

7. február 2017

Vývoj trhových podielov slovenského exportu v roku 2015

Pokles exportu do Ruska a Číny viac ako vykompenzoval rast do krajín EÚ

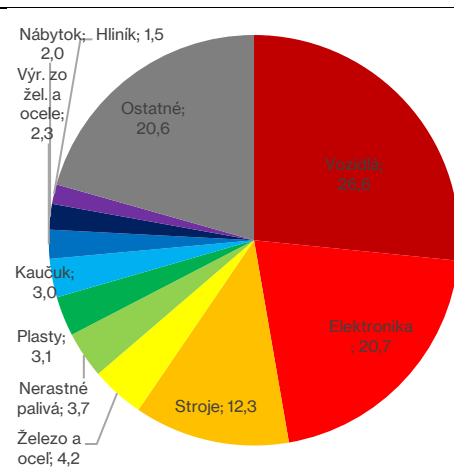
Ján Šilan

Export tovarov v roku 2015 zrýchlil najmä vďaka automobilovému priemyslu. Napriek tomu trhovú podiel Slovenska na svetovom exporte stagnoval. Slabší rast dovozu v cieľových krajinách slovenského exportu bol vykompenzovaný lepším presadením sa našich exportérov na cieľových trhoch. Najvyšší trhovú podiel dosiahlo Slovensko v Česku, v susedných krajinách, v juhovýchodnej Európe a v Nemecku. Silný pokles exportu do Ruska a Číny bol viac ako vykompenzovaný nárastom do Nemecka, Francúzska a Španielska. Z produktového hľadiska po špecifickom prípade karosérií k najúspešnejším produktom patria televízory a kotly na ústredné kúrenie.

Zahraničný obchod prispel k rastu HDP aj v roku 2015 záporne

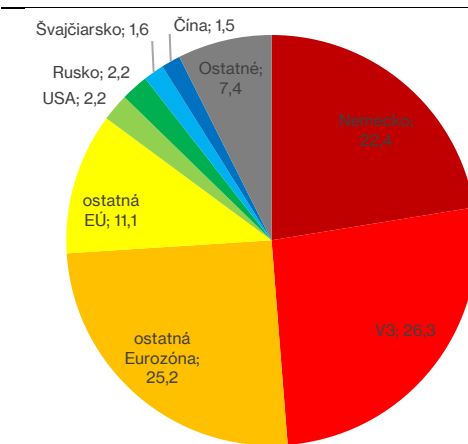
Zahraničný obchod SR v roku 2015 po slabom predchádzajúcom roku zrýchlil. Podľa metodiky národných účtov (ESA 2010) vývoz tovarov a služieb stúpol v stálych cenách o 7,0 % (nominálne len o 5,6 %, keďže exportné ceny klesali). Ide o najrýchlejší rast exportu od roku 2012. Dovoz však opäť rástol rýchlejšie ako vývoz, a preto už druhý rok po sebe prispel zahraničný obchod k reálnemu rastu HDP záporne. Za nárastom importu v roku 2015 stáli predovšetkým dovozne náročné investície, podporené mimoriadne vysokým čerpaním EÚ fondov. Podľa údajov za tri štvrtroky roka 2016 sa však príspevok zahraničného obchodu v minulom roku opäť vrátil do čiernych čísel.

Graf 1: Tovarová štruktúra exportu v roku 2015 (%)



Zdroj: ŠÚ SR

Graf 2: Geografická štruktúra exportu v roku 2015 (%)



Zdroj: ŠÚ SR

Štruktúra exportu je podobná ako v ostatných krajinách v regióne

Export tovarov je silno odvetvovo koncentrovaný. V roku 2015 tvorilo dve tretiny exportu päť *kapitol*¹ harmonizovaného systému: vozidlá (27 %), elektronika (21 %), stroje a prístroje (12 %), železo a oceľ (4 %) a nerastné palivá (4 %). **Štruktúra ekonomiky je však podobná ako v okolitých krajinách.** Vozidlá, stroje a elektronika sú na prvom mieste vo všetkých krajinách V4, v Rakúsku aj v Nemecku, vo vyspelejších krajinách sú menej koncentrované a dopĺňajú ich sofistikovanejšie odvetvia ako farmaceutiká a optické prístroje. Pri pohľade na podrobnejšiu štruktúru slovenského exportu možno identifikovať 19 *položiek*² exportu, kde hodnota v roku 2015 presiahla 500 mil. eur (tabuľka 1). Tieto položky predstavujú spolu 57 % slovenského exportu v roku 2015.

¹ Dvojmiestny kód harmonizovaného systému (HS2)

² Štvormiestny kód harmonizovaného systému (HS4)

Tabuľka 1: Najvýznamnejšie položky exportu tovarov zo SR³

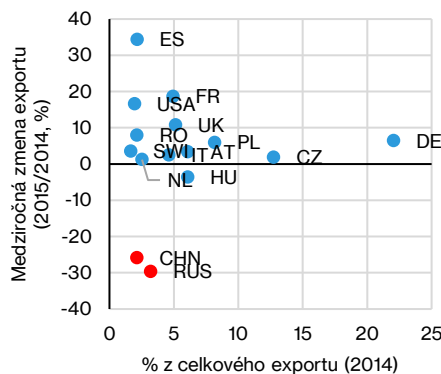
HS4 kód	Názov	Export v 2015 (tis. €)	Zmena oproti 2014	% z celku
	Export spolu	67 679 880	4,6	
8703	Autá	12 484 352	11,4	18,0
8528	Televízory	5 212 643	-4,3	7,7
8517	Telefóny	3 636 787	12,0	5,4
8708	Časti áut	3 551 211	19,6	5,2
2710	Ropné oleje (benzín, vykurovacie, mazacie oleje)	1 840 809	-20,0	2,7
8708	Karosérie	1 722 338	16,4	2,5
4011	Pneumatiky	1 584 224	25,3	2,3
8544	Káble	1 045 082	2,4	1,5
8471	Počítače	919 590	-3,6	1,4
8483	Prevodové hriadele	849 956	9,2	1,3
7210	Valcované železo a ocel, pokovované alebo potiahnuté	845 481	5,3	1,2
8414	Vzduchové pumpy, ventilátory, kompresory (Kompresory do chladničiek, ostatné kompresory)	717 395	24,6	1,1
7208	Valcované železo a ocel, valcované za tepla, nepokovované alebo nepotiahnuté	709 431	-19,9	1,0
8512	Osvetľovacie a signalizačné prístroje (pre motorové vozidlá, okrem žiaroviek a výbojok)	642 678	21,4	0,9
8482	Ložiská	635 694	-1,3	0,9
9401	Sedadlá	563 930	5,3	0,8
8403	Kotly na ústredné kúrenie	546 915	2,9	0,8
2711	Ropné plyny (zemný plyn)	530 974	-13,7	0,8
3926	Plastové výrobky (príslušenstvo k nábytku, karosériám a pod.)	518 901	3,8	0,8

Zdroj: ŠÚ SR

Export je orientovaný na Európu

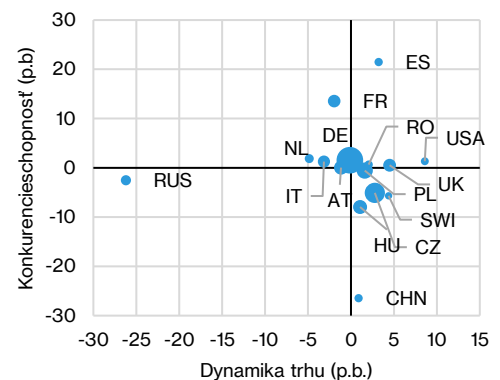
Z teritoriálneho hľadiska sú už tradične najdôležitejším odbytiskom krajiny EÚ. V roku 2015 tam smerovalo 85 % exportu. Najdôležitejším obchodným partnerom je Nemecko, nasledované Českom a ďalšími susediacimi krajinami, ako aj ďalšími veľkými ekonomikami EÚ (Francúzsko, UK, Taliansko, Španielsko). Z významných európskych obchodných partnerov najviac rástol export do Španielska a Francúzska (Graf 3). Výraznejšie naopak klesol vývoz do Maďarska. Z krajín mimo EÚ patria k najvýznamnejším obchodným partnerom USA, Rusko, Švajčiarsko a Čína. Export do Ruska sa v roku 2015 prepadol až o 30 %, do Číny o 25 % (Graf 3).

Graf 3: Medziročná zmena exportu vs. podiel na celkovom exporte SR



Zdroj: ŠÚ SR

Graf 4: Vplyv dynamiky cieľových krajín a konkurencieschopnosti na vývoj trhového podielu⁴



Zdroj: ŠÚ SR

³ V nasledujúcom texte sú použité údaje zo štatistiky zahraničného obchodu, ktoré nie sú konzistentné s metodikou ESA 2010. Všetky údaje sú v bežných cenách.

⁴ Dynamika znamená rozdiel medzi rastmi importu danej krajiny a svetového obchodu. Konkurencieschopnosť je rozdiel medzi rastom slovenského exportu do danej krajiny a jej importu

Trhový podiel zostal rovnaký ako v minulom roku

Slovenský export sa v roku 2015 podieľal na globálnom obchode 0,5 %. Najvyšší trhový podiel dosiahol slovenský export ako zvyčajne v Česku, nasledovaný ostatnými krajinami V3 a Rakúskom. Nadpriemerný trhový podiel (v porovnaní s globálnym) dosahujú slovenskí exportéri aj v krajinách juhovýchodnej Európy, hoci tieto trhy predstavujú len zlomok celkového exportu. Medzi krajiny, v ktorých sa slovenské exporty významnejšie presadzujú, patrí aj náš najväčší obchodný partner – Nemecko. (tabuľka 2).

Oproti roku 2014 sa svetový trhový podiel Slovenska takmer nezmenil. Z významnejších obchodných partnerov sa naši exportéri dokázali výraznejšie presadiť v Španielsku a Francúzsku. Naopak pomerne výrazne klesol trhový podiel v Česku, Maďarsku a najmä v Číne. „Skokanom roka“ sa však stalo Mexiko, kde sa trhový podiel v roku 2015 takmer strojnásobil.

Za poklesom exportov do Ruska a do Číny sú však dva rôzne dôvody (Graf 4). Pokles exportu do Číny (-25 %) bol sprevádzaný aj **prepadom trhového podielu**, zatiaľ čo čínsky dovoz rástol porovnateľne so svetovým obchodom. Na druhej strane, hlbší **prepad exportu do Ruska (-30 %)** bol **spôsobený najmä prepadom ruskej ekonomiky a tamojšieho importu**. Rovnako aj za rastom slovenského exportu do Francúzska (19 %) stála najmä vyššia konkurencieschopnosť nášho exportu, kým podobný nárast exportov do USA bol spôsobený najmä oživením americkej ekonomiky a rastom amerických dovozov. V prípade rastu exportu do Španielska (34 %) nám pomohli oba faktory s prevahou konkurencieschopnosti.

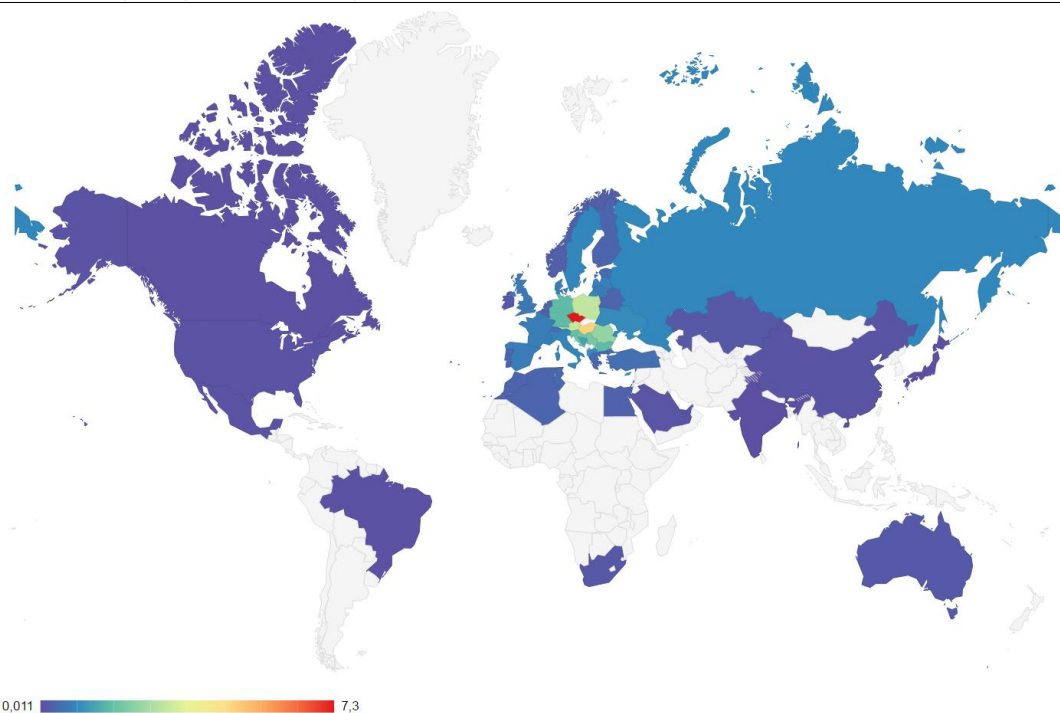
Pokles exportu do Ruska a do Číny v roku 2015 (príspevok k rastu spolu -1,5 p.b.) bol vykompenzovaný nárastom exportu do Nemecka (1,4 p.b.), resp. Francúzska a Španielska (spolu 1,6 p.b.)

Tabuľka 2: Trhové podiely slovenského exportu v roku 2015 vo vybraných krajinách

Krajina	podiel na celkovom exporte (%)	trhový podiel (%)	medziročná zmena trhového podielu (%)
Svet	100	0,5	-0,2
Nemecko	22,4	1,7	1,8
Česko	12,4	7,3	-5,6
Poľsko	8,3	3,1	-0,6
Rakúsko	6,0	3,2	0,1
Maďarsko	5,6	4,8	-9,0
Francúzsko	5,6	0,8	15,8
Veľká Británia	5,4	0,7	0,6
Taliano	4,5	0,9	1,5
Španielsko	2,8	0,7	23,7
Rumunsko	2,2	2,5	0,7
USA	2,2	0,1	1,4
Rusko	2,2	0,9	-4,1
Čína	1,5	0,1	-29,9
Slovinsko	0,7	1,8	-7,8
Bulharsko	0,6	1,7	17,3
Chorvátsko	0,5	1,9	7,3
Srbsko	0,5	2,1	-4,2
Mexiko	0,4	0,1	186,2
Bosna a Hercegovina	0,1	1,3	19,1
Albánsko	0,1	1,0	-5,5

Zdroj: UN COMTRADE, vlastné prepočty

Graf 5: Trhové podiely slovenského exportu v roku 2015



Vyznačené krajiny predstavujú 99 % celkového exportu

Zdroj: Eurostat, prepočty IFP

BOX 1: Výpočet a dekompozícia trhového podielu

Trhový podiel je vypočítaný ako podiel exportu Slovenska na celkových importoch cieľovej krajiny. Ako zdroj bola použitá databáza UN COMTRADE. Pre konzistentnosť údajov boli použité jednosmerné toky, t.j. ako ukazovateľ importu konkrétnej krajiny bol použitý súčet exportov všetkých ostatných krajín do danej krajiny. 19 krajín nemalo v čase výpočtu v databáze údaje za export v roku 2014 alebo 2015. Ide o Andorru, Kongo, Kostariku, Gambiu, Honduras, Indonéziu, Kirgizsko, Libanon, Maurítaniu, Montserrat, Namíbiu, Nigériu, Sv. Luciu, Sv. Vincent, Sudán, Surinam, Tongu, Spojené Arabské Emiráty a Vietnam. Pre konzistentnosť boli preto pri výpočtoch exporty ostatných krajín očistené o exporty do týchto krajín.

Geografická dekompozícia zmeny trhového podielu (g) je vypočítaná ako

$$g = \frac{\sum_i w_i^e (g_i^* - g^*)}{1 + g^*} + \frac{\sum_i w_i^e (g_i^e - g_i^*)}{1 + g^*}$$

kde w_i^e je podiel exportu krajiny e do krajiny i na začiatku obdobia, g_i^e je miera rastu exportu krajiny e do krajiny i , g_i^* je miera rastu importu krajiny i (vyjadrená ako miera rastu globálnych exportov do krajiny i), a g^* je miera rastu globálneho importu (vyjadrená ako miera rastu globálneho exportu).

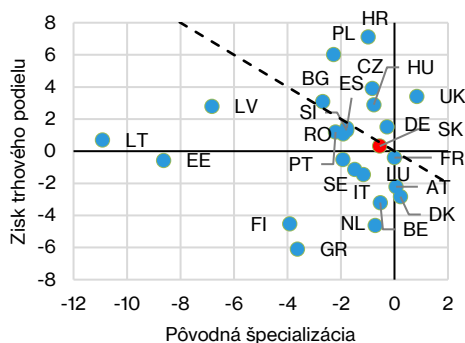
Analogicky je sektorová dekompozícia vypočítaná ako

$$g = \frac{\sum_s w_s^e (g_s^* - g^*)}{1 + g^*} + \frac{\sum_s w_s^e (g_s^e - g_s^*)}{1 + g^*}$$

kde w_s^e je podiel exportu krajiny e v sektore s na začiatku obdobia, g_s^e je miera rastu exportu krajiny e v sektore s , a g_s^* je miera rastu globálneho importu v sektore s (vyjadrená ako miera rastu globálneho exportu v sektore s).

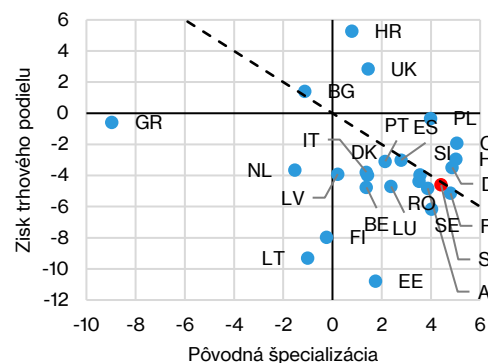
V oboch prípadoch je zmena trhového podielu rozdelená na dve zložky: pôvodnú geografickú špecializáciu (resp. sektorovú), ktorá vyjadruje, aký dynamický je import krajín (resp. produktov), na ktoré sa daná krajina špecializuje a zisk trhového podielu v rámci geografických (resp. produktových) trhov, ktorý vyjadruje, ako úspešne sa krajina presadzovala v krajinách (resp. produktoch), ktoré exportuje. Pôvodná špecializácia je exogénny faktor, ktorý krajina nevie ovplyvniť, kým zisk trhového podielu je endogénny faktor, ktorý závisí od konkurencieschopnosti danej krajiny.

Graf 6: Geografická dekompozícia zmeny trhového podielu v roku 2015 v krajinách EÚ



Zdroj: ŠÚ SR

Graf 7: Sektorová dekompozícia zmeny trhového podielu v roku 2015 v krajinách EÚ



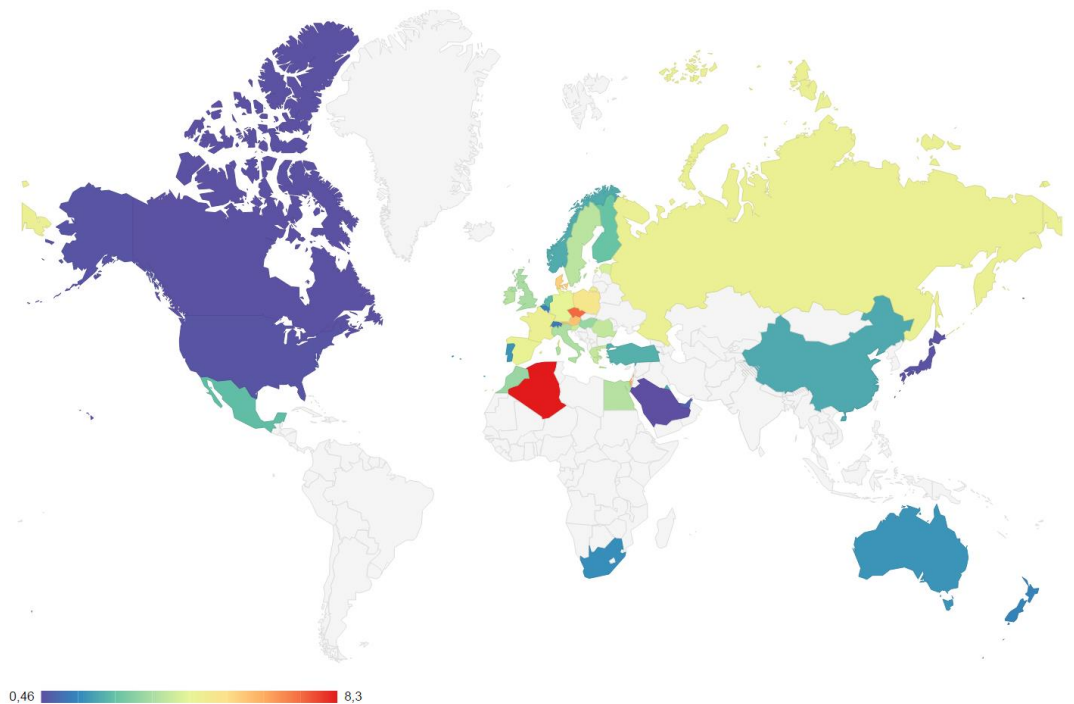
Zdroj: ŠÚ SR

Geografická dekompozícia zmeny trhového podielu ukazuje, že **import obchodných partnerov Slovenska**, podobne ako to bolo v prípade väčšiny krajín EÚ, **rástol pomalšie ako globálny import**, čo znamená strácanie globálneho trhového podielu (záporná hodnota pôvodnej geografickej špecializácie). Na dynamické geografické trhy exportovali z krajín EÚ iba Írsko, Veľká Británia a Dánsko. Obzvlášť negatívne zasiahnuté boli pobaltské krajiny a Fínsko, kde veľká časť exportu smeruje do Ruska. **Slovensko však túto stratu vykompenzovalo mierne úspešnejším presadzovaním sa vo svojich cieľových krajinách**. Opačná situácia nastala pri pohľade na sektorovú dekompozíciu. **Väčšina krajín EÚ (vrátane Slovenska), vyvážala produkty, ktorých import rástol rýchlejšie ako celkový svetový obchod, avšak v rámci týchto produktov prevažne strácali pozíciu v prospech tretích krajín.**

Automobily

Trhový podiel v sektore automobilov v roku 2015 dosiahol 2,1% a oproti predchádzajúcemu roku klesol o 3,2%. Výrobe automobilov, ktorá je na Slovensku dominantná, sa v roku 2015 darilo, s rastom exportu o viac ako 10%. Export áut je geograficky pomerne diverzifikovaný. Autá zo Slovenska smerovali najmä do Nemecka, Veľkej Británie, Francúzska, USA, Talianska, Číny, Španielska, Rakúska, Ruska a Poľska (do týchto 10 krajín smerovalo 71% exportov áut). Najväčšie trhové podiely boli v tomto sektore dosiahnuté v Alžírsku, Česku a Izraeli. Najrýchlejšie rástol trhový podiel v Mexiku (až takmer šesťnásobne), z významných destinácií to bolo najmä Francúzsko, Španielsko, Rakúsko a prekvapivo aj Rusko. Slovenské automobilky stratili trhový podiel najmä vo Veľkej Británii, Číne, Holandsku, Belgicku a Dánsku.

Graf 8: Trhové podiely exportu automobilov v roku 2015



Vyznačené krajiny predstavujú 97,3 % celkového exportu

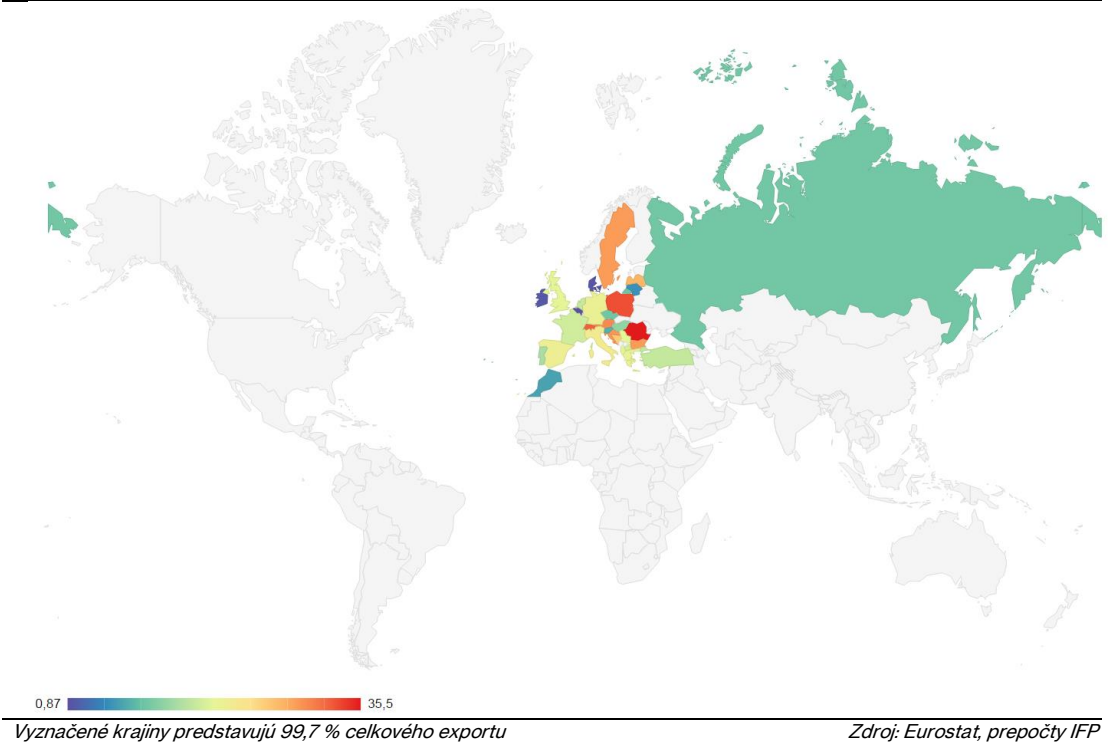
Zdroj: Eurostat, prepočty IFP

Televízory

V rámci elektrotechnického priemyslu je najvýznamnejšou položkou vývoz televízorov. Na rozdiel od automobilov, ktoré po zotavení z krízy v roku 2009 nepretržite rastú, export televízorov dosiahol svoj vrchol v roku 2008 a odvtedy má mierne klesajúci trend.

Trhový podiel exportu televízorov zo Slovenska dosiahol 6,4 % a medziročne sa znížil o 10 %. Televízory sa zo Slovenska vyvážali predovšetkým do Nemecka, Británie, Holandska, Francúzska, Poľska, Talianska, Španielska, Švédska, Švajčiarska a Rakúska. Napriek klesajúcemu globálnemu podielu sú televízory stále jedným z najlepšie sa presadzujúcich sa artiklov v rámci Európy. Ak by sme sa sústredili len na top 30 krajín, kam Slovensko vyváža viac ako 99% televízorov, trhový podiel by dosiahol 18 %, na čele s Rumunskom, Poľskom a Švajčiarskom, kde hodnoty presahujú 30 %. Najvyšší rast trhového podielu bol dosiahnutý v Maroku, vo väčšine významných trhov však podiel v minulom roku klesal.

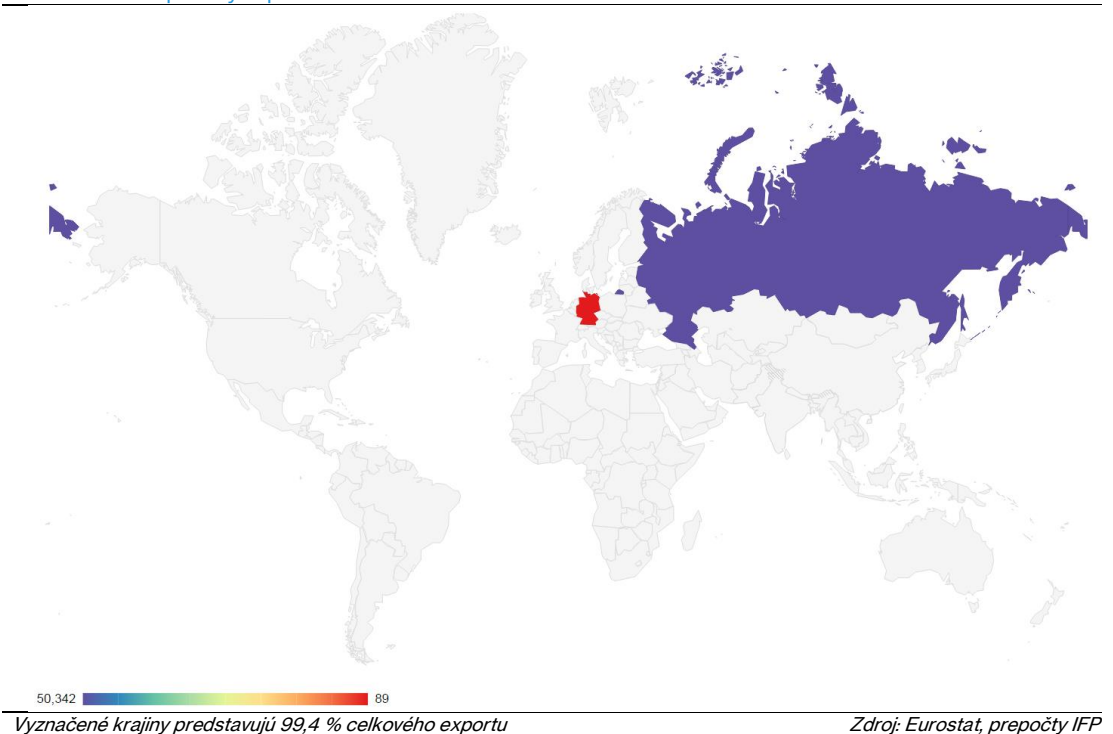
Graf 9: Trhové podiely exportu televízorov v roku 2015



Karosérie

Až 25 % všetkého svetového exportu karosérií pochádza zo Slovenska. Karosérie sú teda položka, kde slovenský export dosahuje najväčší trhoví podiel. Dôvodom je, že zvyčajne sa s karosériami neobchoduje a autá sa spolu s karosériami vyrábajú v tej istej krajine. Export karosérií v roku 2015 stúpol o 16 %. 90 % karosérií zo Slovenska skončilo v Nemecku a zároveň takmer 90 % karosérií dovezených do Nemecka pochádza zo Slovenska. Zvyšných 10 % karosérií sa exportovalo do Ruska (export do ostatných krajín je zanedbateľný, predstavuje menej ako 1 %), kde dosahujú trhoví podiel 50 %.

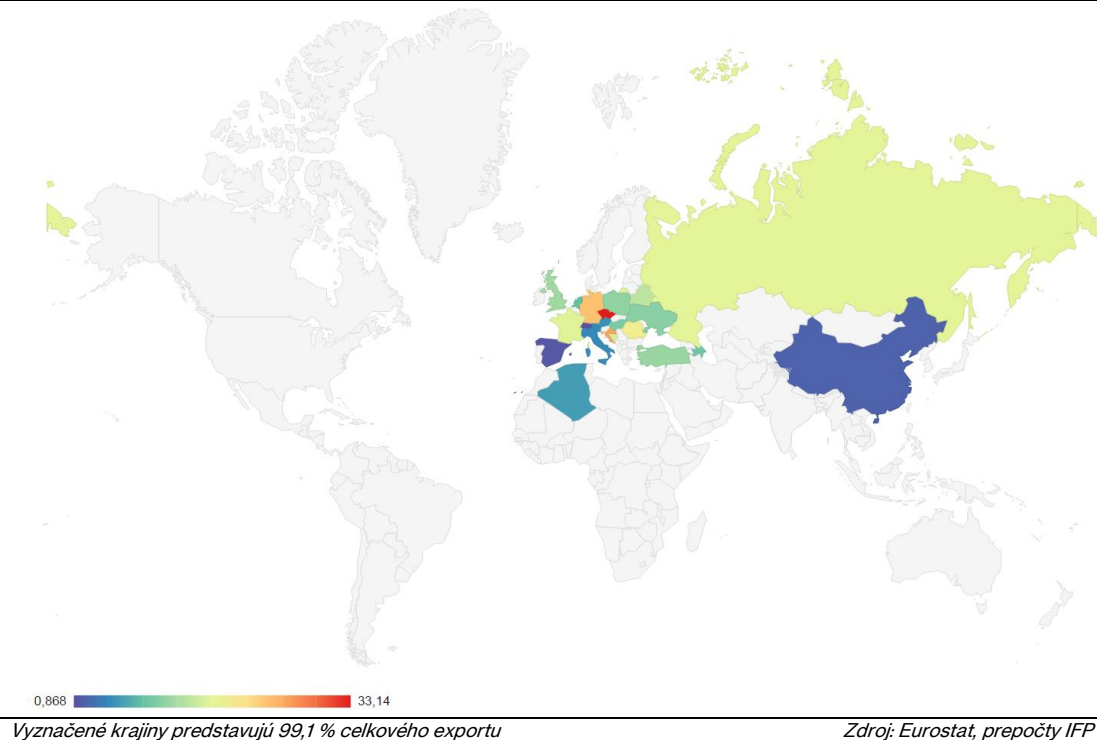
Graf 10: Trhové podiely exportu karosérií v roku 2015



Kotly na ústredné kúrenie

Kotly predstavujú len 0,8 % z celkového exportu Slovenska, po karosériách však majú najvyšší globálny trhový podiel, a to až 10 %. Slovenské kotly smerujú najviac do Nemecka (takmer tretina), Británie a Francúzska, a v menšej miere do Ruska, Česka, Rumunska, Turecka, Talianska, Poľska. Najväčší trhový podiel dosahujú v Česku, Chorvátsku a Nemecku. S výnimkou Británie a Talianska rástol trhový podiel vo všetkých významných destináciách. Celosvetovo sa trhový podiel vo vývoze kotlov zvýšil o 1,9 %

Graf 11: Trhové podiely exportu kotlov v roku 2015



Ostatné tovary s významným trhovým podielom

K ostatným skúmaným tovarom, ktoré v roku 2015 dosiahli významné trhové podiely, patria ešte svetlá do automobilov (2,7 %), pneumatiky (2,5 %), ložiská (2,4 %), pokovované (2,3 %) aj nepokovované (2,1 %) valcované železo. Medzi tovary, ktoré zaznamenali významne vysoký zisk trhového podielu, patria zase pneumatiky (rast o 25,3 %), kompresory (16,9 %), zemný plyn (7,9 %) pokovované valcované železo a časti áut (obe po 7,4 %). Najväčšie poklesy spomedzi ostatných skúmaných tovarov nastali u plastových výrobkov (-6,7 %), ložísk (-5 %) a káblov (-3,5 %)

Materiál prezentuje názory autora a Inštitútu finančnej politiky, ktoré nemusia nevyhnutne odzrkadľovať oficiálne názory Ministerstva financií SR. Cieľom publikovania komentárov Inštitútu finančnej politiky (IFP) je podnecovať a zlepšovať odbornú a verejnú diskusiu na aktuálne ekonomické témy. Citácie textu by sa preto mali odkazovať na IFP (a nie MF SR), ako autora týchto názorov.