aj zo strany štátu (Schembri et al, 2019).

Rozumenie toho, ktoré z týchto nástrojov pomoci pri exporte fungujú a v akých situáciách, má význam pre navrhovanie a prispôbovanie programov. Pre inštitúcie je kľúčová aktívna spolupráca so spoločnosťami. Ciszewska-Mlinaric (2018) zdôrazňuje, že organizácie na podporu exportu „by mali brať do úvahy nielen medzinárodné skúsenosti firmy, ale aj osobné skúsenosti jej manažérov a prispôbiť programy tak, aby vyhovovali ich produktu/službe, komunikačnej a propagačnej taktike“. Okrem toho mnohí vedci (napr. Fischer a Reuber, 2003; Kedia a Chhokar, 1986; Kanda et al., 2015; Kim et al., 2018; Naidoo a Rao, 1993; Seringhaus, 1987) zdôrazňujú význam zvyšovania dostatočnej informovanosti o programoch podpory exportu. Z výskumu Ciszewskej-Mlinaric (2018) vyplýva, že iba

malá časť európskych MSP aktívne využíva vládne podporné programy (v EÚ-15 ich využíva len 9,1 % a v krajinách CEE-12 len 7,9 % MSP). Možno to vysvetliť nízkou informovanosťou vlastníkov/manažérov MSP o takýchto programoch (Fischer a Reuber, 2003; European Commission, 2010), čo je samo osebe dôležitý problém. Viac podnikov by využilo pomoc pri vývoze, keby o nej vedeli. Z tohto dôvodu by malo byť zvyšovanie informovanosti prioritou týchto organizácií.

Takéto závery môžu byť dôležité pre vládne agentúry a iné inštitúcie na podporu vývozu, ktorí sú zodpovední za rozdeľovanie zvyčajne obmedzených verejných prostriedkov.

2. Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania

Inštitucionálna podpora zahraničného obchodu má osobitný význam pre malé a otvorené ekonomiky, ktoré sú silne závislé od globálneho vplyvu. Prostredníctvom podpory internacionalizácie tuzemských malých a stredných podnikov, vytvárania priaznivého podnikateľského prostredia a zvyšovania konkurencieschopnosti výrobkov môžu jej nástroje prispieť k trvalo udržateľnému rozvoju celkovej ekonomiky. Na základe uvedených informácií možno definovať hlavný cieľ diplomovej práce.

Hlavným cieľom diplomovej práce je zhodnotiť možnosti inštitucionálnej podpory a na základe preskúmania alternatívnych modelov inštitucionálnej podpory vo vybraných krajinách stanoviť odporúčania na ich uplatnenie v podmienkach Slovenskej republiky.

V rámci hlavného cieľa diplomovej práce sú stanovené dve parciálne ciele.

Prvým parciálnym cieľom je teoreticky vymedziť úlohu zahraničného obchodu v národnej ekonomike, proexportnú politiku a nástroje podpory exportu.

Druhým parciálnym cieľom je identifikovať postavenie Slovenskej republiky vo svetovom obchode.

Tretím parciálnym cieľom je zhodnotiť proexportnú politiku a používané nástroje v podmienkach Slovenskej republiky, poukazujúc na problémy a nedostatky v súčasnom modeli inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu Slovenska.

Štvrtým parciálnym cieľom je identifikácia exportného potenciálu a diverzifikácie exportu Slovenskej republiky.

Na spracovanie a konkretizáciu cieľov bol stanovený zoznam výskumných otázok:

- Aké sú špecifiká využívania jednotlivých nástrojov na podporu exportu?
- Aké postupy sú najúčinnnejšie pri podpore internacionalizácie MSP?
- Aké je súčasné postavenie Slovenska v medzinárodnom obchode?
- Aké sú existujúce problémy súčasnej inštitucionálnej podpory exportu na Slovensku?
- Aké sú možnosti diverzifikácie exportu a využitia exportného potenciálu SR?
- Ako aplikovať zahraničné skúsenosti z inštitucionálnej podpory exportu v prípade SR?

Pri vypracovaní diplomovej práce sme čerpali z bonitných prameňov zahraničnej a domácej vedeckej literatúry. Na výpočty a grafy sme používali prevažne štatistické údaje z medzinárodných ekonomických organizácií, ako sú: The World Bank, OECD a Intracen.

Pri písaní diplomovej práce boli využívané primárne vedecké metódy skúmania. Dialektická metóda nám umožnila porovnať rôzne prístupy k nástrojom na podporu vývozu a určiť ich vplyv na rôznych úrovniach. Hlavnou použitou metódou bol zber a systematizácia údajov o danej problematike. Tieto údaje boli následne analyzované s cieľom identifikovať kľúčové aspekty inštitucionálnej podpory obchodu. Metóda syntézy pomohla určiť prepojenosti a znázorniť štruktúru inštitucionálnej podpory vývozu, zatiaľ čo abstrakcia pomohla sformulovať kľúčové pojmy a charakteristiky. Deskriptívna analýza bola použitá na opis hlavných makroekonomických ukazovateľov, komoditnej a teritoriálnej štruktúry exportu Slovenskej republiky, vývoja objemu obchodu atď. Identifikácia trendov a nedostatkov v súčasnom modeli inštitucionálnej podpory obchodovania bola založená na metóde indukcie. Porovnanie alternatívnych prístupov k podpore exportu v iných krajinách bolo podkladom pre formulovanie návrhov na zlepšenie súčasného modelu inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu v Slovenskej republike metódou dedukcie.

V diplomovej práci boli využité kvantitatívne metódy pre účely určenia diverzifikáciu exportu a exportného potenciálu Slovenskej republiky v sledovanom období na základe metodiky Intracen (2022) prostredníctvom troch faktorov: ponuky, dopytu a podmienok obchodovania. Metodika pozostáva z dvoch hlavných ukazovateľov.

Ukazovateľ exportného potenciálu (EPI) označuje množstevný objem exportného potenciálu v súčasnosti vyvázaných tovarov podľa odbytovými trhmi alebo dodávateľmi. Ukazovateľ je založený na gravitačnom prístupe, pričom identifikuje tovary, ktoré krajina už vyváža s využitím konkurenčných výhod a ktoré majú dobré predpoklady na úspešný vývoz na konkrétny cieľový trh. Hodnota exportného potenciálu vyplýva priamo z kombinácie ponuky, dopytu a podmienok obchodovania:

$$EPI_{ijk} = Supply_{ik}^{EPI} \times Ease_{ij} \times Demand_{ijk}$$

i = krajina-exportér

k = tovar

j = odbytový trh

$Supply_{ik}$ = exportná ponuka krajiny „ i “ v produkte „ k “

$Ease_{ij}$ = podmienky obchodovania obchodu z krajiny „ i “ do trhu „ j “

$Demand_{ijk}$ = dopyt trhu „ j “ po produkte „ k “ z krajiny „ i “

Ukazovateľ diverzifikácie tovarov (PDI) hodnotí možnosti diverzifikácie exportu komodít na základe porovnania skutočných komparatívnych výhod krajiny a potenciálnych výhod s využitím koncepcie produktového priestoru podľa Hausmanna a Klingera, z hľadiska súčasnej štruktúry vývozu komodít analyzovanej krajiny a podobných krajín. Hodnota diverzifikačného potenciálu je tiež výsledkom kombinácie troch komponentov:

$$PDI_{ijk} = Supply_{ik}^{PDI} \times Ease_{ij} \times Demand_{ijk}$$

Tieto dva ukazovatele sa líšia len v spôsobe, akým odrážajú potenciál ponuky. Podmienky dopytu a prístupu na trh sú rovnaké. Hodnoty ukazovateľov sa zaraďujú podľa vyvážajúcej krajiny, odbytového trhu alebo výrobku. Vizualizácia pomocou mapy umožňuje usporiadať údaje podľa príslušných kritérií.

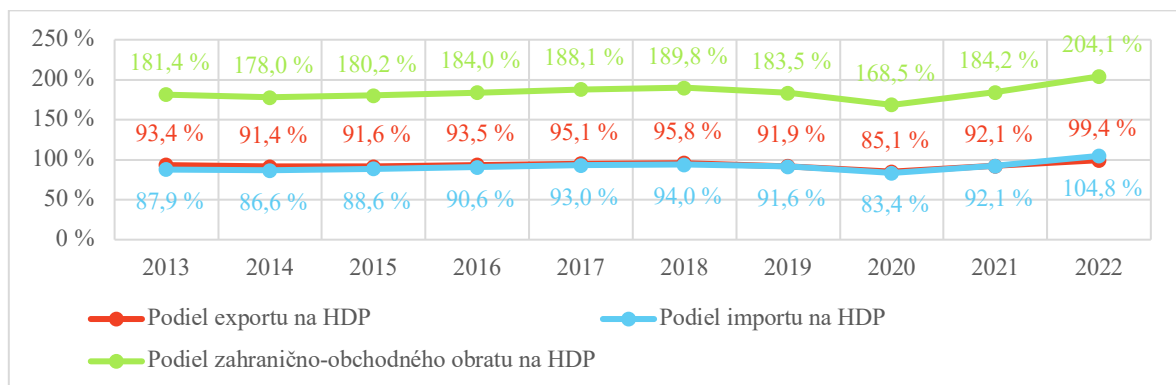
3. Výsledky práce a diskusia

V kontexte Slovenskej republiky je inštitucionálna podpora zahraničného obchodu nesmierne dôležitá pre proexportne ekonomiky s malým domácim trhom. Účasť slovenských podnikov na procesoch medzinárodnej obchodnej výmene je katalyzátorom technologického rozvoja, zvyšovania úrovne inovatívnosti v ekonomických odvetviach a posilňovania pozície podnikateľských subjektov na svetovom trhu. Ochrana existujúcich pozícií a zvyšovanie prítomnosti Slovenskej republiky na zahraničných trhoch je kľúčovým predpokladom fungovania ekonomiky a zárukou jej rozvoja v súčasných podmienkach.

3.1. Postavenie Slovenskej republiky v medzinárodnom obchode

Slovenská republika je európskou krajinou s vysokou úrovňou príjmov a jednou z najotvorenejších ekonomík v EÚ (MIRRI SR, 2021). Zahraničný obchod zohráva na Slovensko významnú úlohu, takže akýkoľvek globálny vývoj má naň vplyv. Kvalitný inštitucionálny rámec, ktorý dokáže pružne reagovať na vonkajšie faktory, je pre udržateľný rozvoj mladej ekonomiky kľúčový. Na určenie toho, čo formuje postavenie krajiny v medzinárodnom obchode, by sme mali začať skúmaním hlavných makroekonomických ukazovateľov.

Graf 1 Podiel zahranično-obchodného obratu, exportu a importu na HDP SR, v %



Zdroj: Spracované podľa [9], [10], [11].

⁹ WB. *Trade (% of GDP) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.TRD.GNFS.ZS?locations=SK>

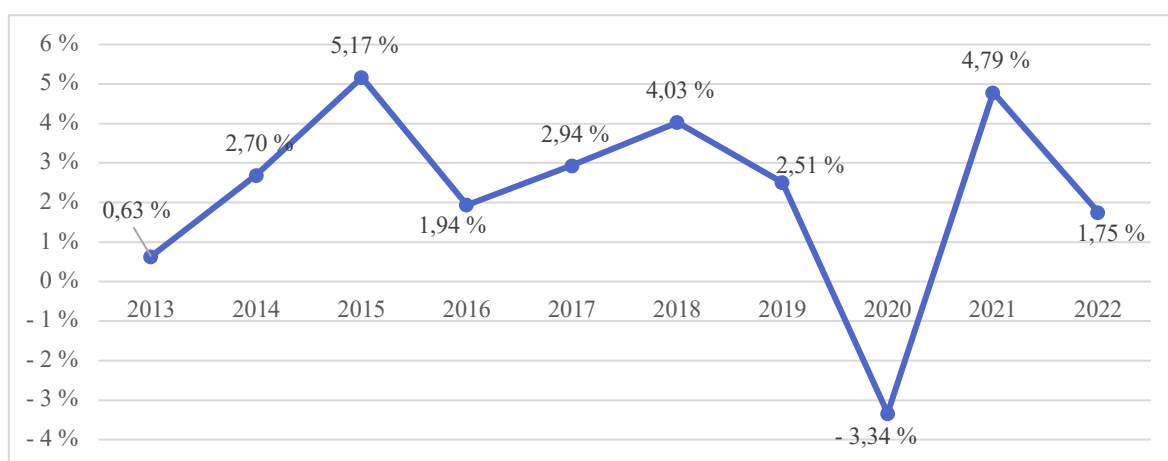
¹⁰ WB. *Imports of goods and services (% of GDP) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.IMP.GNFS.ZS?locations=SK>

¹¹ WB. *Exports of goods and services (% of GDP) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=SK>

Z grafu 1 vyplýva, že obrat zahraničného obchodu krajiny postupne rastie a v roku 2022 dosahuje 204,1 % HDP krajiny. Váhu exportu v hospodárskom raste krajiny potvrdzuje prezentovaná štatistika: úroveň vonkajšej otvorenosti z hľadiska podielu exportu na HDP krajiny v roku 2022 dosiahla 99,4 %. Za týchto okolností je dôležité zvýšiť prítomnosť domácich vývozcov na zahraničných trhoch.

Za zmienku stojí mierny pokles rastu obchodu v roku 2014 v dôsledku hospodárskej krízy a vojenského konfliktu na východe Ukrajiny, s postupným oživením exportu a importu. Pandémia COVID-19 v roku 2020 dostala Slovensko do mimoriadne zraniteľnej pozície vzhľadom na otvorenosť jeho ekonomiky, čo sa odrazilo na jeho ukazovateľoch. V 2022 podiel dovozu na HDP prvýkrát prekročil totožný ukazovateľ vývozu a dosiahol 104,8 %.

Graf 2 Rast HDP Slovenska, v %

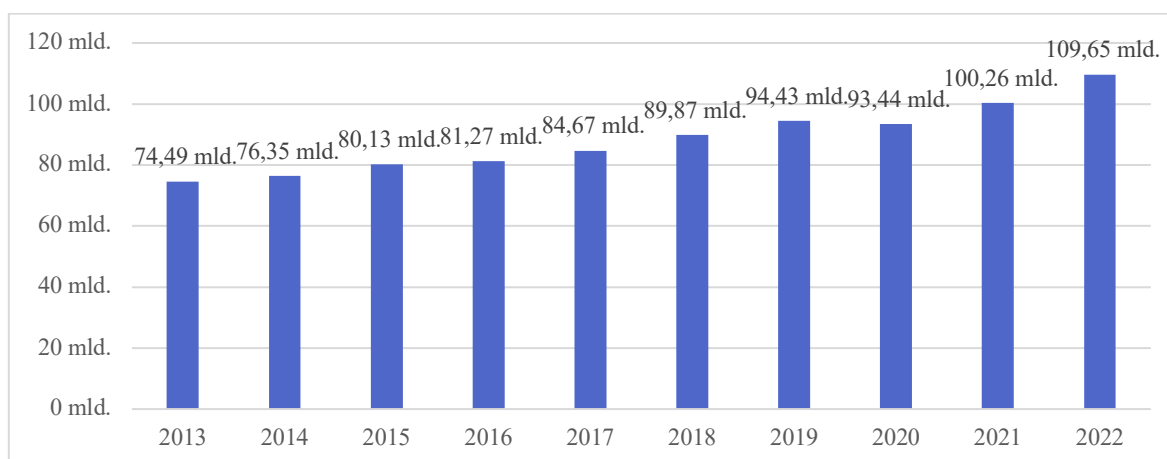


Zdroj: Spracované podľa [12].

Dôkazom zraniteľnosti a závislosti od medzinárodných trhov je graf 2 rastu HDP Slovenska, ktorý odráža vplyv finančnej krízy v rokoch 2014-2016, izoláciu ekonomiky v dôsledku pandémie v roku 2020 a eskaláciu vojny na Ukrajine v roku 2022. Podľa Svetovej banky, sa v roku 2022 rast HDP znížil na 1,75 %. Podrobnejšie sa pozrime v grafe 3.

¹² WB. *GDP growth (annual %)* - *Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=SK>

Graf 3 HDP Slovenska, v mld. EUR

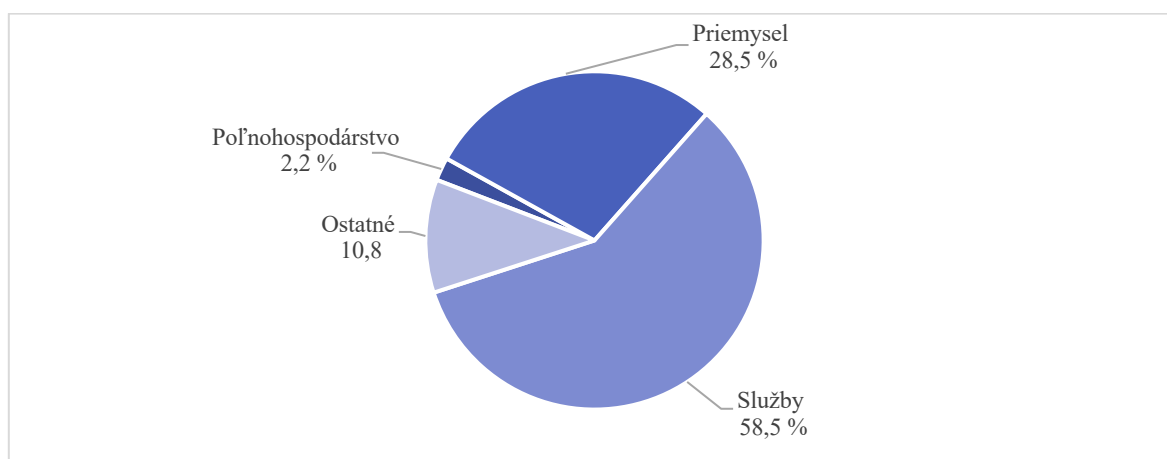


Zdroj: Spracované podľa [13].

Malá a veľmi otvorená slovenská ekonomika zaznamenala v uplynulom desaťročí stabilný hospodársky rast. Pred vypuknutím pandémie COVID-19 sa predpokladal silný rast HDP, ale v roku 2020 sa tento ukazovateľ znížil na 93,44 mld. EUR. Podľa štatistických údajov OECD (2024b) sa ukázalo, že slovenská ekonomika bola pomerne odolná voči energetickej kríze, pričom v roku 2022 HDP naďalej rástol (109,65 mld. EUR), najmä vďaka silným investíciám z EÚ a postupnému rastu exportu; pritom vysoká inflácia, neistota v súvislosti s vojnou na Ukrajine a narušenie globálnych dodávateľských reťazcov vyvíjali tlak na domáci dopyt. Údaje z Eurostatu za rok 2023 naznačujú, že zrýchlenú infláciu potravín a energií negatívne ovplyvnila spotreba, pričom sa obchodná a spotrebiteľská dôvera sa oslabilo po ruskej invázii na Ukrajinu. Pokles zahraničného dopytu v hlavných exportných destináciách krajiny viedol k poklesu vývozu a dovozu, ktorý sprevádzalo zníženie zásob. Avšak, pri predpokladanom poklese inflácie na úroveň 3,5 % v roku 2024 (z 11 % v roku 2023) a náraste reálnej mzdy, čo by malo poskytnúť dodatočný impulz súkromnej spotrebe, sa očakáva hospodársky rast v roku 2024 na úrovni 2,3 % a v roku 2025 2,6 % spolu s rastom vývozom (European Commission, 2024).

¹³ WB. *GDP (current LCU) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CN?locations=SK>

Graf 4 Podiely sektorov na tvorbe HDP na Slovensku v roku 2022, v %



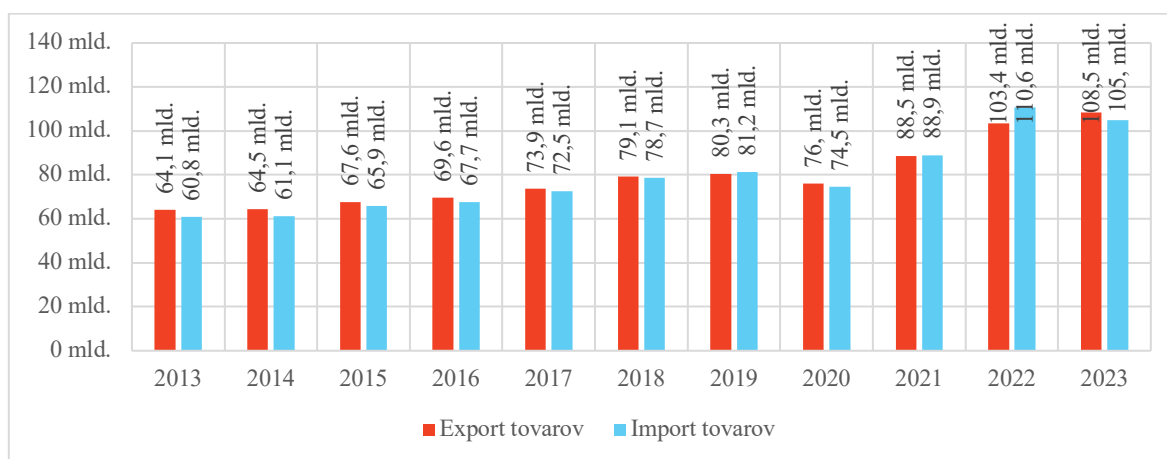
Zdroj: Spracované podľa [14], [15].

Slovensko je priemyselne orientovanou krajinou, kde významnú časť HDP a pracovných miest zabezpečuje industriálna výroba a časť služieb je úzko prepojená s výrobou. Význam priemyslu v ekonomike sa meria ako podiel pridanej hodnoty priemyselného sektora na HDP. Podľa tohto ukazovateľa patrí Slovensko medzi krajiny EÚ s vysokým podielom priemyslu na HDP, pričom v roku 2022 dosiahol výsledok 28,5 % (spolu so súvisiacimi službami dokonca 70 %, čo predstavuje približne 90 % celkového vývozu Slovenska). Industriálny sektor v SR je vysoko orientovaná na export a závisí od rozvoja trhov, ktoré vyvážajú suroviny a polotovary do Slovenska, aj trhov, ktoré dovážajú slovenské hotové výrobky. V priemyselnej výrobe je zamestnaných viac ako 30 % pracovnej sily, čo je druhý najväčší podiel v EÚ. Preto je priemyselná výroba pre Slovensko kľúčovou strategickou sférou (MIRRI SR, 2021).

¹⁴ WB. *World Development Indicators* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NY.GDP.MKTP.CD,NV.AGR.TOTL.ZS,NV.IND.TOTL.ZS,NV.IND.MANF.ZS,NV.SRV.TETC.ZS,NV.SRV.TOTL.ZS>

¹⁵ WB. *World Development Indicators: Structure of value added* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://wdi.worldbank.org/table/4.2>

Graf 5 Export a import tovarov SR, v mld. EUR

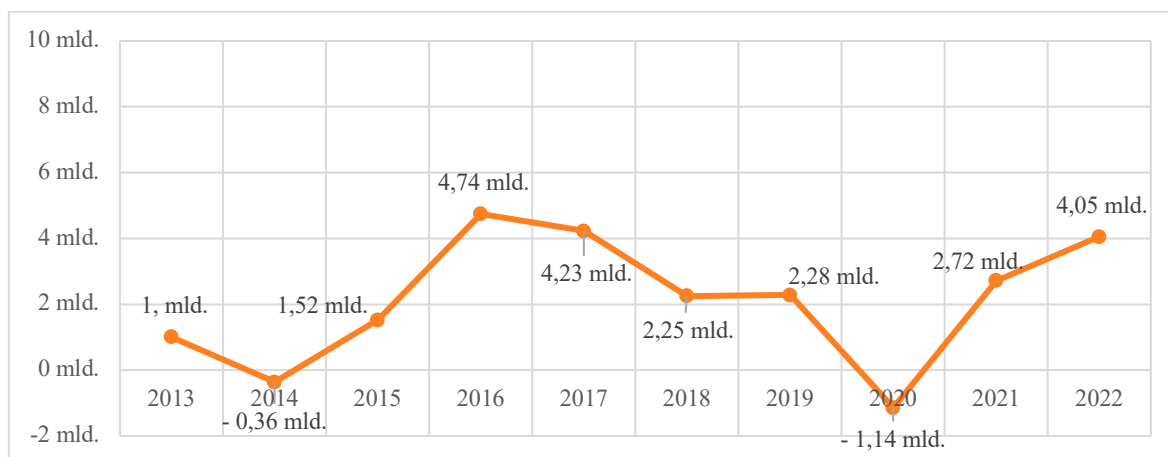


Zdroj: Spracované podľa [16].

Celkový export Slovenska v roku 2023 predstavoval 108,5 mld. EUR, pričom saldo zahraničného obchodu bolo len 3,51 mld. EUR. Vývoz krajiny je značne závislý od dovozu zo zahraničia, čo ovplyvňuje nízky podiel pridanej hodnoty na vývoze krajiny (Giorno, 2019). Taktiež sa prejavuje problém narušenia globálnych dodávateľských reťazcov a oslabenie globálneho dopytu v dôsledku rastúcej inflácie a neistoty, napríklad počas COVID-19 alebo eskalácie vojny na susednej Ukrajine. Ešte pred ruskou inváziou na Ukrajinu bolo Slovensko značne závislé od dovozu ropy a plynu z Ruska a vyhrotenie konfliktu zhoršilo už existujúce problémy s dodávkami (OECD, 2024c). Spolu s prudkým nárastom cien energií to viedlo k tomu, že niektoré energeticky náročné priemyselné odvetvia pozastavili výrobu, a tým aj vývoz svojich výrobkov a dovoz polotovarov. Výrazný nárast čistého exportu v rokoch 2022 a 2023 bol spôsobený najmä priamymi zahraničnými investíciami EÚ vo vysoko exportne orientovanom výrobnom sektore (OECD, 2023). Očakáva sa, že oživenie zahraničného dopytu v rokoch 2024–2025 podporí vývoz krajiny (OECD, 2024a). V grafe 6 budeme skúmať význam investícií v slovenskej ekonomike.

¹⁶ ITC. *Trade Map - List of products exported by Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c703%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

Graf 6 Čistý prílev priamych zahraničných investícií do SR, v mld. USD



Zdroj: Spracované podľa [17].

Slovensko je atraktívnou destináciou pre podnikanie a investície vďaka relatívne lacnej, ale kvalifikovanej pracovnej sile a výhodnej geografickej polohe v centre Európy. Vláda podporuje zahraničné investície a poskytuje finančné stimuly na ich prilákanie. Slovensko má dobrú podnikateľskú klímu a v poslednom Globálnom inovačnom indexe sa umiestnilo na 45. mieste zo 132 krajín (WIPO, 2023), v Indexe ekonomickej slobody 2023 na 35. mieste zo 184 krajín (Heritage.org, 2023), v rebríčku Svetovej banky (2020) Doing Business 2020 sa krajina umiestnila na 45. mieste zo 190 s najvyšším hodnotením v oblasti obchodovania cez hranice (1. miesto) a registrácie majetku (8. miesto). Podľa rebríčka svetovej konkurencieschopnosti v roku 2023 krajina teraz je na 53. mieste zo 64 (IMD, 2023).

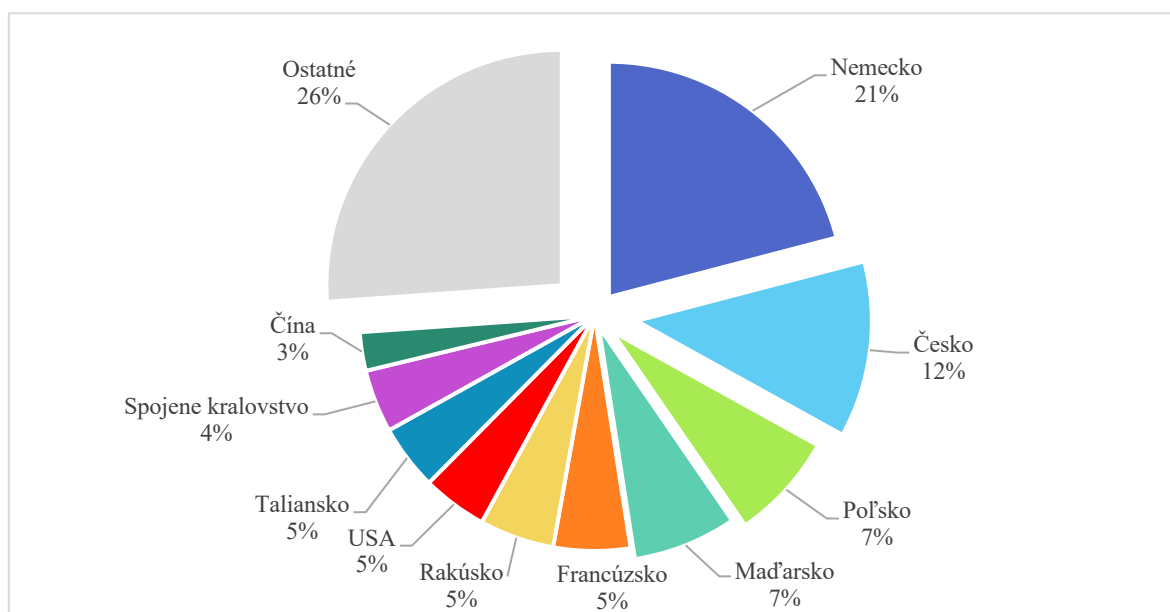
V 2023 podľa Forbesu, ktorý tento rok označuje za investičnú renesanciu krajiny, mnoho zahraničných spoločností si vybralo Slovensko na rozšírenie svojich biznisov. Dôležitým aspektom je, že investície boli vo významnom počte prilákané do regiónov, ktoré najviac potrebujú modernizáciu infraštruktúry, nové pracovné miesta a inovácie. Medzi najväčšie patria: niekoľko výrobcov tepelných čerpadiel, a to dve nemecké spoločnosti Vaillant, holandská firma BDR Thermea Group, americká korporácia Rheem Manufacturing; čínske konzorcium Gotion High-tech (výroba batérií pre elektromobily), nemecká automobilka Porsche, švajčiarsko-nemecká spoločnosť Mubea Tailored Products vyrábajúca automobilové diely a mnohé ďalšie sa dohodli na výstavbe nových závodov

¹⁷ WB. *Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?locations=SK>

a fabrík v SR. Spolu s mnohomiľionovými investíciami vytvoria partneri tisíce nových pracovných miest a významne prispievajú k rozvoju regiónov.

Podľa odvetví prevažnú časť investícií prilákali spracovateľský priemysel a industriálna výroba, finančné a poisťovacie služby a veľkoobchod a maloobchod (Lloyds Bank, 2024). Podľa Svetovej banky predstavovali v roku 2022 čisté zahraničné investície v Slovenskej republike 4,05 miliardy USD. Vysoká neistota zaťažila súkromné investície, ale výrazný prílev finančných prostriedkov z EÚ podporil verejné investície v roku 2023. Postupné uvoľňovanie finančných podmienok a využívanie fondov EÚ na obnovu a odolnosť podporí investície v rokoch 2024 a 2025. Očakávané oživenie zahraničného dopytu posilní export (OECD, 2024a). Faktory, ktoré negatívne ovplyvňujú a obmedzujú investície, sú opísané v nasledujúcom pododdiel.

Graf 7 Teritoriálna štruktúra exportu tovarov Slovenska v roku 2023, v %



Zdroj: Spracované podľa [18].

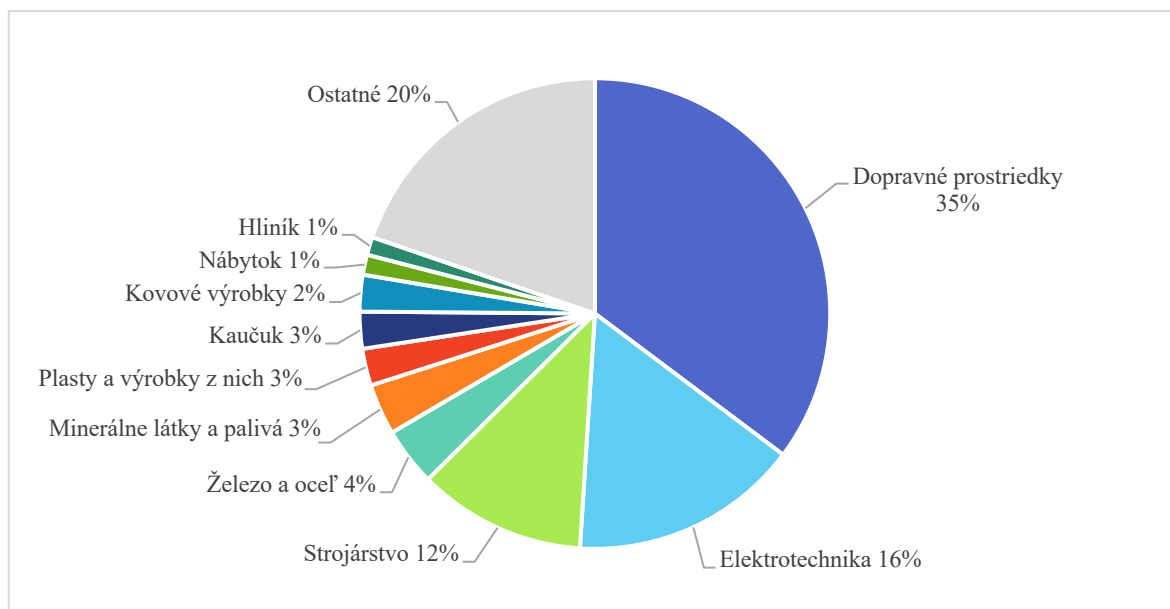
Diagram znázorňuje podiely najväčších importérov slovenských tovarov v roku 2023. Dodatočná analýza teritoriálnej štruktúry exportu SR za obdobie 2012-2023, aká je predstavená v prílohe č. 5, umožňuje dospieť k záveru, že zoznam najväčších partnerov zostáva dlhodobo takmer nezmenený. Lídrmi v dovoze zo Slovenska v roku 2023 sú: Nemecko (20,9 %; 22,7 mld. eur), Česká republika (12,1 %; 13,14 mld. eur), Poľsko (7,4 %;

¹⁸ ITC. *Trade Map - List of importing markets - Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c703%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

8 mld. eur), Maďarsko (7,1 %; 7,74 mld. eur) a Francúzsko (5,3 %; 5,72 mld. eur). Z toho vyplýva, že najväčší objem exportu krajiny smeruje do EÚ (77,3 %). Okrem vnútorného európskeho trhu Slovenská republika vyváža aj do Spojených štátov (4,5 %), Spojeného kráľovstva (4,3 %) a Číny (2,6 %). Podiel exportu do rozvojových trhových ekonomík je oveľa nižší a predstavuje 11,9 %, taktiež Slovensko nemá obchodné vzťahy s najmenej rozvinutými krajinami (0,1 %). Vývoz tvoria najmä zahraničnoobchodné operácie pobočiek TNC pôsobiacich v automobilovom a elektronickom priemysle.

Významná je práca Steinhausera a Borosa (2022), ktorí zistili, že v roku 2021 „len 12 % z celkového exportu krajiny tvoril export slovenských podnikov, 67 % zahraničných spoločností pôsobiacich na Slovensku a 21 % iných neidentifikovaných subjektov“. Okrem toho sa líšia destinácie exportu domácich a zahraničných podnikov na Slovensku (príloha č. 6). Napríklad polovica vývozu domácich podnikov smeruje do krajín, ktoré sú geografickými susedmi krajiny v rámci EÚ. Ďalšími obľúbenými destináciami sú Holandsko, Rumunsko a Slovinsko. Z hľadiska vývozu slovenských subjektov je najvýznamnejším dovozcom Česko a až potom nasleduje Nemecko.

Graf 8 Komoditná štruktúra exportu (HS2) Slovenska v roku 2023, v %

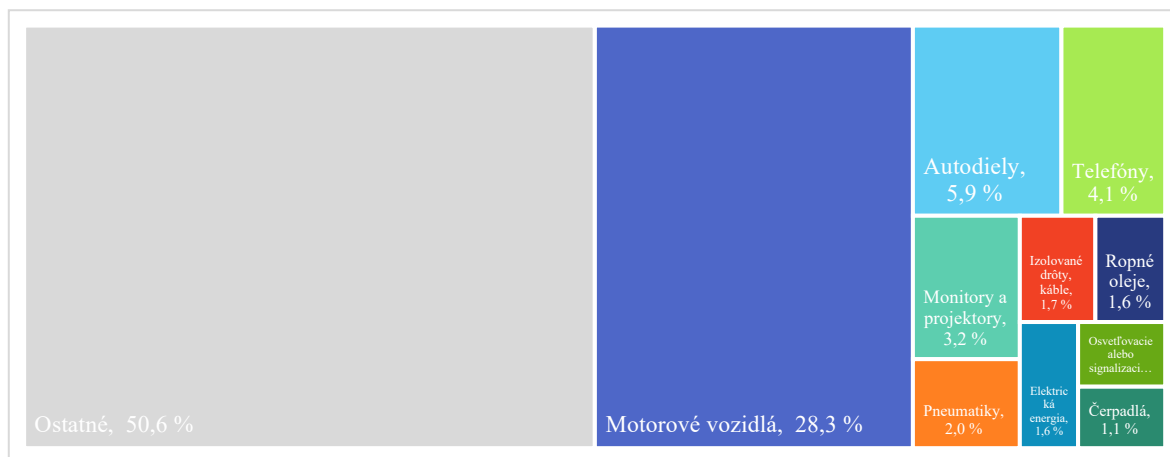


Zdroj: Spracované podľa [19].

¹⁹ ITC. *Trade Map - List of products exported by Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c703%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

Z grafu vidíme, že viac ako polovicu slovenského exportu v roku 2023 tvoria vozidlá a ich diely (33 %; 38,23 mld. EUR) a elektrotechnika (16 %; 17,11 mld. EUR). Ďalšími najväčšími vývoznými položkami HS2 boli jadrové reaktory, kotly, stroje a mechanické zariadenia (12 %; 12,52 mld. EUR), železo a oceľ (4 %; 4,34 mld. EUR), nerasty a palivá (3 %; 3,79 mld. EUR) a iné. Zanalyzujme si podrobnejšie štruktúru vývozu.

Graf 9 Komoditná štruktúra exportu (HS4) Slovenska v roku 2023, v %



Zdroj: Spracované podľa [20].

Podľa HS4 krajina najviac exportuje vozidlá (28,3 %), autodiely (5,9 %), telefóny (4,1 %), monitory a projektory (3,2 %), pneumatiky (2 %) atď. V rámci svojho zapojenia do globálnych dodávateľských reťazcov sa SR zameriava najmä na montáž a kompletizáciu dovážaných polotovarov, čím dochádza k vývozu s nízkou pridanou hodnotou (Giorno, 2019).

Odkazujúc na štúdiu Steinhausera a Borosa (2022), podľa prílohy č. 7, možno konštatovať, že najväčší podiel tuzemských exportov tvoria kovy (19 %), poľnohospodárstvo (15 %) a skupina dopravné prostriedky (14 %), hlavne súčiastky pre automobilový priemysel. Pokiaľ ide o zahraničné spoločnosti pôsobiace na Slovensku, rovnako ako v prípade teritoriálnej štruktúry exportu je podobná celkovému exportu a málo sa líši. Takto, komoditná štruktúra tuzemských a zahraničných exportérov vykazuje značné odlišnosti.

²⁰ ITC. *Trade Map - List of products exported by Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c703%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

Získané údaje sú podkladom pre analýzu problémových oblastí v slovenskej ekonomike a následne v produktivite a konkurencieschopnosti slovenských podnikov pri vstupe na zahraničné trhy.

3.2. Nástroje inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu v SR

Podpora exportu je oblasť, ktorej sa spoločná obchodná politika a pravidlá vnútorného trhu EÚ takmer nedotýkajú (Csabay, 2014). Stratégie podpory vývozu sa v jednotlivých krajinách líšia, pretože každá krajina má svoje vlastné priority, ciele a podmienky. Vývoj proexportnej politiky Slovenska možno zhrnúť takto:

Tabuľka 5 Vývoj proexportnej politiky SR

I	Proexportná politika SR na roky 2007-2013
II	Program podpory zahraničného obchodu na rok 2013
III	Stratégia vonkajších ekonomických vzťahov SR na obdobie 2014-2020
IV	Aktualizácia – Priority proexportnej politiky na obdobie 2018-2020
V	Programové vyhlásenie vlády na 2021-2024
VI	Koncepcia vonkajších ekonomických vzťahov SR a ekonomickej diplomacie na 2022-2030.

Zdroj: Vlastne spracovanie, 2024.

V roku 2021 bola prijatá Koncepcia vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie Slovenskej republiky na obdobie rokov 2022-2030 (Koncepcia VEVaED, 2021), cieľom ktorej je prispieť k inkluzívnemu a udržateľnému hospodárskemu rastu krajiny s generovaním nových pracovných miest s vyššou pridanou hodnotou. Štátna politika je zameraná podporu expanzii slovenských firiem na zahraničných trhoch a zahŕňa:

- diverzifikácia teritoriálnej štruktúry ZO SR;
- vytváranie priaznivého medzinárodného prostredia na presadzovanie záujmov SR;
- prílev nových a kvalitných PZI s vyššou pridanou hodnotou;
- zlepšenie využívania nástrojov proexportnej politiky;
- zapájanie biznisu do medzinárodnej vedecko-výskumnej spolupráce;
- zvýšenie efektívnosti ekonomickej diplomacie.

V rámci Koncepcie VEVaED boli vymedzené nástroje na podporu vývozu, medzi ktoré patria: Medzivládne a rezortné zmiešané komisie pre hospodársku spoluprácu, podnikateľské misie, prezentácia na veľtrhoch a výstavách formou národných stánkov,

podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov, systémové vzdelávanie exportérov, projekty ekonomickej diplomacie, slovenská kooperačná burza, exportné fórum, inovačné dni, z regiónov do sveta, produkty EXIMBANKY, teritoriálne semináre, konzultačné dni, integrované informačné systémy na podporu exportu.

V systéme podpory exportu zohráva dôležitú úlohu predovšetkým miera komplexnosti vývozej politiky a koordinovaný postup orgánov, ktoré ju realizujú. Na tento účel bola v štúdiu vypracovaná organizačná štruktúra podpory exportu, hlavné nástroje na podporu exportu podľa Konceptii VEVaED 2022-2030 a podľa aktérov, aké je možné sledovať v prílohách č. 2, 3 a 4.

Množstvo orgánov sa priamo alebo nepriamo podieľa na rozvoji a realizácii proexportnej politiky krajiny, podpore vývozu, zvyšovaní konkurencieschopnosti v národnom podnikateľskom prostredí, priťahovaní investícií atď.

Spolu Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR (MZVaEZ SR) a Ministerstvo hospodárstva (MH SR) sa vytvárajú proexportnej politike, politike podpory prílevu priamych zahraničných investícií do SR, tvorbe zahraničnej obchodnej politiky a podpora inovačného potenciálu krajiny. MZVaEZ SR realizuje svoje aktivity na podporu exportu prostredníctvom systému ekonomickej diplomacie, zároveň MH SR gesturuje podriadené inštitúcie, ako sú Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO), Slovak Business Agency (SBA) a Slovenská inovačná a energetická agentúra (SIEA). Ministerstvo financií SR (MF SR) je zodpovedné za finančnú diplomaciu a je zriaďovateľom Exportno-importnej banky SR (EXIMBANKA) a Slovenskej záručnej a rozvojovej banky (SZRB). Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR (MIRRI SR) je ústredným orgánom štátnej správy pre: oblasť informatizácie spoločnosti, investícií a regionálneho rozvoja. Nové Ministerstvo cestovného ruchu a športu SR (MCRaŠ SR) zodpovedá za podporu a propagáciu cestovného ruchu a do jeho pôsobnosti patrí portál Slovakia Travel (Pravda, 2024). Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR (MPaRV SR) je zodpovedné za podporu exportu v agrosektore, poskytuje štátnu pomoc v rezorte pôdohospodárstva, potravinárstve, lesnom hospodárstve a rybnom hospodárstve, ako aj v oblasti rozvoja vidieka. Realizuje programy pomoci Ministerstvo prostredníctvom Poľnohospodárskej platobnej agentúry (PPA). Medzi iné inštitúcie podporujúce podnikanie patria aj Slovenská obchodná a priemyselná komora (SOPK), Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora (SPPK). Rozoberme si ich bližšie.

- MZVaEZ SR koordinuje presadzovanie ekonomických záujmov v zahraničí a jednotnú prezentáciu Slovenska v zahraničí. Poskytuje firmám prostredníctvom Odboru

podnikateľského centra (POCE) a siete diplomatických misií SR v 65 krajinách sveta ekonomické informácie o zahraničných trhoch, príležitosti pre podnikanie vo svete, a to informácie o veľtrhoch, podnikateľských misiách, plánovaných fórach a odborných seminároch, bezodplatne poradenstvo, vyhľadanie potenciálnych obchodných partnerov, informácie o možnostiach zapojenia do oficiálnej rozvojovej spolupráce a iné (MZVaEZ SR, 2024).

- Slovenská agentúra pre medzinárodnú rozvojovú spoluprácu (SAMRS) je rozpočtovou organizáciou MZVaEZ SR, ktorej dôležitou úlohou je podpora podnikateľských partnerstiev tuzemských firiem v rámci rozvojových aktivít a uľahčenie prieniku súkromného sektora na trhy v rozvojových krajinách (Konceptia VEVaED, 2021).
- Ministerstvo hospodárstva SR pokrýva oblasť vnútorného a zahraničného obchodu, navrhuje politiky na podporu exportu, priamych zahraničných investícií a inovácií, napomáha internacionalizáciu slovenských firiem, najmä malých a stredných podnikov, vytvára podmienky pre rozširovanie exportujúcich podnikov a zvyšovanie konkurencieschopnosti, dohliada na činnosť inštitúcií (MZVaEZ SR, 2012):
 - SARIO zohráva významnú úlohu pri prezentovaní Slovenska ako investičnej lokality Strednej Európy. Jej misiou je akcelerovať investičný, exportný a inovatívny potenciál, podporovať expanzie etablovaných firiem, zahraničné investície, zvyšovať zamestnanosť (SARIO, 2024).
 - SBA predstavuje na Slovensku kľúčovú a najstaršiu špecializovanú inštitúciu z hľadiska podpory malého a stredného podnikania. Jej ciele sú: zvýšiť mieru prežitia podnikov na trhu, zvýšiť inovačnú výkonnosť domácich podnikov, stimulovať podnikateľského ducha a zvýšiť konkurencieschopnosť slovenského podnikateľského prostredia (SBA, 2024).
 - SIEA je príspevkovou organizáciou MH SR s kompetenciami pre podporu podnikania v oblasti podpory inovácií a energetiky. Poskytuje bezplatné energetické poradenstvo pre domácnosti, podnikateľov a verejný sektor, plní štátne úlohy v oblasti podpory inovácií, sleduje a vyhodnocuje inovačné aktivity na Slovensku a navrhuje opatrenia na ich podporu a iné (SIEA, 2024).
- Ministerstvo financií SR plní veľmi dôležitú podpornú funkciu pri vytváraní priaznivých ekonomických podmienok pre rozvoj medzinárodnej spolupráce a zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia. Zahŕňa poskytovanie určitých úľav a oslobodení a uskutočňovaní ďalších finančno-ekonomických nástrojov v podnikaní (NHF, 2024). Pod MF SR patrí:

- EXIMBANKA je exportno-úverová agentúra a jediný priamy nástroj štátu na financovanie exportu. Poskytuje finančné riešenia vo forme poskytovania úverov, záruk, či úverových poistení, ktoré umožňujú mnohým podnikom exportovať ich výrobky a služby do iných krajín (vrátane vysokorizikových).
- Slovenská záručná a rozvojová banka (SZRB) bola založená ako špecializovaná banková inštitúcia na podporu malého a stredného podnikania. Poskytuje firmám spoľahlivé financovanie s individuálnym a ústretovým prístupom, ktoré prispeje k rozvoju moderného Slovenska (SRZB, 2024).
- Ministerstvo dopravy SR podieľa sa na prevádzke a rozvoji dopravnej infraštruktúry, ktorá je potrebná o vývoz a dovoz tovarov a služieb (Konceptia VEVaED, 2021).
- Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR poskytuje podporu regionálneho rozvoja, zabezpečuje strategické plánovanie a investičné projektové riadenie, koordináciu a dohľad nad využívaním finančných prostriedkov z fondov EU, tvorí politiku jednotného digitálneho trhu, podporuje internacionalizáciu vedy, výskumu a inovácií s cieľom technologického rozvoja celého Slovenska (MIRRI SR, 2024).
- Ministerstvo cestovného ruchu a športu SR vykonáva štátnu politiku v oblasti cestovného ruchu vrátane tvorby stratégie a koncepcie rozvoja cestovného ruchu:
 - Slovakia Travel je národná agentúra na podporu cestovného ruchu, ktorá doma a vo svete prezentuje Slovensko, ako cieľovú destináciu (Slovakia.travel, 2024).
- Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR vypracúva proexportnú politiku z oblasti poľnohospodárstva a potravinárstva, spravuje kalendár špecializovaných výstav a veľtrhov, pomáha pri hľadaní nových odbytových trhov cez databázu Bestslovakfood, vyvíja informačné a propagačné aktivity a programy (Konceptia VEVaED, 2021).
 - Poľnohospodárska platobná agentúra (PPA) je orgánom štátnej správy, ktorej úlohou je poskytovať podpory a dotácie v oblasti pôdohospodárstva a rozvoja vidieka slovenským poľnohospodárom, farmárom, lesníkom, vinohradníkom, včelárom, rybárom či chovateľom a tiež obciam a mestám na rozvoj (PPA, 2024).
- Iné inštitúcie podpory exportu:
 - Slovenská obchodná a priemyselná komora (SOPK);
 - Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora (SPPK);
 - Republiková únia zamestnávateľov (RÚZ);
 - Asociácia zamestnávateľských zväzov a združení (AZZaZ);
 - Klub 500;
 - Rady slovenských exportérov;

- zamestnávateľské združenia, podnikateľské asociácií, klastre alebo zväzy.

Po analýze systému inštitucionálnej podpory slovenského exportu môžeme pozitívne zhodnotiť postupne sa rozvíjajúcu sieť ekonomickej diplomacie, permanentne rozvíjaný dialóg s podnikateľskou sférou (Hrinko, 2021), zameranie podpory na malé a stredné podniky, dôraz na zvyšovanie inovácií, výskum, zelené technológie a digitalizáciu.

3.3. Identifikácia problémov a nedostatkov v súčasnej podpore

Pri porovnávaní stavu inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu na Slovensku pred 20 rokmi a dnes je názorný prieskum Hospodárskych novín z roku 2004, v ktorom väčšina firiem sa zhodli na tom, že export sa na Slovensku dostatočne nepodporuje.

Medzi negatívne faktory respondenti zaradili: vysokú cenu asistenčných služieb, zameranie štátnej pomoci na zahraničné podnikateľské subjekty, vysokú mieru byrokracie, nedostatočnú profesionalitu, slabú informovanosť podnikateľov o nástrojoch podpory exportu a problémy v koordinácii spolupráce medzi obchodnými oddeleniami zastupiteľských úradov SR v zahraničí a SOPK pri poskytovaní aktuálnych informácií.

Po vstupe do EÚ sa situácia významne zmenila: krajina rozvinula ekonomickú diplomaciu, rozdelila funkcie rezortov podieľajúcich sa na tvorbe a realizácii proexportnej politiky, výrazne posilnila svoju medzinárodnú prítomnosť, zlepšila vzájomný dialóg s podnikateľskou komunitou, zamerala sa na podporu malých a stredných podnikov so slovenským pôvodom a v súčasnosti smeruje k zvyšovaniu produktivity práce, posilňovaniu konkurencieschopnosti podnikov a zvyšovaniu pridanej hodnoty vyvážených výrobkov.

Po analýze súčasného postavenia Slovenskej republiky vo svete a jej systému podpory exportu možno identifikovať nasledujúce problémy:

Tabuľka 6 Problémy slovenského exportu

Nízka pridaná hodnota exportu
Surovinový charakter značnej časti vývozu MSP
Silná zraniteľnosť výrobného sektora voči globálnym trendom
Únik mozgov migrujúcich pracovníkov aj študentov
Vysoké riziko automatizácie priemyselnej výroby
Nedostatočná úroveň inovácií, najnovších technológií v odvetviach
Nízka digitalizácia služieb pre vývozcov
Zastaraná online platforma pre exportérov
Znepokojujúca miera korupcie a politické rozpory
Tlak na ekonomickú diplomaciu
Regionálne rozdiely
Prítomnosť odrádzajúcich faktorov pre zahraničných investorov
Nedostatočne efektívne využívanie finančných prostriedkov EÚ
Pokles produktivity práce
Nevyužitý exportný potenciál
Rozdiely medzi vývozom TNC a tuzemských MSP
Nízka teritoriálna a komoditná diverzifikácia exportu

Zdroj: Vlastne spracovanie, 2024.

Ekonomika krajiny má duálny charakter, pozostáva z pobočiek nadnárodných korporácií, predovšetkým výrobcov automobilov a spotrebnej elektroniky, ktoré vstúpili na slovenský trh so sieťou vlastných dodávateľov; a tuzemských malých a stredných podnikov. Tieto dve skupiny sú úzko prepojené (MIRRI SR, 2021). Prevažná väčšina domácich podnikov je len dodávateľmi medziproduktov pre TNC v strojárskom sektore (Steinhauser a Boros, 2022). Zatiaľ čo podniky v ostatných odvetviach vyrábajú prevažne suroviny a polotovary, podiel vyvážaných výrobkov s vysokou pridanou hodnotou je medzi slovenskými podnikmi stále pomerne nízky. Takéto trendy neprispievajú k ekonomickej bezpečnosti krajiny, čo si vyžaduje formulovanie nových prístupov k organizácii exportných aktivít na úrovni jednotlivých odvetví národného hospodárstva.

Medzi krajinami EÚ patrí produktivita malých a stredných podnikov v Slovenskej republike k najnižším. Navyše od roku 2010 táto produktivita v krajine neustále klesá (OECD, 2021). To naznačuje, že súčasný model zvyšovania konkurencieschopnosti, ktorý bol v minulosti založený na dovoze moderných technológií a lacnej kvalifikovanej pracovnej sily, sa vyčerpal. Tempo rozvoja slovenskej ekonomiky sa výrazne spomalilo a v súčasnosti sa Slovensko nachádza na konci rebríčka krajín eurozóny. Nízka produktivita, spôsobená nedostatkom domácich technologických inovácií a kvality ľudského kapitálu, je hlavnou príčinou zaostávania Slovenskej republiky (MIRRI SR, 2021). A vysoká integrácia slovenského priemyslu do globálnych dodávateľských reťazcov vytvára zraniteľnosť voči globálnym šokom. Využívanie automatizovaných riešení a ekologický prechod zvýšia jeho produktivitu (OECD, 2024a), ale zároveň bez náležitého vzdelávania a zvyšovania kvalifikácie pracovníkov sa zvýši nezamestnanosť a tlak na rozpočet.

Kombinácia týchto faktorov podnecuje kvalifikovaných odborníkov a študentov (v roku 2021 pokračovalo v štúdiu v zahraničí viac ako 20 % slovenských absolventov stredných škôl, OECD, 2024) k hľadaniu kariérnych možností v zahraničí. A pokus o zvýšenie miezd by mohol brániť konkurencieschopnosti slovenského podnikateľského sektora orientovaného na vývoz. Preto je dôležité zabezpečiť rozvoj inovácií.

Podľa European innovation scoreboard je Slovensko spolu s Poľskom, Lotyšskom, Chorvátskom, Bulharskom a Rumunskom začínajúcimi (emerging) inovátormi (European Commission, 2023). Jeho efektivita v oblasti inovácií rastie nižším tempom, ako je priemer EÚ, takže rozdiel oproti ostatným krajinám sa zväčšuje. Medzi slabé stránky patria: mobilita ľudských zdrojov v oblasti vedy a technológií, výdavky na výskum a vývoj v podnikateľskom sektore, štátna podpora výskumu a vývoja, počet prihlášok do Medzinárodného patentového systému a výdavky na rizikový kapitál (Hollanders et al., 2023). Podľa štatistík z roku 2021 boli investície do informačných a komunikačných technológií a výskumu a vývoja oveľa nižšie ako v iných krajinách OECD a podniky zaostávali v zavádzaní moderných digitálnych nástrojov, ako sú cloud computing, umelá inteligencia alebo big data (OECD, 2024a). V súčasnosti je vládna podpora investícií do výskumu a vývoja v krajine nízka a založená najmä na daňových stimuloch, ktoré podľa odhadov využívajú najmä veľké nadnárodné spoločnosti (MF SR, 2023).

Okrem toho vysoká miera korupcie zostáva významnou prekážkou podnikateľského prostredia na Slovensku. Podľa indexu vnímania korupcie (OECD, 2024) sa krajina v roku 2023 ocitla na konci rebríčka, predbiehajúc len Maďarsko, Grécko a Poľsko spomedzi krajín EÚ. Medzi hlavné problémy patrí slabý protikorupčný rámec, chýbajúca konkrétna regulácia

lobingu, problémy v koordinácii medzi rôznymi orgánmi činnými v trestnom konaní, nízka nezávislosť súdництва a rozdielne politické názory obyvateľstva, ktoré ovplyvňujú zahraničnú ekonomiku chod štátu.

Navyše, nedávne zvýšenie korporátnych daní, nový mechanizmus povinnej starostlivosti o PZI a pomalé riešenie sporov sú faktory, ktoré môžu zhoršiť atraktivnosť slovenského trhu (Lloyds Bank, 2024). Ďalším problémom je pomalé čerpanie štrukturálnych fondov EÚ, veľký počet projektov, ktoré nie sú dostatočne pripravené na ich prilákanie, a nedostatky v efektívnosti verejných investícií: krajina málo investuje do vzdelávania, zdravotníctva a výskumu a vývoja. Okrem toho približne 53 % podnikov považuje slovenskú infraštruktúru za nedostatočne rozvinutú (OECD, 2024).

Taktiež sa krajina vyznačuje regionálnymi rozdielmi v oblasti rozvoja, infraštruktúry, financovania, inovácií, kvalifikovanej pracovnej sily, investícií atď. Podľa indexu národného podnikateľského kontextu NECI a GEM NES 2022 možno podnikateľské prostredie v krajine označiť „za mierne negatívne“, ktoré sa, žiaľ, vyvíja pomalšie ako priemer EÚ. Medzi negatívne faktory patria nedostatočné opatrenia na podporu technologických start-upov, uprednostňovanie a podpora podnikania vo vládných politikách, nedostatočne rozvinuté vládne programy na podporu podnikania, slabý Transfer V&V, byrokracia atď. (Kovačičová a kol., 2023)

3.3.1. Perspektívy diverzifikácie exportu Slovenskej republiky

Je tak dôležité vyvinúť spôsoby ďalšieho rozvoja mechanizmov inštitucionálnej podpory exportu s cieľom zvýšiť jeho pridanú hodnotu a diverzifikovať trhy. Existuje značný potenciál pre účinnejšie zhodnocovanie v súčasnosti vyvázaných surovín alebo polotovarov na výrobky s vyššou pridanou hodnotou, ako sú drevo, hliníkové zliatiny, profily, oceľové polotovary, celulóza atď (MIRRI SR, 2021).

Podľa údajov prílohy č. 8 môžeme vidieť, že najlepšimi možnosťami diverzifikácie exportu zo Slovenska sú airbagy, bezpečnostné pásy, vlnitý papier, testovacie vložky, zušľachtené medené drôty, časti lietadiel/vrtuľníkov/bezpilotných prostriedkov, piestové motory, okuliarové šošovky, detská výživa atď.

Na základe dopytu boli pre tieto výrobky vybrané nasledujúce perspektívne exportné destinácie, ktoré sú uvedené v tabuľke 7.

Tabuľka 7 Destinácie diverzifikácie exportu Slovenska

Tovar	Trhy s najvyšším potenciálnym dopytom po exporte zo Slovenska
Airbagy	USA, Nemecko, Čína, Mexiko, Japonsko
Bezpečnostné pásy	Nemecko, Čína, Španielsko, USA, Spojené kráľovstvo
Vlnitý papier	Čína, Taliansko, Poľsko, Nemecko, Francúzsko
Testovacie vložky	Poľsko, Čína, Taliansko, Nemecko, Francúzsko
Zušťachtené medené drôty	Taliansko, Česko, Nemecko, Rumunsko, Saudská Arábia
Časti lietadiel / vrtuľníkov / bezpilotných prostriedkov	USA, Francúzsko, Nemecko, Singapur, Čína
Piestové motory	Španielsko, Turecko, USA, Česko, Nemecko
Okuliarové šošovky	USA, Francúzsko, Nemecko, Kanada, Spojené kráľovstvo
Detská výživa	Čína, Saudská Arábia, Nemecko, Vietnam, RF
Kraftový papier	Nemecko, Indonézia, Čína, Turecko, Mexiko

Zdroj: Spracované podľa [21].

V tabuľke 7 môžeme sledovať, že najčastejšími trhmi, ktoré vykazujú najväčší dopyt po vybraných tovaroch, sú krajiny, s ktorými Slovensko ma už veľký obrat. Zároveň sú tam aj krajiny, do ktorých Slovenska republika malo exportuje a to predstavuje možnosti pre slovenských podnikov otvárať nove perspektívne trhy a posilňovať spoluprácu s nimi: Singapur, Vietnam, Indonézia, Mexiko, Japonsko, Saudská Arábia a Kanada.

Nerealizovaný exportný potenciál Slovenska v súčasnosti predstavuje 50 miliárd eur podľa Export Potential Map. Podľa údajov v prílohe č. 9 Nemecko vykazuje najväčší absolútny rozdiel medzi potenciálnym a skutočným exportom zo Slovenskej republiky z hľadiska hodnoty, čo vytvára priestor pre ďalší export v hodnote 7,2 mld. EUR. Ďalšími trhmi s najväčším potenciálom pre slovenský vývoz sú Česká republika (3,8 mld. EUR), Čína (3,8 mld. EUR), Poľsko (3,3 mld. EUR), Spojené štáty (3,1 mld. EUR), Francúzsko (2,7 mld. EUR), Maďarsko (2,6 mld. EUR), Taliansko (1,9 mld. EUR), Rakúsko (1,8 mld. EUR) a Spojené kráľovstvo (1,8 mld. EUR). Spomedzi tovarov majú najväčší nerealizovaný potenciál vývozu zo Slovenska do sveta vozidlá (12,9 mld. EUR), televízne prijímacie zariadenia (1,6 mld. EUR) a elektrina (1,5 mld. EUR). Práve po týchto tovaroch je zo Slovenska do týchto krajín najväčší dopyt. Diagram exportného potenciálu Slovenska podľa výrobkov je uvedený v prílohe č. 10.

²¹ ITC. *Export Potential Map* [online]. 2024. [cit.2024-04-07]. Dostupné na: <https://exportpotential.intracen.org/en/products/diversification?fromMarker=i&exporter=703&toMarker=w&market=w&whatMarker=k>

Keďže štruktúra exportu TNC a tuzemských spoločností je odlišná, je vhodné vymedziť sektor strojov a elektroniky od ostatných tovarových skupín. To nám umožní identifikovať perspektívne oblasti pre slovenské podniky. Podľa prílohy č. 11 najväčší nevyužitý potenciál majú časti sedadiel (774 mil. EUR), pneumatiky (543 mil. EUR), výrobky zo železa alebo ocele (302 mil. EUR), nerafinovaná meď (407 mil. EUR), výrobky z plastov (252 mil. EUR), nespracované zliatiny hliníka (361 mil. EUR), ploché výrobky zo železa alebo nelegovanej ocele (202 mil. EUR) a lieky (338 mil. EUR).

Na základe dopytu, vzdialenosti, cieľ a podmienok prístupu na trh boli pre tieto výrobky vybrané nasledujúce perspektívne exportné destinácie:

Tabuľka 8 Exportný potenciál SR s vylúčením elektroniky a automobilového priemyslu

Tovar	Trhy s najväčším potenciálom pre export zo Slovenska	Trh s najvyšším potenciálnym dopytom
Časti sedadiel	Česko, Nemecko, Maďarsko, Poľsko a Francúzsko	Nemecko
Pneumatiky	Nemecko, USA, Francúzsko, Poľsko a Česko	USA
Výrobky zo železa alebo ocele	Nemecko, Česko, Francúzsko, Poľsko a Rakúsko	USA
Nerafinovaná meď	Rakúsko, Čína, Nemecko, Belgicko a Poľsko	Čína
Plastové výrobky	Nemecko, Česko, Francúzsko, Poľsko a Čína	USA
Nespracované hliníkové zliatiny	Nemecko, Poľsko, Maďarsko, Česko a Rakúsko	Nemecko
Ploché výrobky zo železa alebo nelegovanej ocele	Maďarsko, Poľsko, Česko, Taliansko a USA	USA
Lieky	Nemecko, USA, Švajčiarsko, Česko a Čína	USA

Zdroj: Spracované podľa [22].

V dnešných podmienkach sú potrebné jasné kroky na vytvorenie účinného modelu inštitucionálnej podpory zo strany štátu. Identifikované hlavné problémy súčasného vývoja slovenského exportu, na ktoré by sa malo zamerať úsilie vlády, môžu slúžiť aj na vypracovanie odporúčaní na zlepšenie súčasného modelu podpory exportu v SR.

²² ITC. *Export Potential Map* [online]. 2024. [cit.2024-04-07]. Dostupné na: <https://exportpotential.intracen.org/en/products/tree-map?fromMarker=i&exporter=703&toMarker=w&market=w&whatMarker=k>

3.4 Odporúčania pre inštitucionálnu podporu zahraničného obchodu v SR na základe alternatívnych modelov inštitucionálnej podpory

V dôsledku špecifických podmienok má každý štát osobitný prístup k podpore exportu. Pri výbere krajín za účelom identifikácie modelov inštitucionálnej podpory obchodu, ktoré by mohli byť užitočné pre zlepšenie existujúceho slovenského modelu, bolo cieľom uviesť rôzne (pozitívne) príklady. Preto sa v práci uvádza prehľad modelov inštitucionálnej podpory obchodu v Dánsku, Nemecku, Singapure a Južnej Kórei.

Dané krajiny boli vybrané vzhľadom na ich vysoký objem exportu, hospodársky rozvoj a efektívnosť proexportných politík. Úspešné skúsenosti Dánska v propagácii exportu, svetové prvenstvo Nemecka v obchode a inovatívne metódy podpory národného biznisu v Singapure a Južnej Kórei pomôžu identifikovať najefektívnejšie prístupy k stimulovaniu exportu Slovenskej republiky.

Tabuľka 9 Modely podpory exportu vo vybraných krajinách

	Dánsko	Nemecko	Singapur	Južná Kórea
<i>Strategické dokumenty na podporu exportu</i>				
<i>Stratégia exportu</i>	+	+	+	+
<i>Zodpovednosť za stratégiu vývozu</i>	Ministerstvo zahraničných vecí	Ministerstvo hospodárstva a klímy	Ministerstvo obchodu a priemyslu	Ministerstvo obchodu, priemyslu a energetiky
<i>Prispievatelia k stratégii vývozu</i>	Poradný výbor pri Rade pre obchod	GTAI, AHK, IHK, zahraničné misie	Singapurská rada pre hospodársky rozvoj	KOTRA, KOSME
<i>Zameranie podpory exportu</i>				
<i>Cieľové trhy</i>	Ázia a USA	Celosvetové zameranie	Čína, USA, Malajzia, EÚ	Čína, USA, EÚ a Japonsko
<i>Hlavné oblasti zamerania / odvetvia</i>	životné prostredie a vodné technológie, energia, zdravotníctvo, potravinárstvo a poľnohospodárstvo, urbanistické riešenia a digitalizácia	energetika, environmentálne technológie, zdravotníctvo, technológie civilnej bezpečnosti	čisté technológie, finančné a poisťovacie služby, digitalizácia technické poradenstvo, priemyselný dizajn, vzdelávanie, zdravotníctvo, iné služby	inteligentné poľnohospodárstvo, inteligentné rybne farmy, digitálna a zelená energetická infraštruktúra a inteligentné dopravné systémy
<i>Koordinácia podpory exportu</i>				
<i>Kľúčoví aktéri</i>	Rada pre obchod, zastúpenia, Inovačné centrá, Vaeksthus	GTAI, AHK, zahraničné misie	Enterprise Singapore	KOTRA
<i>Eximbanka</i>	Denmark's Export and Investment Fund (EIFO)	Euler Hermes Aktiengesellschaft	—	KEXIM
<i>Iné štátne aktéri</i>	Invest-in Dánsko, DANIDA, marketingové konzorciá, národné klastre	Regionálne inštitúcie	Singapurská podnikateľská federácia, priemyselné združenia a organizácie na podporu obchodu	Korea Small & Medium Business Corporation and Startups Agency
<i>Výskumné a vývojové centrá</i>	Poradný výbor pri Rade pre obchod	Platforma Industrie 4.0		KIEP, KIET, KDS, KERI, KREI, KRISS
<i>Mimovládne organizácie</i>	Dansk Industri	IHK		Kórejská medzinárodná asociácia obchodníkov

Zdroje: Spracované podľa [23], [24], [25], [26], [27].

²³ RANNIKKO, H. - LAHTINEN, H. *Study on best practices on national export promotion activities* [elektronický zdroj]. European Economic and Social Committee, 2018, 50 s. [cit. 2023-12-09]. ISBN 978-92-830-4171-9. Dostupné na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-03-18-141-en-n.pdf>

²⁴ FRONTIER ECONOMICS. *Comparative Review of Trade Promotion Organisations – Phase 1 Report* [elektronický zdroj]. 2022, 174 s. [cit.2023-12-08]. Dostupné na: <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6304df45e90e0729dd8bb3c5/comparative-review-of-trade-promotion-organisations-phase-1-report.pdf>

²⁵ WTO. *Trade Policy Review: Singapore* [elektronický zdroj]. 2021, 132 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/TPR/S413R1.pdf&Open=True>

²⁶ LEE, J.-H. - LEE, A. - LEE Ap. *Non-refundable and co-financing instruments: Promoting export innovation among SMEs in the Republic of Korea* [elektronický zdroj]. ECLAC 2018, 63 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ab3e3a89-801f-45bf-9ac0-fa5891399f45/content>

²⁷ WTO. *Trade Policy Review: Republic of Korea* [elektronický zdroj]. 2021, 229 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: https://www.wto.org/english/tratop_e/tptr_e/s414_sum_e.pdf

Údaje o modeloch podpory vývozu týchto krajín sú uvedené v tabuľke 9. Rozoberieme si každý z nich podrobnejšie.

Dánsko je dobrým príkladom malej inovatívnej krajiny a jedným z inovačných lídrov v EÚ a vo svete. Krajina začala posilňovať koordináciu svojej činnosti na podporu vývozu od roku 2000 vytvorením jednotnej štruktúry propagácie exportu. Vďaka rozsiahlemu procesu reštrukturalizácie sú teraz všetci kľúčoví aktéri zapojení do dánskej podpory exportu, spolupráce v oblasti rozvoja a investičných aktivít súčasťou integrovanej štruktúry.

Ministerstvo zahraničných vecí krajiny je zodpovedné za vývoznú politiku. Pod jeho vedením sú Rada pre obchod, Invest-in Denmark, DANIDA a veľvyslanectvá, ktoré zodpovedajú za plánovanie, realizáciu a monitorovanie dánskej podpory exportu. Taktiež sú Dánske inovačné centrá (ICDK, 2023) určené na stimuláciu výmeny poznatkov, generovania nápadov a komercializácie inovácií. Poradný výbor Rady pre obchod je fórum odborníkov zo spoločností, univerzít, iných organizácií a ministerstiev, ktorí poskytujú rady a informácie o tom, ako môže Dánsko čo najlepšie využiť príležitosti na medzinárodných trhoch. Podpora vývozu sa uskutočňuje aj na regionálnej úrovni prostredníctvom šiestich regionálnych centier rozvoja podnikania (Vaeksthus) v Dánsku, ktoré zodpovedajú za polozenie základov exportu (Trade Council, 2023), zatiaľ čo 13 národných klastrov zastupuje obchodné a technologické oblasti a vytvárajú most medzi znalostnými inštitúciami a perspektívnymi dánskymi podnikmi s cieľom posilniť inovácie (Cluster Excellence Denmark, 2024). Verejno-súkromné marketingové konzorciá Food Nation, Creative Denmark, State of Green, HealthcareDenmark a Digital Hub Denmark pracujú na zabezpečení medzinárodného zviditeľnenia dánskych výrobkov a riešení.

Hlavné ciele dánskej stratégie v oblasti ekonomickej diplomacie sú zabezpečiť silné dánske hospodárstvo, zvýšiť počet pracovných miest v krajine v súlade s jej ambíciami pre globálnu ekologickú, digitálnu a sociálne udržateľnú globálnu transformáciu a spravodlivejší svet, ktorý sa vyznačuje dobrými a dôstojnými pracovnými podmienkami vo všetkých oblastiach. Tieto ambície zdieľa s dánskou podnikateľskou komunitou a odborovým hnutím. Zameranie dánskych podnikov presahuje jednoduché dosahovanie hospodárskych ziskov. Preberajú zodpovednosť za pozitívne zmeny vo svete prostredníctvom udržateľného vývozu a sociálne zodpovedných obchodných modelov (Trade Council, 2022).

Vzhľadom na silné postavenie Dánska v oblastiach, ako sú čisté technológie, životné prostredie, energetika, udržateľné potraviny a agrotechnológie, zdravotníctvo, technológie a digitalizácia, ako aj obrana a námorníctvo, má krajina dobré predpoklady na to, aby prostredníctvom podpory súkromného sektora významne prispela ku globálnym výzvam. Dánsko má strategické partnerstvá s Indiou, Južnou Kóreou, Indonéziou, Čínou, Japonskom a Mexikom, ako aj strategické vývozné iniciatívy súvisiace s fondmi EÚ na oživenie hospodárstva a ekologickým prechodom USA (Trade Council, 2022).

Zahraničný vývoz je pre nemecké hospodárstvo dôležitý: každé štvrté pracovné miesto priamo alebo nepriamo závisí od vývozu. Podľa Intracen **Nemecko** je tretím najväčším exportérom na svete s hodnotou vývozu 1,5 bilióna eur v roku 2022²⁸ (50 % HDP).²⁹ Úspech nemeckého podnikania je založený na malých a stredných podnikoch, ktoré tvoria viac ako 99 % všetkých firiem v Nemecku. Tieto podniky tvoria viac ako polovicu našej hospodárskej produkcie a takmer 60 % pracovných miest (BMWK, 2023c). Vďaka kvalitnej inštitucionálnej organizácii dosiahli malé a stredné podniky od roku 2000 48,8 % nárast svojho podielu na exportnom obrate krajiny (BMWK, 2023b).

Zodpovednosť za podporu exportu je rozdelená medzi verejným a súkromným sektorom (Rannikko a Lahtinen, 2018). Ministerstvo hospodárstva a klímy zodpovedá za tvorbu obchodnej politiky. Hlavne národné sieťové centrum Germany Trade and Invest (GTAI) podporuje domáce spoločnosti pri presadzovaní sa na zahraničných trhoch, propaguje Nemecko ako miesto podnikania a pomáha zahraničným spoločnostiam rozvíjať sa vnútri Nemecka (GTAI, 2024). Nemecká obchodná komora v zahraničí (AHK, 2023) zastupuje záujmy nemeckých podnikov v 93 krajinách a poskytuje poradenstvo a konzultácie záujemcom o rozšírenie ich obchodných aktivít. Prostredníctvom 79 nemeckých priemyselných a obchodných komôr (IHK) a GTAI pôsobia ako dôležitý spojovací článok medzi miestnou alebo regionálnou úrovňou a medzinárodnou úrovňou. V krajinách, kde nie je ich zastúpenie, sú dôležitú úlohu spĺňajú zahraničné misie.

Federálna vláda podporuje vývoj a transfer klimaticky priaznivých a efektívnych high-tech výrobkov prostredníctvom iniciatív v oblasti podpory exportu. Klimatická stratégia na podporu zahraničného obchodu v záujme dekarbonizácie a udržateľného rozvoja

²⁸ ITC. *List of exporters in 2022* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

²⁹ WB. *Exports of goods and services (% of GDP) - Germany* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=DE>

významne prispieva k ochrane klímy (Exportkreditgarantien.de, 2023a). To zahŕňa postupné ukončenie využívania fosílnych palív a zameranie sa na „zelené“ technológie: hospodárenie s vodou a odpadovými vodami, nakladanie s odpadom/surovinami, environmentálne riadenie a udržateľná spotreba, ekologické riešenia v oblasti dopravy, udržateľný mestský a regionálny rozvoj, ekologické technológie využívajúce vodík a palivové články, inovatívne prierezové technológie (Exportkreditgarantien.de, 2023b).

Singapur je dôležitým hospodárskym centrom v juhovýchodnej Ázii. Podľa ratingu svetovej konkurencieschopnosti je Singapur v roku 2023 štvrtou najkonkurencieschopnejšou ekonomikou (IMD, 2023). Krajina rýchlo reaguje na zmeny vo svetovom hospodárstve a obchode a prijíma vhodné opatrenia na podporu exportérov. Digitalizácia vládnych operácií v Singapure je na veľmi vysokej úrovni a colné konanie je bezpapierovým a automatizovaným procesom, čo podnikom šetrí čas, pracovné a materiálne zdroje.

Ministerstvo obchodu a priemyslu je zodpovedné za formulovanie celkovej obchodnej politiky, do realizácie obchodnej ktorej sa môžu zapojiť aj Ministerstvo financií a Ministerstvo národného rozvoja (Shanghai International Shipping Institute, 2014). Singapurská rada pre hospodársky rozvoj (EDB) je zodpovedná za stratégie posilňujúce postavenie Singapuru ako globálneho centra podnikania, inovácií a talentov a poskytuje obchodné informácie, kontakty s obchodnými partnermi, budovanie kapacít a pomoc podnikom mimo Singapuru (EDB SG, 2023). Enterprise Singapore (ES) je hlavný štátny orgán na podporu ponúka programy a podporu, ktoré zodpovedajú štádiu rozvoja spoločnosti, odvetviu a zahraničným trhom, o ktoré má podnik záujem. Singapurská podnikateľská federácia je podnikateľskou komorou, ktorá obhajuje záujmy podnikateľskej komunity v oblasti obchodu, investícií a priemyselných vzťahov (Singapore Business Federation, 2023). Financovanie exportu je populárne prostredníctvom inštitúcií súkromného sektora (UN, 2023).

V rámci stratégie Trade 2030, ktorú predstavilo Ministerstvo obchodu a priemyslu, sa podpora biznisu zameria na rozvoj potenciálu národných podnikov, digitalizáciu, zvyšovanie kvalifikácie pracovnej sily a knowledge transfer, aby si podniky mohli vytvoriť konkurenčnú výhodu a dosiahnuť udržateľný dlhodobý rast. Plánuje sa rozšíriť svoje programy Advanced Digital Solutions a Grow Digital s cieľom pomôcť podnikom zlepšiť prevádzkovú efektívnosť a prijímať lepšie obchodné rozhodnutia pomocou umelej inteligencie a cloudových technológií. Taktiež vytvorenie nových programov, ako napríklad Productivity Solutions Grant, Singapore Global Executive atď (MTI SG, 2022).

Južná Kórea je krajina s rýchlo sa rozvíjajúcou ekonomikou, ktorá zaviedla mnoho inovatívnych prístupov k svojej exportnej stratégii. Nástroje a programy na podporu obchodu poskytuje najmä verejný sektor. Skúsenosti juhokórejskej proexportnej ekonomiky sú pre Slovensko jedným z najdôležitejších príkladov. Hospodársky rast je založený na zvyšovaní rozsahu výroby neustálym zdokonaľovaním výrobných procesov prostredníctvom vedecko-technického pokroku. Neoddeliteľnou súčasťou ekonomického úspechu je vzdelaná a kvalifikovaná pracovná sila.

Ministerstvo obchodu, priemyslu a energetiky zohráva kľúčovú úlohu pri formulovaní a realizácii štátnej obchodnej a priemyselnej politiky. Kórejská agentúra na propagáciu obchodu a investícií (KOTRA, 2023a) podporuje malé a stredné podniky rozširovaním ich obchodných znalostí, znižujúc ich náklady na vstup na medzinárodné trhy. Korea Small & Medium Business Corporation and Startups Agency (KOSME, 2023) implementuje štátne politiky a programy pre zdravý rast a rozvoj kórejských malých a stredných podnikov a startupov. Kórejská Eximbanka (KEXIM) poskytuje komplexné exportné úvery a projektové financovanie na podporu kórejských spoločností v medzinárodnom podnikaní.

Dôležitú úlohu pri formovaní kórejskej obchodnej politiky (The Research Council Of Norway, 2019) zohrávajú štátne výskumné centrá, ktoré sa zaoberajú analýzou bilaterálnych a multilaterálnych politík, najmä analytické centrá, ako je Kórejský inštitút pre medzinárodnú hospodársku politiku (KIEP), Kórejský inštitút priemyselnej ekonomiky a obchodu (KIET), Kórejský rozvojový inštitút (KDS), Kórejský inštitút ekonomického výskumu (KERI), Kórejský inštitút vidieckej ekonomiky (KREI), Kórejský výskumný inštitút štandardov a vedy (KRISS) a Kórejský inštitút vedy a technológie (KIST).

Osobitý dôraz sa v kórejskej obchodnej politike kladie na malé a stredné podniky a inovácie. V súlade s kórejským New Deal sa zdôraznila úloha IKT ako dôležitého politického nástroja na podporu rozvoja rôznych odvetví a dosiahnutie cieľov ochrany životného prostredia. V dôsledku toho sa zvýšili verejné investície, najmä do inteligentného poľnohospodárstva, inteligentných rybných fariem, digitálnej a zelenej energetickej infraštruktúry a inteligentných dopravných systémov. Okrem toho sa kórejská iniciatíva New Deal 2020 zameriava na vytváranie pracovných miest a zvyšovanie konkurencieschopnosti výrobného sektora prostredníctvom zvýšenia verejných investícií do digitálnej a zelenej energetickej infraštruktúry (WTO, 2021).

Čína, Spojené štáty, Európska únia a Japonsko zostávajú jej hlavnými obchodnými partnermi. Kórejská vláda aktívne využíva informačné a komunikačné technológie na uľahčenie zdĺhavých postupov medzinárodného obchodu, ako je napríklad colné odbavenie, a pokračuje v zlepšovaní existujúceho systému elektronického obchodovania v krajine, ktorý sa dá využiť vo všetkých fázach vývozu, od rokovaní medzi firmami až po logistiku a colné postupy (UN, 2023). To prispieva k rozšíreniu prístupu na nové trhy znížením transakčných nákladov a zrýchlením komunikácie.

Každá krajina má k dispozícii širokú škálu nástrojov na podporu vývozu. Tieto nástroje poskytujú prevažne štátne subjekty. Väčšina služieb má nefinančný charakter. Informačné a poradenské služby sa delia na platené a bezplatné. Posledné poskytujú dost' základné informácie, ale pomáhajú určiť ďalšie opatrenia. Napríklad v Dánsku môže spoločnosť absolvovať online test na overenie svojej pripravenosti na vývoz. Test pozostáva zo série otázok o výrobku, trhu a stratégii a na základe odpovedí sa vyhodnotí, aké iniciatívy by mala spoločnosť podniknúť. Využívanie platených poradenských služieb sa uvádza ako účinný prvok vo všetkých štyroch analyzovaných členských štátoch. Dane služby a projekty sú vždy prispôbené potrebám spoločnosti. Rozvoj programov na podporu exportu má tiež pozitívny vplyv na aktivity podnikov, ktoré majú zámer rozvíjať sa na zahraničných trhoch.

Nástroje podpory exportu vo vybraných krajinách sú predstavené v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 10 Nástroje podpory exportu vo vybraných krajinách

Dánsko	Online testovanie pripravenosti spoločnosti na export, odporúčania a poradenstvo v oblasti rastu na medzinárodných trhoch, vyhľadávanie nových obchodných partnerov, finančných a obchodných príležitostí, stretnutia, semináre a iné networkingové podujatia na podporu exportu, prístup do medzinárodných ekosystémov a kontakty s kľúčovými hráčmi, informácie o colných a exportných podmienkach na zahraničných trhoch, nábor pracovníkov, vyhľadávanie zákazníkov a nadviazovanie kontaktov s osobami s najvyššou rozhodovacou právomocou, pomoc pri organizácii a účasti na veľtrhoch a obchodných výstavách, exportné sparingy, subvencovaný export, koučovací program
	Dotovaný program VITUS, program GROW, program Green Business Partnership
	Štátne záruky úveru
	Spoločná podpora exportu
Nemecko	Predbežná trhová preverka alebo prieskum trhu, poskytovanie právnych informácií týkajúcich sa daní, colného odbavenia na zahraničných trhoch, propagácia imidžu krajiny pod značkou Made in Germany, zahraničné misie na rozšírenie kontaktov v prijímajúcich krajinách, organizovanie konferencií na veľvyslanectvách, poskytovanie informácií o aktuálnom vývoji v globálnom prostredí alebo o tendroch, náborové služby, vyhľadávanie zamestnancov, lobistické aktivity na nadviazanie kontaktov s tlačou alebo kontaktov s politikmi, zverejňovanie rôznych prípadových štúdií, organizácia novinárskych alebo marketingových podujatí, účasť na veľtrhoch a výstavách v zahraničí, čiastočné pokrytie nákladov na spoločný výstavný stánok
	Program rozvoja trhu, vývozné iniciatívy a programy rozvoja pre MSP
	Exportné úvery a záruky, ktoré možno použiť na poistenie vývozných operácií proti ekonomickým a politickým rizikám Euler Hermes Aktiengesellschaft, produkty AKA Bank, KfW-IPEX a DEG-Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft m.b.H.
	Podpora pri realizácii medzinárodných verejných súťaží
Singapur	Poradenské služby, prístup k informačným zdrojom, semináre, školenia, workshopy na podporu úsilia spoločností o internacionalizáciu, vytváranie väzieb medzi kórejskými podnikmi a globálnou obchodnou komunitou, organizovanie výstav
	Global Trader Programme, Advanced Digital Solutions, Grow Digital, Productivity Solutions Grant, Singapore Global Executive
	Granty, daňové úľavy, poistenie obchodných úverov, financovanie vývozu, exportný faktoring
	Zóny voľného obchodu
Južná Kórea	Informácie o obchodných praktikách, kultúre a podmienkach na trhu, sprostredkovanie obchodných kontaktov, vyhľadávanie klientov a partnerov, organizovanie veľtrhov v Kórei a v zahraničí, poradenské služby v oblasti exportu, organizovanie ciest kórejských vývozcov do zahraničia s cieľom preskúmať svetové trhy, zoznámenie zahraničných dovozcov s najvhodnejšími obchodnými partnermi v Kórei, organizovanie obchodných stretnutí, zhromažďovanie informácií o kórejských výrobcov a dodávateľoch, konzultácie, školenia pre podnikateľov, organizovanie obchodných delegácií, exportných konferencií, informačné služby týkajúce sa obchodných príležitostí v zahraničí, štúdium na Kórejskej obchodnej akadémii, využívanie výskumných centier na podporu priemyselnej konkurencieschopnosti a praktické poradenstvo pri vytváraní globálnych stratégií riadenia pre spoločnosti
	Programy globálnej spolupráce
	Financovanie malých a stredných podnikov a startupov na rozšírenie ich činnosti, výrobu nových produktov a transformáciu ich obchodných štruktúr, exportné úvery, financovanie obchodu a záručné programy, investičné úvery, úvery na rozvoj prírodných zdrojov, dovozné úvery
	Elektronická obchodná platforma B2B, portál Buy Korean

Zdroje: Spracované podľa [30], [31], [32], [33], [34].

³⁰ RANNIKKO, H. - LAHTINEN, H. *Study on best practices on national export promotion activities* [elektronický zdroj]. European Economic and Social Committee, 2018, 50 s. [cit. 2023-12-09]. ISBN 978-92-830-4171-9. Dostupné na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-03-18-141-en-n.pdf>

³¹ FRONTIER ECONOMICS. *Comparative Review of Trade Promotion Organisations – Phase I Report* [elektronický zdroj]. 2022, 174 s. [cit.2023-12-08]. Dostupné na: <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6304df45e90e0729dd8bb3c5/comparative-review-of-trade-promotion-organisations-phase-1-report.pdf>

³² WTO. *Trade Policy Review: Singapore* [elektronický zdroj]. 2021, 132 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/TPR/S413R1.pdf&Open=True>

³³ LEE, J.-H. - LEE, A.I. - LEE Ap. *Non-refundable and co-financing instruments: Promoting export innovation among SMEs in the Republic of Korea* [elektronický zdroj]. ECLAC 2018, 63 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ab3e3a89-801f-45bf-9ac0-fa5891399f45/content>

³⁴ WTO. *Trade Policy Review: Republic of Korea* [elektronický zdroj]. 2021, 229 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: https://www.wto.org/english/tratop_e/tptr_e/s414_sum_e.pdf

V tabuľke 10 sú predstavené aj najúspešnejšie programy na podporu exportu. GROW poskytuje prístup k exportnému poradenstvu na dánskych veľvyslanectvách a obchodných misiách, analýzu trhu a konkurencie, vyhľadávanie partnerov, prístup k financiám, rozvoj podnikateľských inovácií atď. Program VITUS sa zameriava na malé a stredné dánske spoločnosti s mimoriadne vysokým potenciálom medzinárodného rastu, ktoré už majú na trhu overený produkt. Súčasťou programu je vypracovanie a realizácia vývozejnej stratégie. V Nemecku zainteresované spoločnosti môžu využiť ponuky, ako sú Program rozvoja trhu (MEP), Iniciatíva pre export v oblasti zdravotníctva a Sprievodca podnikaním v Afrike. Singapurský program Global Trader poskytuje zníženú sadzbu dane z príjmu právnických osôb vo výške 5-10 % na príjmy z medzinárodného obchodu počas 3-5 rokov (WTO, 2021).

Príkladom dobrej iniciatívy na posilnenie vzťahov spolupráce a podpory podnikov v rámci rôznych vládnych agentúr je dánska spoločná verejná platforma virksomhedsguiden.dk, ktorá bola vytvorená s cieľom pomôcť podnikom získať lepší prehľad a ľahší prístup k nástrojom a radám, ako sa internacionalizovať na medzinárodnom trhu (Trade Council, 2022). Ďalším úspešným príkladom sú inovačné tábory v dánskych inovačných centrách nachádzajúcich sa v Silicon Valley, Bostone, Soule, Šanghaji, Naí Dillí/Bangalúre, Tel Avive a Mníchove, ktorých cieľom je zvýšiť inovácie a konkurencieschopnosť malých a stredných podnikov a začínajúcich podnikov, ako aj ich viditeľnosť pre medzinárodných partnerov. Na posledný cieľ sa využíva aj digitálny zborník Top Global Tech Trends, ktorý opisuje globálne technologické trendy a nové oblasti, ktoré priťahujú pozornosť dánskych spoločností na svetových trhoch.

Podpora v Nemecku je zameraná na malé a stredné podniky vo všetkých odvetviach. Exportné iniciatívy sú zamerané na perspektívne odvetvia, ako sú energetika, environmentálne technológie, zdravotníctvo a civilná bezpečnosť. Exportný sprievodca GTAI, portál zahraničného obchodu, sa neustále zdokonaľuje a aktualizuje. Federálne záruky za exportné úvery sú kľúčovým nástrojom na posilnenie nemeckého podnikania v zahraničí. Nemecké skúsenosti ukázali, že financovanie transakcií s hodnotou zákazky nižšou ako 10 miliónov EUR nie je účinná a bola zmenená na forfaiting (BMWK, 2023a).

Taktiež na podporu exportu Singapur zriadil 9 „zón voľného obchodu“ pri prístavoch a letiskách, ktoré poskytujú bezcolné zľavy a pohodlné logistické služby pre tovary z celého sveta, ktoré môžu vstúpiť a opustiť Singapur (Shanghai International Shipping Institute, 2023). Ďalším užitočným nástrojom proexportnej politiky je elektronická obchodná

platforma B2B, portál Buy Korean, kde majú dovozcovia možnosť oboznámiť sa s denne aktualizovanými ponukami kórejského tovaru a služieb na vývoz, ako aj ich nákup s možnosťou sledovať stav dodávky v reálnom čase (KOTRA, 2023b).

Okrem vyššie uvedenej podpory sa spoločnosti môžu spoliehať aj na verejný sektor v oblasti záruk za vývozné úvery. Záruky a iné podporné nástroje pomáhajú dánskym spoločnostiam začať vyvážať, ako aj zvyšovať vývoz spoločností, ktoré sa už zúčastňujú na medzinárodnom obchode. Na realizáciu mechanizmov a nástrojov finančnej podpory exportných aktivít boli vo svetovej praxi vytvorené špecializované finančné štruktúry v podobe exportných úverových agentúr, exportno-importných bánk, poisťovacích agentúr, združení pre poistenie zahraničných úverov.

Na posilnenie obchodu a investícií sa analyzované krajiny snažia diverzifikovať väzby s nadnárodnými inštitúciami, zintenzívniť obchodné vzťahy, vytvoriť väčšiu bilaterálnu a multilaterálnu spoluprácu s cieľom znížiť obchodné bariéry.

Skúsenosti Singapuru s budovaním digitálnej infraštruktúry sú príkladom pre uľahčenie obchodu. Hlavnými administratívnymi platformami pre obchod sú: TradeNet, PortNet, Marinet a Cargo Community Network. Tieto siete spájajú údaje z rôznych vládnych agentúr, dopravných správ, logistických spoločností a iných do jedného systému (Singapore Customs, 2023).

Analyzované krajiny sa zameriavajú na úlohu MSP, takže väčšina služieb a programov je zameraná na ich rozvoj a môže byť dotovaná. MSP, ktoré si prajú rozšíriť svoje podnikanie prostredníctvom exportu, môžu požiadať zastupiteľské úrady a získať dotácie na poradenstvo a pomoc v oblasti exportných trhov. Napríklad exportný koučing a sparring je určený pre MSP s obmedzenými skúsenosťami s vývozom alebo bez nich, ktoré spĺňajú určité kritériá dotácie. Tento kurz pripravuje podnik na vstup na vývozné trhy analýzou vnútorných a vonkajších faktorov.

Na základe skúseností vybraných krajín kľúčom k zabezpečeniu účinnosti proexportnej politiky je informovanosť podnikateľských subjektov o službách, ktoré poskytujú organizácie na podporu exportu, a naopak. Z pohľadu podnikateľských subjektov to znamenalo, že podniky nie vždy vedeli o dostupných nástrojoch, ktoré by im pomohli pri začatí medzinárodného podnikania. Navyše skúsenosti analyzovaných inštitúcií ukazujú, že niekedy nevedeli ani o samotných podnikoch, ktoré boli ochotné a pripravené na medzinárodnú činnosť. Na riešenie tohto problému Dánska obchodná rada vymenovala experta pre každý región v pilotnom projekte a na podporu tejto praxe bola podpísaná zmluva o spolupráci.

Takisto sme zistili, že všeobecná povaha cieľov inštitúcií na podporu exportu a nedostatok ukazovateľov je prekážkou pri hodnotení efektívnosti vládnych výdavkov na podporu exportu. Okrem toho je potrebné viac pozornosti venovať malým a stredným podnikom a zvýšiť počet bezplatných poradenských služieb, aby prilákal viac spoločností.

S ohľadom na uvedené skúsenosti vybraných krajín možno formulovať nasledujúce zásady pre rozvoj úspešnej proexportnej politiky:

- stanovenie jasných cieľov s dosiahnuteľnými míľnikmi;
- posilnenie postavenia agentúr a organizácií;
- dodržiavanie konzistentnej politiky;
- začlenenie „najlepších skúseností“ z iných krajín;
- zvyšovanie povedomia o dostupných nástrojoch;
- implementácia štátnych elektronických služieb v oblasti obchodu;
- vytvorenie priaznivého prostredia pre vznik spoločností v oblasti IKT.

Možnosti zlepšenia inštitucionálnej podpory na Slovensku by mohli zahŕňať nasledujúce odporúčania, ktoré sú predstavené v tabuľke 11.

Tabuľka 11 Odporúčania pre zlepšenie inštitucionálnej podpory v SR

Podpora exportu by mala byť rovnomerne rozdelená medzi regióny a zároveň by nemala byť obmedzujúca pre veľké mestá
Implementácia nových bezplatných a platených služieb
Koordinácia činností inštitucionálnych subjektov a súkromných organizácií prostredníctvom prepojavacieho centra
Legislatívne prostredie pre podporu vývozu a podnikania
Klastrové organizácie a univerzity pre rozvoj regionálneho podnikateľského ekosystému
Zameranie podpory na tuzemské MSP namiesto veľkých spoločností
Stimulovanie spolupráce medzi veľkými spoločnosťami a MSP v oblasti výskumu a vývoja
Teritoriálna a komoditná diverzifikácia slovenského exportu
Zvyšovanie informovanosti o podporných nástrojoch a programoch
Zvýšenie počtu kancelárií zahraničného obchodu v zahraničí
Zlepšenie finančných nástrojov pre MSP a startupy
Zlepšenie ochrany práv duševného vlastníctva a informovanosti MSP
Zvyšovanie pridanej hodnoty exportovaných tovarov domácimi výrobcami
Digitalizácia služieb pre exportérov
Riešenie niektorých nedostatkov v oblasti dopravnej a digitálnej infraštruktúry
Podpora inovácií v podnikateľskom sektore
Hľadanie rozvoja v nových „zelených“ odvetviach ekonomiky
Rozšírenie programu rekvalifikácie na trhu práce
Stimulovanie dovozu high-tech výrobkov
Zdokonalenie rozdeľovania finančných prostriedkov EÚ na rozvoj malých a stredných podnikov

Zdroj: Vlastne spracovanie, 2024.

Podľa navrhovaných odporúčaní je potrebné opísať možné opatrenia na ich realizáciu.

Na podporu rozvoja v regiónoch, ktoré ekonomicky zaostávajú, sú potrebné silnejšie MSP. Tam, kde je silné a zdravé podnikanie, môžu regióny účinnejšie reagovať na požiadavky a trendy trhu. Na regionálnej úrovni je potrebný súbor opatrení, ktoré môžu zlepšiť podmienky pre podnikanie a rozvoj MSP v celej krajine.

Okrem nasmerovania zdrojov do už perspektívnych odvetví, najmä tých s vyššou pridanou hodnotou, je potrebné nasmerovať investície a podporné opatrenia aj do menej rozvinutých regiónov s vysokou nezamestnanosťou s cieľom vyrovnať rozvoj v celej krajine.

Jednou z požiadaviek na zvýšenie produktivity startupov a MSP v slabších regiónoch je zabezpečiť prístup k financiám, podnikateľskému poradenstvu a co-workingovým priestorom, podnikateľským inkubátorom a zlepšiť finančné vzdelávanie obyvateľstva prostredníctvom vhodných vzdelávacích iniciatív. Univerzity môžu prevziať úlohu poskytovať podnikateľské vzdelávanie, podporu absolventom vo forme stáží, poradenstvo v oblasti inovácií a podporu regionálnym MSP. S politickou podporou na rozvoj súdržného riadenia a stratégie sa môžu regionálne klastrové organizácie stať centrom miestnych iniciatív pre rozvoj MSP, rozvíjať priemyselné zručnosti, vytvárať inovačné projekty, nové miestne centrá odborných znalostí a technologického rozvoja a vykonávať spoločný marketing a budovanie značky.

Vzhľadom na vysoké riziko automatizácie výroby je potrebné zlepšiť kvalitu a prispôsobivosť vzdelávania a poskytovania zručností, aby sa pracovníkom poskytli príležitosti na rekvalifikáciu a zvyšovanie kvalifikácie počas ich kariéry. Rozšírenie odbornej prípravy na pracovisku, zlepšenie kvality vysokoškolského vzdelávania prostredníctvom cieleného financovania, posilnenie stimulov pre účasť na vzdelávaní dospelých a zvyšovanie kvalifikácie nepracujúcich by pomohlo znížiť nerovnováhu v zručnostiach, udržať a prilákať vysokokvalifikovaných ľudí a reagovať na meniaci sa dopyt po zručnostiach.

Súdržnosť medzi vládou a ostatnými zainteresovanými stranami má pre podniky veľký význam. Vytvorenie spojovacieho centra by zabezpečilo koordináciu podpory obchodu, sprostredkovateľské väzby so zákazníkmi a medzi organizáciami a spoločné zdroje. S cieľom posilniť digitálny potenciál podnikov by sa vytvorenie takéhoto centra mohlo uskutočniť v koordinácii so spustením digitálneho inovačného centra v rámci Stratégie digitálnej transformácie. Dôležité je tiež posilniť partnerstvo vlády s neštátnymi aktérmi, napríklad spoluprácu s obchodnými komorami a podnikateľskými združeniami.

Priority proexportnej stratégie by mali odrážať reálne potreby hospodárstva a strategické smerovanie SR. Oblasť regulácie podnikania, ktorým je potrebné venovať zvýšenú pozornosť: uľahčenie pravidiel pre začatie podnikania, zlepšenie postupov elektronickej dokumentácie, skrátenie konkurzného konania na 2 roky, zvýšenie stability regulácie podnikania prostredníctvom častých zmien právnych predpisov. Hlavnými odporúčaniami pre rozvoj podnikateľského prostredia na Slovensku je zníženie byrokratickej a administratívnej záťaže podnikateľov.

Prilákanie PZI na Slovensko nevedie k výraznému zvýšeniu produktivity MSP. Na výšenie internacionalizácie MSP by vláda mala podporovať vývoz a prístup na trh a zároveň zlepšiť prepojenie MSP so zahraničnými investormi.

Potreba diverzifikovať exportu súvisí s rizikom poklesu devízových príjmov v prípade zhoršenia ekonomického, politického alebo diplomatického prostredia u existujúcich obchodných partnerov.

Aj naďalej je dôležité nájsť spôsoby, ako zvýšiť pridanú hodnotu vyvázaných surovín a polotovarov vyrábaných v tuzemsku ich spracovaním na hotové výrobky. Okrem zabezpečenia dlhodobej udržateľnosti ekonomiky a globálnej konkurencieschopnosti samotného priemyslu by mal prechod na vývoj technologických výrobkov s vyššou pridanou hodnotou a inovácií prispieť aj k zníženiu negatívneho vplyvu spoločnosti na životné prostredie (efektívne využívanie energie a surovín v technológiách aj výrobkoch, pomoc pri znižovaní záťaže životného prostredia). V súvislosti podpory prechodu na „zelenú“ ekonomiku a prijímanie legislatívnych zmien na podporu ekologického prechodu je kľúčové vypracovať komplexnejšiu národnú stratégiu ochrany práv duševného vlastníctva. Účastníci musia vedieť, ako účinne chrániť, spravovať a presadzovať svoje duševné vlastníctvo, ako aj ako predchádzať stratám spôsobeným porušením práv duševného vlastníctva.

Internationalizácia môže pomôcť MSP získať prístup k zahraničným technológiám, rozšíriť ich príjmy a výrobnú základňu a zvýšiť produktivitu. Na podporu inovácií je tiež dôležité zapojiť medzinárodné zastúpenia na výmenu skúseností. Počiatočná finančná podpora je kľúčová najmä pre inovatívne startupy. Finančné stimuly pre MSP sú v súčasnosti značne nedostatočné, preto je na zlepšenie komercializácie výsledkov výskumu a vývoja nevyhnutné zaviesť systematické, priebežné grantové schémy a daňové stimuly pre výskum a vývoj. Cielená podpora investícií do výskumu a vývoja a zavádzania technológií, najmä pre MSP, môže pomôcť prekonať finančné obmedzenia. Vhodné môže byť vytvorenie samostatnej agentúry alebo výskumného centra na stimuláciu inovácií v podnikoch.

Malé a stredné podniky majú nižšiu úroveň digitalizácie ako veľké spoločnosti, najmä pokiaľ ide o riadenie IT bezpečnosti, dostupnosť IT špecialistov, dostupnosť finančných prostriedkov na digitálne investície a pomalú rýchlosť internetového pripojenia. Modernizácia základných podmienok digitalizácie a zlepšenie regulácie by mali byť dôležitou oblasťou politiky. Kvalita dopravnej infraštruktúry sa v krajine tiež líši, pričom východné a južné regióny zaostávajú. Orgány by to mali zohľadniť pri pridelovaní rozpočtu.

Na základe úspešných skúseností s podporou exportu v iných krajinách je potrebné zaviesť individuálny prístup ku klientom, identifikovať potreby zavedením nástroja online

autodiagnostiky podnikov a modernizovať interaktívny webový portál služieb pre MSP s cieľom zvýšiť informovanosť o možnostiach podpory, zlepšiť komunikáciu s vývozcami a zvýšiť aktivitu a odozvu. Mohli by sa zaviesť ďalšie elektronické služby pre podnikateľov, ako napríklad online kurzy a školenia. Okrem toho by sa malo posilniť podnikateľské poradenstvo (vzdelanie, mentoring, koučing) a finančná podpora digitalizácie MSP. Okrem toho by sa financovanie mohlo vzťahovať na širšiu škálu činností vrátane financovania internacionalizácie, vývoja a rastu produktov, inovácií, medzinárodného marketingu a výskumu nových trhov. Daňové stimuly alebo úľavy pre investorov do startupov a podpora verejno-súkromných fondov rizikového kapitálu môžu pomôcť podporiť rast aktivít rizikového kapitálu a podnikateľských anjelov.

Záver

Medzinárodný obchod je nástrojom hospodárskeho rozvoja ako v jednej krajine, tak aj vo svete vo všeobecnosti. Vďaka integrácii do globálnych dodávateľských reťazcov krajiny rozvíjajú svoju špecializáciu, zvyšujú produktivitu, vytvárajú viac pracovných miest, produkujú viac, stimulujú konkurencieschopnosť svojich podnikov atď. V kontexte malých ekonomík zohráva zahraničný obchod významnú úlohu vzhľadom na ich obmedzené zdroje a menšie kapacity ako vo veľkých sebestačných ekonomikách. Väčšie zapojenie do medzinárodných vzťahov spôsobuje, že menšie krajiny sú zraniteľnejšie voči globálnym výkyvom a krízam.

Súčasný stav svetového obchodu charakterizuje narastajúca medzinárodná konkurencia, globálna závislosť, zvýšenie cien na energetické zdroje, celkový pokles diverzifikácie obchodných partnerov a rastúci podiel nadnárodných korporácií a pod. Obchod je čoraz výraznejšie ovplyvňovaný globálnymi ekonomickými problémami, ako sú inflácia, geopolitické napätie a výkyvy úrokových sadzieb. V takomto volatilnom prostredí je dôležitá úloha štátnej podpory vývozu.

Proexportná politika je zameraná na vytvorenie komplexného národného systému podpory exportu, určenie teritoriálnych priorít exportu, výber nástrojov a opatrení na podporu svojich záujmov a vytvorenie inštitucionálneho základu pre jej realizáciu. Mnohí výskumníci poukazujú na jej pozitívny priamy a nepriamy účinok pre biznis. Uviedli sme dve najúplnejšie klasifikácie nástrojov na podporu vývozu v domácej a zahraničnej vedeckej literatúre, ktoré rozlišujú skupiny opatrení na základe pôvodu, resp. spôsobu uplatňovania, prístupu k podpore exportu, podľa uplatneného inštrumentária a podľa on-shore alebo offshore pomoci. Taktiež sme rozobrali, kedy sa aplikujú rôzne skupiny nástrojov a aký majú vplyv na exportnú činnosť.

Z analýzy teoretických východísk vyplýva, že je potrebné pokračovať v štúdiu tejto témy a vo výskume rôznych aspektov podpory exportu. Na základe uvedeného v kapitole 1 považujeme **prvý parciálny cieľ** „*teoreticky vymedziť úlohu zahraničného obchodu v národnej ekonomike, proexportnú politiku a nástroje podpory exportu*“ za splnený.

Slovensko patrí do najotvorenejších ekonomík sveta z ohľadu na podiel obratu obchodu na HDP, čo svedčí o vysokej miere zapojenia sa do globálnych dodávateľských reťazcov. Kvalitný inštitucionálny rámec, ktorý dokáže pružne reagovať na vonkajšie faktory, je kľúčový pre udržateľný rozvoj mladej ekonomiky. Na určenie toho, čo formuje „*postavenie Slovenskej republiky vo svetovom obchode*“, bola urobená analýza jej

makroekonomických ukazovateľov a zahraničnoobchodných vzťahov v podkapitole 3.1. a tým pádom považujeme **druhý parciálny cieľ** za splnený.

Za účelom získania uceleného rámca pre identifikáciu nedostatkov inštitucionálneho prostredia pre podporu exportu bola analyzovaná súčasná proexportná politika Slovenska a jej hlavní aktéri. Pozitívne bolo zhodnotené: postupne sa rozvíjajúca sieť ekonomickej diplomacie, dialóg s podnikateľským sektorom, zameranie na podporu malých a stredných podnikov a dôraz na zvyšovanie inovácií, výskum, zelené technológie a digitalizáciu.

Za problémy slovenského vývozu boli označené: nízka pridaná hodnota exportu, silná zraniteľnosť výrobného sektora voči globálnym trendom, nízka teritoriálna a komoditná diverzifikácia exportu, pokles produktivity práce, regionálne rozdiely, nedostatočná úroveň inovácií, nevyužitý exportný potenciál, únik mozgov, vysoké riziko automatizácie priemyselnej výroby, nízka digitalizácia služieb pre vývozcov, znepokojujúca miera korupcie a politické rozpory, nedostatočne efektívne využívanie finančných prostriedkov EÚ atď. Týmto a ďalšími argumentmi v podkapitolách 3.1 a 3.2 považujeme **tretí parciálny cieľ** „*zhodnotiť proexportnú politiku a používané nástroje v podmienkach Slovenskej republiky, poukazujúc na problémy a nedostatky v súčasnom modeli inštitucionálnej podpory zahraničného obchodu Slovenska. za splnený*“.

Na základe nástrojov Intracen boli vybrané oblasti komoditnej a teritoriálnej diverzifikácie slovenského exportu. Najlepšími možnosťami sú airbagy, bezpečnostné pásy, vlnitý papier atď. Existuje značný potenciál pre účinnejšie zhodnocovanie v súčasnosti vyvážených surovín alebo polotovarov na výrobky s vyššou pridanou hodnotou, ako sú drevo, hliníkové zliatiny, profily, oceľové polotovary, celulóza atď. Medzi perspektívne destinácie patria Singapur, Vietnam, Indonézia a iné krajiny.

Pomocou mapy exportného potenciálu sme zistili, že nerealizovaný exportný potenciál Slovenska v súčasnosti predstavuje 50 miliárd eur. Trhmi s najväčším potenciálom pre slovenský vývoz sú Nemecko, Česko, Čína, Poľsko, USA a iné. Spomedzi tovarov majú najväčší nerealizovaný potenciál vývozu zo Slovenska do sveta vozidlá, televízne prijímacie zariadenia a elektrina. Medzi tuzemskými podnikmi boli identifikované tieto skupiny výrobkov s nerealizovaným potenciálom: časti sedadiel, pneumatiky, výrobky zo železa alebo ocele, nerafinovaná meď, výrobky z plastov atď.

Týmto pokladáme **štvrtý parciálny cieľ** „*identifikácia exportného potenciálu a diverzifikácie exportu Slovenskej republiky*“ za splnený údajmi uvedenými v oddiele 3.3.1.

Záverečnú časť práce tvoril návrh opatrení na zlepšenie inštitucionálnej podpory slovenského obchodu na základe zahraničných skúseností Dánska, Nemecka, Singapuru a

Južnej Kórei. Dané krajiny boli vybrané vzhľadom na ich vysoký objem exportu, hospodársky rozvoj a efektívnosť proexportných politík. Úspešné skúsenosti Dánska v propagácii exportu, svetové prvenstvo Nemecka v obchode a inovatívne metódy podpory národného biznisu v Singapore a Južnej Kórey pomôžu identifikovať najefektívnejšie prístupy k stimulovaniu exportu Slovenskej republiky.

Tieto odporúčania zahŕňajú: zvýšenie počtu kancelárií zahraničného obchodu v zahraničí, zlepšenie ochrany práv duševného vlastníctva a informovanosti MSP, podpora inovácií v podnikateľskom sektore, rozšírenie programu rekvalifikácie na trhu práce, koordinácia činností inštitucionálnych subjektov a súkromných organizácií prostredníctvom prepojovacieho centra, implementácia nových bezplatných a platených služieb, digitalizácia služieb pre exportérov, stimulovanie spolupráce medzi veľkými spoločnosťami a MSP v oblasti výskumu a vývoja, teritoriálna a komoditná diverzifikácia slovenského exportu, zvyšovanie pridanej hodnoty exportovaných tovarov domácimi výrobcami a iné.

Možno tak konštatovať, že správny a efektívny systém podpory zahraničného obchodu pomáha znižovať riziká a vyrovnávať podmienky na globálnej aréne. Preto úlohou každej krajiny je vytvárať priaznivé prostredie pre exportné aktivity pre domácich výrobcov.

Na základe uvedeného môžeme považovať **hlavný cieľ diplomovej práce** „*zhodnotiť možnosti inštitucionálnej podpory a na základe preskúmania alternatívnych modelov inštitucionálnej podpory vo vybraných krajinách stanoviť odporúčania na ich uplatnenie v podmienkach Slovenskej republiky*“ za splnený.

Zoznam použitej literatúry

1. ABOU-STAIT, F. Are exports the engine of economic growth? An application of co-integration and causality analysis for Egypt, 1977-2003. In *Economic Research Working Paper No 76* [online]. African Development Bank, 2005, č. 211 [cit.2023-11-23]. Dostupné na: <https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/00363566-EN-ERWP-76.PDF>
2. AHK. *Services* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.ahk.de/en/services/services>
3. ALVAREZ, R. Sources of export success in small-and medium-sized enterprises: the impact of public programs. In *International Business Review* [online]. 2004, roč. 13 č. 3, s. 383-400 [cit.2024-01-07]. ISSN 0969-5931. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.01.002>
4. ANGULO-RUIZ, F. - PERGELOVA, A. - WEI, W.X. How does home government influence the internationalization of emerging market firms? The mediating role of strategic intents to internationalize. In *International Journal of Emerging Markets* [online]. 2018, roč. 14 č. 1, s. 187-206 [cit.2023-11-23]. ISSN 1746-8809. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/IJoEM-08-2017-0274>
5. AYOB, A.H. - FREIXANET, J. Insights into public export promotion programs in an emerging economy: the case of Malaysian SMEs. In *Evaluation and Program Planning* [online]. 2014, roč. 46, s. 38-46 [cit.2023-11-23]. ISSN 0149-7189. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2014.05.005>
6. BELLOC M. - DI MAIO M. Successful strategies to help developing countries boost exports. In *International Growth Center Working Paper* [online]. International Growth Centre, 2011 [cit.2023-11-30]. Dostupné na: <https://www.theigc.org/blog/successful-strategies-to-help-developing-countries-boost-exports/>
7. BELLOC M. - DI MAIO M. *Survey of the literature on successful strategies and practices for export promotion by developing countries* [elektronický zdroj]. International Growth Centre, 2011 [cit.2023-11-30]. Dostupné na: <https://www.theigc.org/wp-content/uploads/2011/06/Belloc-Di-Maio-2011-Working-Paper.pdf>
8. BMWK. *Export promotion: Forfeiting guarantee streng thens German exporters in international competition easier credit financing for "small tickets"* [online]. 2023a. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Pressemitteilungen/2023/06/20230630-forfeiting-guarantee-strengthens-german-exporters-in-international-competition.html>
9. BMWK. *Facts and figures on Germany's foreign trade and investment* [online]. 2023b. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Infografiken/Aussenwirtschaft/facts-and-figures-on-germanys-foreign-trade-and-investment.html>
10. BMWK. *The German Mittelstand as a model for success* [online]. 2023c. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/sme-policy.html>
11. BRINČÍKOVÁ, Z. Špecifiká vývoja zahraničného obchodu SR. In *Revue sociálno-ekonomického rozvoja : vedecký recenzovaný on-line časopis* [online]. Bratislava : Ekonomická univerzita v Bratislave, NHF, 2020, roč. 6, č. 1, s. 5-16 [cit.2023-11-30]. ISSN 2453-6148. Dostupné na: https://nhf.euba.sk/www_write/files/katedry/ksrp/revue/rser_1-2020.pdf

12. CATANZARO, A. - MESSEGHEM, K. - SAMMUT, S. Effectiveness of Export Support Programs: Impact on the Relational Capital and International Performance of Early Internationalizing Small Businesses, In *Journal of Small Business Management* [online]. 2018, roč. 57, s. 436-461 [cit.2024-03-09]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12489>
13. CAVUSGIL, S.T. - YEOH, P.L. Public sector promotion of US export activity: A review and directions for the future. In *Journal of Public Policy & Marketing* [online]. 1994, roč. 13, č. 1, s. 76-84 [cit.2024-03-14]. ISSN 1547-7207. Dostupné na: <https://doi.org/10.1177/074391569401300106>
14. CISZEWSKA-MLINARIČ, M. Export Intensity, Geographic Diversification and the Role of Public Support: The Evidence from Old and New Europe SMEs. In *Entrepreneurial Business and Economics Review* [online]. 2018, roč. 6, č. 2, s. 45-69. [cit.2024-01-23]. Dostupné na: <https://doi.org/10.15678/EBER.2018.060203>
15. CLUSTER EXCELLENCE DENMARK. *What is a cluster?* [online]. 2024. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://clusterexcellencedenmark.dk/the-danish-clusters/what-is-a-cluster/?lang=en>
16. COPPENS, D. How Much Credit for Export Credit Support under the SCM Agreement? In *Journal of International Economic Law* [online]. Oxford : Oxford University Press, 2009, roč. 12, č. 1, s. 63-113 [cit.2024-02-28]. ISSN 1369-3034. Dostupné na: <https://ssrn.com/abstract=1369474>
17. CORDEN, W.M. Harry Johnson's Contributions to International Trade Theory. In *Journal of Political Economy* [online]. 1984, roč. 92, č. 4, s. 567-91 [cit.2024-01-14]. ISSN 00223808. Dostupné na: <http://www.jstor.org/stable/1837161>
18. CRUZ, M. Do export promotion agencies promote new exporters? In *Policy Research Working Paper Series* [online]. Washington : The World Bank, 2014, č. 7004, 44 s. [cit.2024-01-06]. Dostupné na: <https://publications.iadb.org/en/publications/english/viewer/Do-Export-Promotion-Agencies-Promote-New-Exporters.pdf>
19. CSABAY, M. K teoretickému vymedzeniu podpory exportu. In *Ekonomický časopis/Journal of Economics* [online]. Bratislava : Ekonomický ústav SAV, 2007. roč. 55, č. 8, s. 793-810 [cit.2023-11-19]. ISSN 2729-7470. Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0929113708%2007%20Csabay.pdf>
20. CSABAY, M. Proexportná politika a jej nástroje. In *Sociálno-ekonomická revue*. Trenčín : Trenčianska univerzita A. Dubčeka, 2005, roč. 3, č. 2, s. 24-29. ISSN 1336-3727.
21. CSABAY, M. Slovak economic diplomacy – practitioner's perspective in the times of change. In *International Journal of Diplomacy and Economy* [online]. 2014, roč. 2, č. 3, s. 231-237 [cit.2024-04-05]. ISSN 2049-0887. Dostupné na: <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2014.064799>
22. DAWAR, K. Official export credit support: competition and compliance issues. In *Journal of World Trade* [online]. University of Sussex, Kluwer Law International, 2020, roč. 54, č. 3, s. 373-395. [cit.2023-02-02]. ISSN 1011-6702. Dostupné na: <https://doi.org/10.54648/trad2020017>
23. DE LOECKER, J. Detecting Learning by Exporting. In *American Economic Journal: Microeconomics* [online] JSTOR, 2013, roč. 5, no. 3, s. 1-21. [cit. 2023-11-19]. ISSN 19457669. Dostupné na: <http://www.jstor.org/stable/43189629>
24. DURMUSOGLU, S.S. et al. The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: a multidimensional view of export performance. In *Industrial Marketing Management* [online]. 2012, roč. 41 č. 4, s. 680-691 [cit.2024-01-07]. ISSN 0019-8501. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.09.016>

25. EDB SINGAPORE. *Who We Are* [online]. 2023. [cit.2023-12-12]. Dostupné na: <https://www.edb.gov.sg/en/about-edb/who-we-are.html>
26. ENGELHARD, J. *Exportförderung: Exportentscheidungsprozesse und Exporterfolg*. Wiesbaden : Gabler Verlag, 1992, 275 s. ISBN 3-409-13744-0.
27. European Commission. *Economic forecast for Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-surveillance-eu-economies/slovakia/economic-forecast-slovakia_en
28. EUROPEAN COMMISSION. *European innovation scoreboard* [online]. 2023. [cit. 2023-12-09]. Dostupné na: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard_en?prefLang=sk
29. EUROPEAN COMMISSION. *Internationalisation of European SMEs* [elektronický zdroj]. Brussels : Entrepreneurship Unit Directorate-General for Enterprise and Industry, European Commission & EIM Business & Policy Research. 2010, 125 s. [cit.2024-01-18]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/10008/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>
30. EXIMBANKA. *O Eximbanke* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://eximbanka.sk/o-nas/>
31. EXPORTKREDITGARANTIEN.DE. *Climate strategy* [online]. 2023a. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.exportkreditgarantien.de/en/sustainability/climate-strategy-1/climate-strategy.html>
32. EXPORTKREDITGARANTIEN.DE. *Promotion of climate-friendly exports* [online]. 2023b. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.exportkreditgarantien.de/en/products/for-exporters/supplementary-specific-cover/product-overview/climate-friendly-exports.html>
33. FELBERMAYR, G.J. - YALCIN, E. Export Credit Guarantees and Export Performance: An Empirical Analysis for Germany. In *The World Economy* [online]. 2013, roč. 36, č. 18, s. 967-999 [cit.2024-03-13] Dostupné na: <https://doi.org/10.1111/twec.12031>
34. FISCHER, E. - REUBER, A.R. Targeting Export Support to SMEs: Owners' International Experience as a Segmentation Basis. In *Small Business Economics* [online]. 2003, roč. 20, č. 1, s. 69-82 [cit.2024-01-18]. ISSN 1573-0913. Dostupné na: <https://doi.org/10.1023/A:1020296405149>
35. FORBES, A.M. Export targeting. In *European Journal of Marketing* [online]. 1977, roč. 11, č. 7, s. 508-518 [cit.2024-03-14]. ISSN 0309-0566. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/eb027344>
36. FORBES. *Slovensko v roku 2023: krajina zažila investičnú renesanciu* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://www.forbes.sk/slovensko-v-roku-2023-krajina-zazila-investicnu-renesanciu/>
37. FREIXANET, J. Export promotion programs: their impact on companies' internationalization performance and competitiveness. In *International Business Review* [online]. 2012, roč. 21 č. 6, s. 1065-1086 [cit.2024-01-07]. ISSN 0969-5931. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.12.003>
38. FRONTIER ECONOMICS. *Comparative Review of Trade Promotion Organisations – Phase 1 Report* [elektronický zdroj]. 2022, 174 s. [cit.2023-12-08]. Dostupné na: <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6304df45e90e0729dd8bb3c5/comparative-review-of-trade-promotion-organisations-phase-1-report.pdf>
39. GILLESPIE, K. - RIDDLE, L. Export promotion organization emergence and development: A call to research. In *International Marketing Review* [online]. 2004, roč.

- 21, č. 4/5, s. 462-473 [cit.2024-03-13]. ISSN 02651335. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/02651330410547144>
40. GIORNO, C. Increasing the Benefits of Slovakia's Integration in Global Value Chains. In *Economics Department Working Papers No. 1552* [online]. OECD, 2019, 50 s. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: [https://one.oecd.org/document/ECO/WKP\(2019\)21/En/pdf](https://one.oecd.org/document/ECO/WKP(2019)21/En/pdf)
41. GIOVANNUCCI, D. National Trade Promotion Organizations: Their Role and Functions. In *A Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-Enterprises* [online]. World Bank, 2004, [cit.2024-03-09]. Dostupné na: <https://ssrn.com/abstract=996771>
42. GTAI. *Who We Are* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.gtai.de/en/meta/about-us/who-we-are>
43. HADDOUD, M.Y. - JONES, P. - NEWBERY, R. Export promotion programmes and SMEs' performance: exploring the network promotion role. In *Journal of Small Business and Enterprise Development* [online]. 2017, roč. 24, č. 1, s. 68-87 [cit.2024-01-07]. ISSN 1462-6004. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2016-0116>
44. HERITAGE.ORG. *Index of Economic Freedom: Slovakia* [online]. 2023. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://www.heritage.org/index/pages/country-pages/slovakia>
45. HOLLANDERS, H. - ES-SADKI, N. - KHALILOVA, A. *European Innovation Scoreboard 2023 – Country profile Slovakia* [elektronický zdroj]. European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Publications Office of the European Union, 2023, 116 s. [cit. 2023-12-09]. Dostupné na: <https://data.europa.eu/doi/10.2777/119961>
46. HOSPODÁRSKE NOVINY. *Skúsenosti s podporou exportu* [online]. 2004. [cit.2024-03-27]. Dostupné na: <https://hnonline.sk/prakticke-hn/59852-skusenosti-s-podporou-exportu>
47. HRINKO, J. Modely riadenia ekonomickej diplomacie vo vybraných európskych krajinách. In *Merkúr 2021 : Proceedings of the International Scientific Conference for PhD. Students and Young Scientists* [online]. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, University of Economics in Bratislava, 2021, s. 59-68 [cit.2024-04-05]. ISBN 978-80-225-4909-7. Dostupné na: https://conferences.euba.sk/merkur/images/proceedings/merkur_2021.pdf
48. HUFBAUER, G. C., - SHELTON J. *Subsidies in International Trade*. Washington : Cambridge, Mass. : Institute for International Economics, 1984, s. 277-283. ISBN 0881320048.
49. ICDK. *WHO WE ARE* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://icdk.dk>
50. IMD. *World Competitiveness Ranking* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>
51. ITC. *EXPORT POTENTIAL AND DIVERSIFICATION ASSESSMENTS - A methodology to identify export opportunities* [elektronický zdroj]. 2022, 39 s. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/cklh2pi5/epa-methodology_230627.pdf
52. ITC. *Export Potential Map* [online]. 2024. [cit.2024-04-07]. Dostupné na: <https://exportpotential.intracen.org/en/?type=country&code=703>
53. ITC. *Export Potential Map* [online]. 2024. [cit.2024-04-07]. Dostupné na: <https://exportpotential.intracen.org/en/markets/geo-map?fromMarker=i&exporter=703&toMarker=j&whatMarker=a&what=a>

54. ITC. *Export Potential Map* [online]. 2024. [cit.2024-04-07]. Dostupné na: <https://exportpotential.intracen.org/en/products/diversification?fromMarker=i&exporter=703&toMarker=w&market=w&whatMarker=k>
55. ITC. *Export Potential Map* [online]. 2024. [cit.2024-04-07]. Dostupné na: <https://exportpotential.intracen.org/en/products/tree-map?fromMarker=i&exporter=703&toMarker=w&market=w&whatMarker=k>
56. ITC. *Export Potential Map* [online]. 2024. [cit.2024-04-07]. Dostupné na: <https://exportpotential.intracen.org/en/products/tree-map?fromMarker=i&exporter=703&toMarker=w&market=w&whatMarker=s>
57. ITC. *List of exporters in 2022* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
58. ITC. *List of importing markets for a product exported by Slovakia* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c703%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
59. ITC. *Trade Map - List of importing markets - Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c703%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
60. ITC. *Trade Map - List of products exported by Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c703%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1
61. JALALI, S.H. The effect of export promotion programmes on export performance: evidence from Iranian food manufacturers. In *International Journal of Business and Globalisation* [online]. 2012, roč. 9 č. 2, s. 122-133 [cit.2024-01-07]. ISSN 1753-3627. Dostupné na: <https://doi.org/10.1504/IJBG.2012.048955>
62. JANDA, K. – MICHALIKOVA, E. – SKUHROVEC, J. Credit support for export: Robust evidence from the Czech Republic. In *The World Economy* [online]. 2013 roč. 36, č. 12, s. 1588-1610 [cit.2023-02-02]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1111/twec.12061>
63. KAHIYA, E.T. - DELANEY, D. Exporters under siege: Dissecting trade policy responses to COVID-19. In *Journal of the International Council for Small Business* [online]. 2023, s. 103-127 [cit.2024-03-09]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1080/26437015.2021.2003167>
64. KAHIYA, E.T. A problematization review of export assistance: Debates and future directions. In *International Business Review* [online]. 2024, roč. 33, č. 1, 32 s. [cit.2024-03-04]. ISSN 0969-5931. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2023.102202>
65. *Koncepcia vonkajších ekonomických vzťahov a ekonomickej diplomacie Slovenskej republiky na obdobie 2022-2030* [elektronický zdroj]. 2021, 21 s. [cit.2024-04-05]. Dostupné na: <https://www.economy.gov.sk/uploads/files/LMovpfgU.pdf>
66. KOSME. *Korea SMEs and Startups Agency* [online]. 2023. [cit.2023-12-10]. Dostupné na: <https://www.kosmes.or.kr/sbc/SH/EHP/SHEHP006M0.do>
67. KOTRA. *buyKOREA* [online]. 2023a. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: www.buykorea.org/of/BKOFI081C.html
68. KOTRA. *KOTRA ENGLISH* [online]. 2023b. [cit.2023-12-10]. Dostupné na: <https://www.kotra.or.kr/english/index.do>
69. KOVAČIČOVÁ, Z. – HOLIENKA, M. – MIKUŠ, J. *GEM Slovensko 2022 – 2023 Podnikanie na Slovensku: viac dôrazu na inovácie a digitalizáciu* [elektronický zdroj].

- Univerzita Komenského v Bratislave, 2023, [cit.2024-04-08]. ISBN 978-80-223-5747-0. Dostupné na: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-slovensko-2022-2023-podnikanie-na-slovensku-viac-dorazu-na-inovacie-a-digitalizaciu>
70. KOZAK, Y. *International economy: in questions and answers* [elektronický zdroj]. Center of Educational Literature, 2017, 228 s. [cit. 2023-11-19]. ISBN 978-611-01-0832-4. Dostupné na: https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3fmb_finan/Mizhnarodna-ekonomika-v-pytannyakh-ta-vidpovidyakh.Kozak.pdf
71. LAGES, F.L. - MONTGOMERY, D.B. The relationship between export assistance and performance improvement in Portuguese export ventures: an empirical test of the mediating role of pricing strategy adaptation. In *European Journal of Marketing* [online]. 2005, roč. 39, č. 7/8, s. 755-784 [cit.2024-01-06]. ISSN 0309-0566. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/03090560510601752>
72. LANG, V.F., - TAVARES, M.M. The distribution of gains from globalization. In *IMF Working Paper* [online]. 2018, roč. 18, č. 54, 66 s. [cit.2024-03-13]. ISSN 1018-5941. Dostupné na: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2018/03/13/The-Distribution-of-Gains-from-Globalization-45722>
73. LEE, J-H. - LEE, A.I. - LEE A.P. *Non-refundable and co-financing instruments: Promoting export innovation among SMEs in the Republic of Korea* [elektronický zdroj]. ECLAC 2018, 63 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ab3e3a89-801f-45bf-9ac0-fa5891399f45/content>
74. LEONIDOU, L.C. - PALIHAWADANA, D. - THEODOSIOU, M. National export-promotion programs as drivers of organizational resources and capabilities: effects on strategy, competitive advantage, and performance. In *Journal of International Marketing* [online]. 2011, roč. 19, č. 2, s. 1-29 [cit.2024-01-07]. ISSN 1547-7215. Dostupné na: <https://doi.org/10.1509/jimk.19.2.1>
75. LIPKOVÁ, Ľ. a kol. *Medzinárodné hospodárske vzťahy*. Bratislava : Sprint, 2000, 238 s. ISBN 80-88848-54-7.
76. LLOYDS BANK. *Slovakia: Investing in Slovakia* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/slovakia/investment>
77. MARTINCUS, C.V. - CARBALLO, J. Beyond the average effects: the distributional impacts of export promotion programs in developing countries. In *Journal of Development Economics* [online]. 2010, roč. 92 č. 2, s. 201-214 [cit.2024-01-06]. ISSN 0304-3878. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.02.007>
78. MCCONNELL, C.R. - BRUE, S.L. - FLYNN, S.M. *Economics: principles, problems, and policies* [elektronický zdroj]. 18. vyd. New York : McGraw-Hill/Irwin, 2009, 917 s. [cit. 2023-11-19]. ISBN 978-0-07-337569-4. Dostupné na: https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/economics_mcconnell.pdf
79. MZVaEZ SR. *Memorandum o spolupráci Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky a Ministerstva zahraničných vecí Slovenskej republiky pri plnení úloh ekonomickej diplomacie v činnosti zahraničnej služby Slovenskej republiky* [elektronický zdroj]. 2012, 6 s. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.mzv.sk/documents/10182/13720/Memorandum+o+spolupraci+MZV+a+MH+1.8.2012+.pdf/3759c676-f3a4-4c7a-ae63-391c8a99e7a7>
80. MF SR. *Revízie výdavkov* [online]. 2023. [cit.2024-04-06]. Dostupné na: <https://www.mfsr.sk/sk/financie/hodnota-za-peniaze/revizia-vydavkov/revizia-vydavkov.html>

81. MH SR. *Rada vlády SR pre konkurencieschopnosť a produktivitu* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/podnikatelske-prostredie/rada-vlady-sr-pre-konkurencieschopnost-a-produktivitu>
82. MIRRI SR. *Draft Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation of the Slovak Republic 2021-2027* [elektronický zdroj]. 2021, 115 s. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://mirri.gov.sk/wp-content/uploads/2018/10/Research-and-innovation-strategy-for-smart-specialisation-of-the-Slovak-Republic-2021-2027.pdf>
83. MIRRI SR. *Ministerstvo* [online]. 2023. [cit. 2024-04-05]. Dostupné na: <https://mirri.gov.sk/ministerstvo/>
84. MIRRI SR. *Summary Report of the EDP to the Strategy* [elektronický zdroj]. 2021, 132 s. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: https://mirri.gov.sk/wp-content/uploads/2022/06/Suhrnna-sprava-z-procesu-EDP-k-strategii-SK-RIS3-2021_anglicka-verzia_fin.pdf
85. MTI SG. *Singapore Economy 2030: Seizing Opportunities, Energising Enterprises* [online]. 2022. [cit.2023-12-10]. Dostupné na: <https://www.mti.gov.sg/-/media/MTI/COS-2022/MTI-Business-Budget-Booklet-2022.pdf>
86. MZVaEZ SR. *Ako môžeme pomôcť* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.mzv.sk/sluzby/podpora-podnikania/ako-mozeme-pomoc>
87. MZVEZ SR. *Manuál aktérov vonkajších ekonomických vzťahov* [online]. 2023 [cit.2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.mzv.sk/documents/10182/16760175/manual-akterov-vonkajcich-ekonomickych-vztahov.pdf/7cd22f7e-6958-4fd2-bbea-1629431f1e91>
88. NHF. *Podpora malého a stredného podnikania* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <http://www.nhfond.sk/Podpora-MSP/podpora-msp-na-slovensku/>
89. NJINYAH, S.J. The effectiveness of government policies for export promotion on the export performance of SMEs Cocoa exporters in Cameroon. In *International Marketing Review* [online]. 2018, roč. 35, č. 1, s. 164-185 [cit.2024-01-08]. ISSN 0265-1335. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/IMR-05-2016-0103>
90. OECD. *Economic Surveys: Slovak Republic 2024* [elektronický zdroj]. Paris : 2024a, 118 s. [cit.2024-04-04]. ISSN 19990588. Dostupné na: <https://doi.org/10.1787/397ca086-en>
91. OECD. Slovakia. *Economic Outlook, Volume 2022 Issue 1* [online]. 2024b. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/67d747f8-en/index.html?itemId=/content/component/67d747f8-en>
92. OECD. Slovakia. *Economic Outlook, Volume 2022 Issue 2* [online]. 2024c. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f6da2159-en/1/3/2/41/index.html?itemId=/content/publication/f6da2159-en&csp=761d023775ff288a22ebcaaa183fbd6c&itemIGO=oecd&itemContentType=book>
93. OECD. Slovakia. *Economic Outlook, Volume 2023 Issue 1* [online]. 2024d. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/bb0c4543-en/index.html?itemId=/content/component/bb0c4543-en>
94. OECD. *SME and Entrepreneurship Policy in the Slovak Republic* [elektronický zdroj]. Paris : 2021, 260 s. [cit.2024-04-06]. ISSN 20780990. Dostupné na: <https://doi.org/10.1787/9097a251-en>
95. ONKELINX, J. - SLEUWAEGEN, L.E. *Internationalization Strategy and Performance of Small and Medium Sized Enterprises* [elektronický zdroj]. Brussels : National Bank of Belgium, 2010, Working Paper No. 197, 47 s. [cit.2024-01-20]. EISSN 2353-8821. Dostupné na: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1692583>
96. PALAMARCHUK, M. Global Business Cycle and Current World Recession Synchronization. In *Economic Annals-XXI* [online]. Kyiv : Institute of Social

- Transformations, 2011, roč. 3, č. 4, s. 24-27 [cit.2023-11-19]. ISSN 1728-6239. Dostupné na: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/47576/07-Palamarchuk.pdf?sequence=1>
97. PAUS, E. Confronting the Middle Income Trap: Insights from Small Latecomers. In *Studies in Comparative International Development* [online]. 2012, roč. 47, č. 2, s. 115-138. [cit.2024-01-18]. ISSN 1936-6167. Dostupné na: <https://doi.org/10.1007/s12116-012-9110-y>
 98. PAVELKA, Ľ. - JAMBOROVÁ, E.M. - RUŽEKOVÁ, V. *Manuál slovenského exportéra : základy bezpečného obchodovania so zahraničím* [elektronický zdroj]. 1. vyd. Prievidza : GNOWEE, 2015. 107 s. ISBN 978-80-97-22059-4. Dostupné na: <https://www.sbagency.sk/manual-slovenskeho-exportera-pre-podnikateľov>
 99. PPA. *O nás* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.apa.sk/o-nas>
 100. PRAVDA. *Otázky a odpovede o novom ministerstve cestovného ruchu a športu: Koľko bude stáť, kde bude sídliť a kto ho povedie?* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://spravy.pravda.sk/domace/clanok/697932-okolo-noveho-rezortu-zostava-vela-otaznikov-kolko-bude-stat-kde-bude-a-kto-ho-povedie-caputovej-veto-ho-nezastavi/>
 101. PREECE, S.B. - MILES, G. - BAETZ, M.C. Explaining the international intensity and global diversity of early-stage technology-based firms. In *Journal of Business Venturing* [online]. 1998 roč. 14, č. 3, s. 259-281 [cit.2024-01-07]. ISSN 0883-9026. Dostupné na: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00105-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00105-5)
 102. RANNIKKO, H. - LAHTINEN, H. *Study on best practices on national export promotion activities* [elektronický zdroj]. European Economic and Social Committee, 2018, 50 s. [cit. 2023-12-09]. ISBN 978-92-830-4171-9. Dostupné na: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-03-18-141-en-n.pdf>
 103. SARIO. *O nás* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.sario.sk/sk/o-nas>
 104. SBA. *O nás* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.sbagency.sk/o-nas>
 105. SERINGHAUS, F.R. - BOTSCHEN, G. Cross-national comparison of export promotion services: The views of Canadian and Austrian companies. In *Journal of International Business Studies* [online]. 1991, roč. 22, č. 1, s. 115-133 [cit.2024-03-14]. ISSN 00472506. Dostupné na: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490295>
 106. SERINGHAUS, F.R. The impact of government export marketing assistance. In *International Marketing Review* [online]. MCB UP Ltd, 1986, roč. 3, s. 55-66. [cit. 2024-03-04]. ISSN 0265-1335. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/eb008306>
 107. SHAMSUDDOHA, A.K. - ALI, Y.M. Mediated effects of export promotion programs on firm export performance. In *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* [online]. 2006, roč. 18 č. 2, s. 93-110 [cit.2024-01-07]. ISSN 1355-5855. Dostupné na: <https://doi.org/10.1108/13555850610658255>
 108. SHANGHAI INTERNATIONAL SHIPPING INSTITUTE. *An introduction to Singapore's main trade policies* [online]. 2014. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <http://www.sisi-smu.org/2014/1117/c8837a104624/page.htm>
 109. SHARMA, R.R. - SRAHA, G. - CRICK, D. Export promotion programmes and the export performance of Ghanaian firms: the mediating role of foreign market attractiveness. In *International Marketing Review* [online]. 2018, roč. 35, č. 4, s. 661-682 [cit.2024-01-08]. ISSN 0265-1335. Dostupné na <https://doi.org/10.1108/IMR-10-2015-0219>
 110. SHEPOTYLO, O. *Policy brief on institutional support for Ukrainian SMEs* [elektronický zdroj]. Kyiv : Trade+ Center for Foreign Trade Research, 2019 [cit. 2023-

- 11-19]. Dostupné na: https://kse.ua/wp-content/uploads/2019/07/Policy-brief-1-Germany_new.pdf
111. SCHEMBRI, J. et al. How do European trade promotion organizations manage their stakeholders? In *International Business Review* [online]. 2019, roč. 28, č. 6, 10 s. [cit.2024-03-13]. ISSN 09695931. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101595>
112. SIEA. *O SIEA* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://www.siea.sk/o-siea/>
113. SINGAPORE BUSINESS FEDERATION. *About us* [online]. 2023. [cit.2023-12-12]. Dostupné na: <https://www.sbf.org.sg>
114. SINGAPORE CUSTOMS. *Quick Guide for Exporters* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://www.customs.gov.sg/businesses/exporting-goods/overview/>
115. SLOVAKIA.TRAVEL. *O portáli Slovakia.travel* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: <https://slovakia.travel>
116. SRZB. *O banke* [online]. 2024. [cit. 2024-04-01]. Dostupné na: https://www.szrb.sk/o-banke/?_gl=1*7zejx6*_up*MQ.*_ga*MTI3MjM3Njk2OS4xNzEyMDY3MjYy*_ga_9DGF7W7P0N*MTcxMjA2NzI2Mi4xLjAuMTcxMjA2NzI2Mi4wLjAuMA
117. STACHOVÁ P. - KOTTULOVÁ J. - PAŠKRTOVÁ L. *Medzinárodné ekonomické vzťahy v 21. storočí*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2019. s. 105. ISBN 9788057100126.
118. STEINHAUSER, D. - BOROS, K. *Kam tečú slovenské exporty, pán Newton?* [elektronický zdroj]. Inštitút hospodárskych analýz MH SR, 2022, 49 s. [cit.2024-04-05]. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/uploads/files/WIQxVgRx.pdf?csrt=15742557813271029763>
119. STÖLLINGER, R. - HOLZNER, M. State Aid and Export Competitiveness in the EU. In *Journal of Industry, Competition and Trade* [online]. 2017, roč. 17, s. 203-236 [cit.2024-01-14]. ISSN 1573-7012. Dostupné na: <https://doi.org/10.1007/s10842-016-0222-3>
120. ŠIKULA, M. Konkurencieschopnosť v súradniciach globalizácie. In *Ekonomický časopis/Journal of Economics*. 2006, roč. 54, č. 10, s. 965-982. ISSN 0013-3035.
121. TÁNCOŠOVÁ, J. a kol. *Medzinárodné ekonomické vzťahy. 2 .vyd.* Bratislava : EKONÓM, 2004. s. 18. ISBN 80-225-1841-7.
122. THE RESEARCH COUNCIL OF NORWAY. *Roadmap for cooperation on research and higher education with South Korea* [elektronický zdroj]. 2019, [cit. 2023-12-10]. Dostupné na: https://www.forskningsradet.no/globalassets/nfr_veikart_sorkorea_2020_orig.pdf
123. TRADE COUNCIL. *Business Development Centres* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://thetradecouncil.dk/en/services/export/business-development-centres>
124. TRADE COUNCIL. *The governments action plan for Economic Diplomacy 2022-2023* [online]. 2022. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://thetradecouncil.dk/en/about-us/strategy>
125. UN. Market access. In *Policy Guidebook for SME Development in Asia and the Pacific* [online]. 2023, s. 153-180. [cit.2023-12-12]. ISBN 9789210552745. Dostupné na: <https://doi.org/10.18356/354812bb-en>
126. UNCTAD. *Global trade growth returns but outlook for 2023 is poor* [online]. 2023. [cit.2023-12-12]. Dostupné na: <https://unctad.org/news/global-trade-growth-returns-outlook-2023-poor>
127. USKOV G. Non-Financial Measures to Support Exporters. In *Economy and Society* [online]. 2014, roč. 3, č. 12, s. 479-482 [cit.2023-11-19]. ISSN 2225-1545. Dostupné na:

- https://www.iupr.ru/_files/ugd/b06fdc_4e27037f2a534c79abda55a8105838b4.pdf?index=true
128. WB. *Doing Business in Slovak Republic* [online]. 2020. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://archive.doingbusiness.org/en/data/exploreconomies/slovakia>
129. WB. *Exports of goods and services (% of GDP) - Germany* [online]. 2023. [cit.2023-12-11]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=DE>
130. WB. *Exports of goods and services (% of GDP) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=SK>
131. WB. *Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?locations=SK>
132. WB. *GDP (current LCU) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CN?locations=SK>
133. WB. *GDP growth (annual %) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=SK>
134. WB. *Imports of goods and services (% of GDP) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.IMP.GNFS.ZS?locations=SK>
135. WB. *Trade (% of GDP) - Slovak Republic* [online]. 2023. [cit.2023-12-10]. Dostupné na: <https://www.unescap.org/sites/default/d8files/14%20-%20VIII.%20Market%20access.pdf>
136. WB. *Trade (% of GDP) - Slovak Republic* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.TRD.GNFS.ZS?locations=SK>
137. WB. *World Development Indicators* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NY.GDP.MKTP.CD.NV.AGR.TOTL.ZS,NV.IND.TOTL.ZS,NV.IND.MANF.ZS,NV.SRV.TETC.ZS,NV.SRV.TOTL.ZS>
138. WB. *World Development Indicators: Structure of value added* [online]. 2024. [cit.2024-04-03]. Dostupné na: <https://wdi.worldbank.org/table/4.2>
139. WIPO. *Global Innovation Index 2023 – Slovak Republic* [elektronický zdroj]. 2023. [cit.2024-04-04]. Dostupné na: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023/sk.pdf>
140. WTO. *Trade Policy Review: Republic of Korea* [elektronický zdroj]. 2021, 229 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s414_sum_e.pdf
141. WTO. *Trade Policy Review: Singapore* [elektronický zdroj]. 2021, 132 s. [cit.2023-12-09]. Dostupné na: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/TPR/S413R1.pdf&Open=True>
142. WTO. *What are the prospects for global trade growth in 2023 and 2024?* [online]. 2023. [cit.2023-12-12]. Dostupné na: https://www.wto.org/english/blogs_e/ce_ralph_ossa_e/blog_ro_05oct23_e.htm
143. YOO, S.-J. - MACKENZIE, N.G. - JONES-EVANS, D. Public sector support and technology-based SMEs in peripheral areas – The case of North Wales. In *Journal of Enterprising Culture* [online]. 2012, roč. 20, č. 1, s. 83-104 [cit.2024-01-18]. ISSN 1793-6330. Dostupné na: <https://doi.org/10.1142/S0218495812500045>

Prílohy

Príloha č. 1 Systém podpory vývozu	78
Príloha č. 2 Organizačná štruktúra podpory exportu v SR	79
Príloha č. 3 Hlavné nástroje na podporu exportu podľa Konceptii VEVaED 2022-2030 ..	80
Príloha č. 4 Nástroje inštitucionálnej podpory exportu v SR podľa aktérov	81
Príloha č. 5 Teritoriálna štruktúra exportu tovarov SR, v mld. EUR	86
Príloha č. 6 Teritoriálna štruktúra exportu SR podľa subjektov v roku 2021, v %	87
Príloha č. 7 Komoditná štruktúra exportu (HS2) SR v roku 2021 podľa agregovaných komoditných skupín, v %	88
Príloha č. 8 Diverzifikácia exportu zo Slovenska.....	89
Príloha č. 9 Exportný potenciál Slovenska podľa krajín, v %.....	90
Príloha č. 10 Exportný potenciál Slovenska podľa výrobkov, v %.....	91
Príloha č. 11 Exportný potenciál Slovenska vylúčením elektroniky a automobilového priemyslu, v %	92