

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Zhodnocení významu asijských trhů pro Českou republiku

Kateřina Eiglová

© 2014 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Eiglová Kateřina

Podnikání a administrativa

Název práce

Zhodnocení významu asijských trhů pro Českou republiku

Anglický název

Evaluation of the Importance of Asian Markets for the Czech Republic

Cíle práce

Hlavním cílem práce je zhodnocení a případné nalezení vhodných cest a možností exportu a investic českých exportérů do Asie a dovozců z Asie do Čech. Dílčí cíle budou upřesněny v průběhu zpracování práce. Práce bude zaměřena na menší podnikatele a investory.

Metodika

Teoretická východiska budou vycházet ze sekundárních dat, která budou vyhodnocena na základě metod komparace a syntézy. V praktické části práce bude použita metoda analýzy, budou vyhodnoceny statistické údaje a vytvořeny příslušné grafy a tabulky. Diplomová práce bude obsahovat kapitoly: 1. Úvod, 2. Cíl a metodika, 3. Teoretická východiska, 4. Vlastní práci - praktickou část, 5. Vyhodnocení výsledků, 6. Závěr

Harmonogram zpracování

Studium odborné literatury, stanovení dílčích cílů	(09/2013)
Vypracování teoretických východisek práce, literární rešerše	(12/2013)
Vypracování praktické části, zhodnocení, závěr	(01/2014)
Tvorba finální podoby diplomové práce	(02/2014)
Odevzdání kompletní diplomové práce, odevzdání tezí	(03/2014)

Rozsah textové části

50 - 70 stran

Klíčová slova

Komodity, vývoz, dovoz, investor, exportér, právní úprava, protekcionismus, liberalismus.

Doporučené zdroje informací

YONG, Li, ed. a REUVID, Jonathan, ed. Doing business with China. 2nd ed. London: Kogan Page, 1998. xxix, 558 s. ISBN 0-7494-1741-2

BOSÁK, J., HRUBÝ, D. Čína: zpráva o zrodu velmoci. Praha: XYZ, 2008. 209 s., [24] s. il. příl. ISBN 978-80-7388-124-5.

KENNEDY, Scott. The business of lobbying in China. Cambridge: Harvard University, 2005. 257 s. ISBN 0-674-01547-9.

BĚLOHLÁVEK, F., KOŠŤAN, P., ŠULEŘ, O. Management. Olomouc: Rubico, 2001. ISBN 80-85839-45-8

PEPRNÝ, A., STEJSKAL, L. Mezinárodní obchod 1. vyd. Brno: Ediční středisko, 2011. ISBN 978-80-7375-541-6

SVATOŠ, Miroslav a kolektiv. Zahraniční obchod: teorie a praxe. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0

Vedoucí práce

Regnerová Olga, Ing.

Termín odevzdání

březen 2014



Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry



prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr. h. c.

Děkan fakulty

V Praze dne 24.1.2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Zhodnocení významu asijských trhů pro Českou republiku" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2014

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Olze Regnerové, za její vstřícnost, odborné rady a konzultace při vedení diplomové práce.

Zhodnocení významu asijských trhů pro Českou republiku

Evaluation of the Importance of Asian Markets for the Czech Republic

Souhrn

Předmětem této diplomové práce je charakteristika vybraných asijských trhů konkrétně Japonska, Číny a Korejské republiky s ohledem na české vývozce. Práce v sobě zahrnuje vývoj trhů, odlišnosti a specifika. Teoretická část je zaměřena na jednotlivé trhy a jejich detailní popis pro praktické využití vývozci. Práce je koncipována jako pomůcka pro podnikatele, jsou zde vymezeny hierarchie společností, obchodní zvyklosti a právní základna pro spolupráci.

V praktické části jsou zhodnoceny jednotlivé instituce, které mají exportérům pomoci prakticky. U institucí jsou srovnány nabídky produktů, včetně stručného popisu. Praktická část se věnuje prognóze vývoje vývozu vybraných trhů. Prognóza je provedena za pomoci statistického programu SAS. Jednotlivé prognózy jsou znázorněny v grafu a doplněny tabulkou s údaji o skutečném vývoji a prognózovaném vývoji do budoucna. Jedná se o prognózu od roku 2000 až do roku 2018. Reálnost prognózy však ukáže čas. V závěru praktické části je uvedeno srovnání pracovního života v Číně a v České republice, pro srovnání teoretických východisek se skutečností.

Klíčová slova:

Vývoz, dovoz, exportér, investor, obchodní zvyklosti, právní úprava, liberalismus, protekcionismus, zahraniční obchod

Summary

Subject of this diploma thesis is characterization of selected Asian markets, namely Japan, China and Korea with regard to Czech exporters. This thesis includes the development of markets, differences and specificities. The theoretical part focuses on individual markets and detailed description for practical use by exporters. Thesis is conceived as a tool for businesses, there are defined hierarchy of companies, business customs and legislation for cooperation.

In the practical part of the thesis are evaluated by the institutions which assist exporters in practise. For institutions are aligned product offerings, including a brief description. The practical part is dedicated to forecast of development of selected export markets. Prognosis is performed by using the SAS statistical program. Individual forecasts are shown in the graph and table supplemented with data on actual trends and forecasts, but time will tell. In conclusion the practical part is a comparison of working life in China and the Czech Republic for comparison with reality.

Keywords:

Export, imports, exporter, investor, business customs, legislation, liberalism, protectionism, foreign commerce

Obsah

1.	Úvod.....	10
2.	Cíl práce a metodika.....	12
3.	Teoretická východiska práce	14
3.1	Čína.....	14
3.1.1	Čínská Ekonomika	14
3.1.2	System managementu v Číně.....	17
3.1.3	Hierarchie v čínských společnostech	17
3.1.4	Čínské obchodní zvyklosti	19
3.1.5	Obchodní a ekonomická spolupráce mezi Čínou a ČR.....	20
3.1.6	Obchodní příležitosti v Číně	23
3.1.7	Způsoby řešení obchodních sporů v Číně	23
3.1.8	Ochrana duševního vlastnictví v Číně.....	24
3.1.9	Platební podmínky v Číně	25
3.2	Japonsko	26
3.2.1	Japonská ekonomika	26
3.2.2	System managementu v Japonsku.....	28
3.2.3	Hierarchie japonských společností.....	32
3.2.4	Japonské obchodní zvyklosti.....	33
3.2.5	Obchodní a ekonomická spolupráce Japonska a ČR.....	34
3.2.6	Obchodní příležitosti v Japonsku	36
3.2.7	Způsoby řešení obchodních sporů v Japonsku.....	36
3.2.8	Ochrana duševního vlastnictví v Japonsku	37
3.2.9	Platební podmínky v Japonsku.....	37
3.3	Korejská republika.....	38
3.3.1	Korejská ekonomika.....	38
3.3.2	System managementu v Korejské republice	40
3.3.3	Hierarchie v korejských společnostech	41
3.3.4	Korejské obchodní zvyklosti.....	42
3.3.5	Obchodní a ekonomická spolupráce Korejské republiky a ČR.....	43
3.3.6	Obchodní příležitosti v Korejské republice.....	45
3.3.7	Způsoby řešení obchodních sporů v Korejské republice	45
3.3.8	Ochrana duševního vlastnictví v Korejské republice	46

3.3.9	Platební podmínky.....	46
4.	Praktická část práce	48
4.1	Instituce pomáhající exportérům	48
4.1.1	Czech Trade.....	48
4.1.2	CzechInvest	51
4.1.3	Exportní garanční a pojišťovací společnost	53
4.1.4	Česká exportní banka a.s.	57
4.2	Prognóza vývoje exportu a importu.....	68
4.2.1	Vývoj exportu do Číny.....	68
4.2.2	Vývoj exportu do Japonska	71
4.2.3	Vývoj exportu do Korejské republiky	73
4.3	Srovnání pracovního života ve firmě Preciosa a.s. v Číně a ČR	76
4.3.1	Preciosa a.s.	78
5.	Zhodnocení výsledků a doporučení.....	80
6.	Závěr.....	83
7.	Seznam použitých zdrojů	85
8.	Přílohy	91

1. Úvod

Asijské trhy patří mezi zajímavá a diskutovaná témata. Ačkoliv v povědomí většiny jsou asijské trhy v pozici výrobců a tedy i vývozců zboží a služeb. Asijské trhy mohou působit nasyceně pro české vývozce. V posledních letech se však zvyšuje poptávka právě po zboží a službách pocházejících mimo Asii. Zvyšující se zájem lze vysledovat i na tradičních českých výrobcích. Tento nárůst je zapříčiněn zejména zvyšujícím se podílem bohatství v těchto zemích. Místní lidé hledají zajímavé luxusní výrobky, které jsou pro místní trh nezvyklé.

Z důvodu šíře tématu byla práce zúžena na vybrané země. Práce se zabývá Čínou, Japonskem a Korejskou republikou, jakožto nejsilnějšími ekonomikami. Na asijských trzích se lze setkat s mnoha specifiky a odlišnostmi oproti trhu evropskému. Tyto odlišnosti jsou dány rozdílným vývojem zemí, kulturou a zvyklostmi. V rámci vybraných ekonomik však lze vysledovat i mnoho podobností.

Ekonomika Japonska po druhé světové válce byla v troskách, podařilo se nastartovat hospodářský růst, díky kterému se z Japonska stal prosperující stát, často označovaný za „hospodářský zázrak“. V současnosti stojí Japonsko na třetí příčce nejsilnějších ekonomik světa. V posledních letech však čelí kritice za enormně vysoký státní dluh, jenž je na první příčce v celosvětovém srovnání. Snižující se porodnost a stárnoucí populace situaci výhledově nezlepší, naopak spíše zhorší. Japonsko rovněž trápí více než dvě desetiletí trvající deflace, mající negativní dopad zejména na finanční trh.

Čína oproti Japonsku v posledních třech desetiletích prošla mnoha reformami, které pomohly proměnit ekonomiku a otevřít se světu. Došlo k transformaci z centrálně plánované na tržní ekonomiku. Čína stále zachovává plánovanou ekonomiku ve formě pětiletok. Čína je dnes nejsilnější ekonomikou rozvojových zemí a druhou nejsilnější ekonomikou světa. V případě Číny se nehovoří pouze o velké ekonomice, silné armádě, politickém zřízení, ale i o více jak pětině populace na Zemi.

Korejská republika z důvodu své geografické polohy a historickému vývoji čelila nepřehlednému zájmu ze strany České republiky. Korejská republika působila poněkud

uzavřeně oproti třeba Japonsku. Tento fakt byl zapříčiněn politickými problémy způsobenými sousední Severní Koreou. V posledních letech se spolupráce s Českou republikou zlepšuje, zejména díky pomoci Korejské vlády.

V současnosti má mnoho podniků a investorů obavy ze vstupu na tyto trhy. Překážky nastávají z důvodu neznalosti daného trhu a kultury, která je velmi odlišná oproti místní. Bariéra nastává také v jazykových dovednostech, či finanční náročnosti příprav vstupu na vybraný trh.

Zvyšující se poptávka po zboží a lepší kupní síla obyvatel by mohla motivovat české výrobce expandovat do Asie. Porozumění cizím kulturám a zvyklostem napomáhá navázat kontakt s novými destinacemi.

2. Cíl práce a metodika

Cílem diplomové práce je shrnutí pravidel pro obchodování na vybraných trzích. Zejména je zde snahou o zhodnocení, či nalezení vhodných cest a možností, jak na tyto trhy vstoupit s ohledem na rizika s tím spojená. Diplomová práce shrnuje poznatky o jednotlivých trzích tak, aby mohly být využity jako pomůcka pro exportéry. Dílčím cílem diplomové práce je srovnání jednotlivých zemí. Zejména srovnání obchodních zvyklostí, hierarchie a managementu podniků či platební podmínky. Dílčí cílem je porovnat jednotlivé české instituce pomáhající exportérům prosadit se na zahraničních trzích, srovnání nabízených produktů a služeb.

Dílčím cílem je zpracování prognózy vývoje vývozu na jednotlivých trzích. Prognóza se týká srovnání skutečných dat a prognózovaných dat, od roku 2000 až po rok 2018. Tedy prognózování i budoucího vývoje zvolených trhů.

Při zpracování diplomové práce byly použity následující metody. V teoretické části byla využita metoda deskriptivní, jenž vychází ze studia odborné literatury, článků a internetových zdrojů. Základem pro psaní práce bylo nastudování dané problematiky z dostupných zdrojů a zkušeností.

V praktické části byly použity metody deskriptivní a komparativní pro zjištění údajů o konkrétních institucích, které mohou být nápomocné exportérům. Dále byla využita metoda dotazovací, konkrétně za pomoci řízeného rozhovoru pro podložení teoretických východisek. Následně bylo využito ekonometrického modelování vývoje exportu.

Diplomová práce je rozdělena na tři části. První část neboli teoretická část, kde jsou popsány jednotlivé trhy. Obsahem první části jsou dále jednotlivá specifika konkrétního trhu a odlišnosti od České republiky. Teoretická část vymezuje smluvní základnu určenou pro spolupráci mezi zeměmi a dále obchodní zvyklosti pro konkrétní zemi. V závěru první části jsou vymezeny obchodní příležitosti a právní rámec dané země.

Druhá část diplomové práce neboli analytická část se zaměřuje na konkrétní instituce pomáhající exportérům proniknout na zahraniční trhy. V této části je vysvětlena a zobrazena konkrétní činnost dané instituce, včetně služeb a produktů, které nabízí. Součástí

analytické části je ekonometrické modelování prognózy vývoje exportu na zvolených trzích. Tyto prognózy jsou vytvořeny za pomoci statistického programu SAS prostřednictvím modelu nejmenších čtverců. Prognózování autorka zvolila pro dokreslení zajímavosti a aktuálnosti problematiky nejen v současnosti, ale i do budoucna. Analytická část dále ověřuje teoretická východiska v praxi a to řízeným rozhovorem se zaměstnancem společnosti Preciosa a.s. v Číně.

Třetí část je věnována zhodnocení získaných poznatků, které byly při zpracování diplomové práce získány a navrhnutí určitých doporučení pro zlepšení situace českých exportérů. Závěr patří shrnutí celé práce.

Téma bylo autorkou zvoleno pro osobní zájem o asijskou kulturu, ekonomiku a politiku. V budoucnu je záměrem autorky se této oblasti věnovat i v profesním životě. Diplomová práce je tedy koncipována se smyslem využití pro exportéry a usnadnění vstupu na konkrétní trh.

3. Teoretická východiska práce

3.1 Čína

3.1.1 Čínská ekonomika

Čínská lidová republika se řadí mezi rozvojové ekonomiky. V čele státu stojí prezident, formálně však Čínu vede Komunistická strana Číny. Čína se rozkládá na ploše 9 596 996 km² a je třetí největší zemí světa. Prvenství Číně patří v počtu obyvatel a to 1,354 mld.. Čína je členem významných světových organizací jako je WTO, OSN, OECD. (14) Viz příloha č. 1.

Čína je druhou největší ekonomikou světa, nicméně i zde má hospodářský růst zpomalující tendenci. Meziroční růst HDP byl za poslední čtvrtletí loňského roku 7,7%, což ve srovnání s předchozími lety značí mírný pokles. HDP za rok 2012 bylo ve výši 8 230 bilionu USD. (15)

Obrázek č. 1 – Vývoj HDP v Číně



Zdroj: TRADING ECONOMICS, China GDP,
<http://www.tradingeconomics.com/china/gdp>

Obrázek č. 2 – Vývoj růstu HDP v Číně



Zdroj: TRADING ECONOMICS, China GDP Annual Growth Rate,
<http://www.tradingeconomics.com/china/gdp-growth-annual>

„V Číně nacházíme tři typy ekonomických aktivit, stanovené závazným plánováním, prováděné podle indikativního plánování (v němž je centrální plánování ekonomických výsledků prováděno nepřímou), a řízené tržními silami. Druhá a třetí kategorie vyrostly na úkor té první, ale zboží státního významu a téměř všechny významné stavby zůstávají pod závazným plánovacím systémem.“ (2, s. 132)

Čína významně ovlivnila světovou ekonomiku až od konce sedmdesátých let, jelikož od této doby se přestala izolovat od vnějších vztahů. V předchozích letech byla využívána spíše jako pro-exportní země pro zahraniční společnosti.(1, s. 277) Od sedmdesátých let minulého století upustila Čína od systému hospodářství socialistického typu. Docházelo k dekolktivizaci zemědělství, místo těžkého průmyslu se začala Čína orientovat na průmysl lehký, zejména na špičkové technologie. Rozvoj byl ovšem omezen nedostatečnou infrastrukturou, tudíž nebylo možné efektivně dodávat do podniků suroviny, například uhlí. (16)

Nejlépe prosperující oblasti se nacházejí podél pobřeží, kde je situováno nejvíce bohatství. Čínská vláda se snaží potlačit rozvoj pouze těchto oblastí. Mezi prosperující oblasti patří

Ču-ťiang, Jang-č-ťan a Č' - li. Čínská vláda přenesla pozornost na rozvoj vnitrozemí, aby bylo konkurence schopné. (16)

Náboženství

Náboženství v Číně je zastoupeno buddhismem, taoismem, islámem a křesťanstvím. Čínskou ekonomiku silně ovlivňuje historický vývoj, zejména socialistická revoluce z roku 1949, kdy se Čína téměř izolovala od mezinárodního dění. V případě těžkého průmyslu, který od revoluce zůstává ve vlastnictví státu. Vláda má od revoluce také monopolní postavení v určování zásobování zemědělskými komoditami. (1, s. 268)

Zemědělství

Půda vhodná k pěstování se rozkládá pouze na 10% rozlohy země. Z čehož přibližně sotva polovina má dostatek zavlažovacích systémů. Čína je největším producentem rýže, dále ji řadíme k největším exportérům pšenice, kukuřice, tabáku, sójových bobů, burských oříšků a bavlny. Rýže se pěstuje zejména v jižních provinciích, kdežto pšenice se pěstuje spíše na severu. Neméně důležitou položku zemědělství tvoří chov dobytka a to zejména chov vepřů a kuřat. (16)

Přírodní zdroje

Čína má bohatá naleziště minerálů a má vysoký energetický potenciál, který není doposud plně využit. Na severovýchodu Číny nalezneme uhlí a ropu, kdežto v centrální Číně jsou naleziště uhlí a na jihu je produkována vodní energie. Čínu řadíme také mezi největší producenty textilu, wolframu a antimonu. (16)

Obchod

Veškeré finanční instituce vlastní stát. Mezi nejdůležitější finanční instituce Číny patří Čínská lidová banka a Ministerstvo financí. Čínská lidová banka spravuje nejen domácí, ale i zahraniční měnu. V minulosti poskytovala čínská vláda jisté finanční podpory bez návratnosti. V současnosti bylo od těchto zdrojů financování téměř upuštěno a nahrazeno půjčkami. Zdroje financování přicházejí spíše ze zahraničí. Čína obdržela půjčky nejen od Světové banky, ale i od zemí, především z Japonska. (16)

Čína vyváží především elektroniku a elektronické součástky, textil, chemikálie a paliva. Mezi cílové země exportu řadíme USA, Japonsko, země EU a Jižní Koreu. Do Číny se dováží nejvíce stroje a zařízení, chemikálie a paliva.(2, s. 135) Z České republiky se nejvíce dováží, nejčastěji se jedná o strojírenské výroky, chemikálie a hutnický materiál. Mezi největší české exportní společnosti patří Tatra, Korado, Vítkovice. (3, s. 87).

3.1.2 Systém managementu v Číně

V Číně platí v mezilidských vztazích nerovnost, což znamená, že starší osoba by měla mít přednost před mladší. Tento fakt se přenesl i do obchodních společností a vztahů, kde tedy už z tradice vyplývá respekt podřízeného k nadřízenému. (17)

Hierarchie ve společnostech vypadá následovně: ve vedení podniku stojí starší manažer, který předává úkol přímému podřízenému, úkol je opět předán o úroveň níž. Zaměstnanci nemají možnost ohradit se proti předání úkolu, jednalo by se o zpochybnění rozhodnutí nadřízeného, což je nepřijatelné. Ukazovalo by to neúctu vůči vedení. Existence vztahu manažera (otce) vůči podřízenému (dítě), kdy podřízení zaměstnanci jsou loajální a poslušní vůči svému manažerovi. Manažer se na oplátku stará o blaho svých zaměstnanců. (17)

Starší manažeři mají velmi často vazby na komunistickou stranu, jejich rozhodnutí tedy musejí korespondovat s tím, co chce strana. V čínských společnostech pracuje mnoho špatných a nevzdělaných manažerů, kterým schází zkušenosti. Tito manažeři velmi obtížně zvládají pracovat v rychle se rozvíjející ekonomice. Společnosti si je najímají zejména z důvodu ušetření nákladů. Kvalitní a zkušení manažeři jsou pro společnost velmi drazí, zajišťují však dobrou firemní politiku a image. (17)

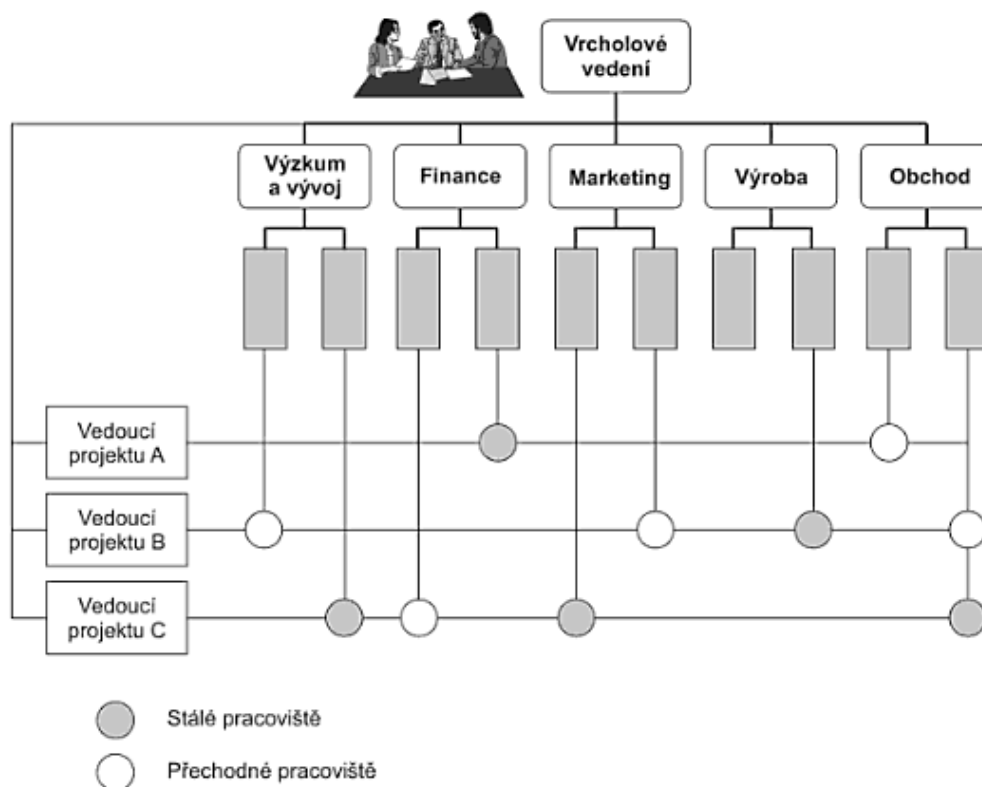
3.1.3 Hierarchie v čínských společnostech

Tradiční prvky se téměř vytrácejí, vyjma nerovnosti v mezilidských vztazích. Éra vlády komunistické strany zakládá důraz na strukturu, nikoliv na individuum. Až do současnosti se zachovalo tradiční *dan wei*, které zajišťovalo určitá práva pro zaměstnance, jako je stravování, ubytování a lékařská péče. (17)

V současnosti je velmi oblíbené vytvářet joint-venture s čínskými podniky, což pomáhá navázat dobré vztahy. Je to nejrychlejší a nejsnadnější způsob jak navázat kontakty. Riziko pro zahraniční společnosti spočívá ve správném výběru společnosti, kde se toto podaří. Společnost však musí počítat s velkou časovou rezervou. (17)

Jelikož v Číně se klade důraz na hierarchii a styl vedení, používá se velmi často maticově-orientovaná struktura řízení. Na horizontále jsou činnosti rozděleny podle funkcí, například výroba a na vertikále jsou rozděleny podle výrobků či projektů. Pokud se bude společnost snažit obejít hierarchii, může to spolupráci spíše zpomalit. (17)

Obrázek č. 3 – Schéma maticové struktury



Zdroj: MALLYA, Thaddeus. Základy strategického řízení a rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, s. 148

Upozornění, na která je třeba brát zřetel:

- osobní vztahy jsou velmi důležité při podnikání v Číně, jejich význam je třeba nepodněcovat
- setkání jsou často dlouhá a zdánlivě bez jasných výsledků. Velmi často se mění cíl jednání, na budování obchodního vztahu, namísto dosažení obchodního cíle
- Číňané jsou silně vlastenecký národ. Nevhodné jsou pohrdavé poznámky o Číně, politické situaci a lidských právech
- je obtížné číst řeč těla podle západních standardů, je třeba být na pozoru při jakékoliv změně v držení těla (17)

3.1.4 Čínské obchodní zvyklosti

Čínští obchodníci neradi obchodují s lidmi, které neznají. Před začátkem jednání očekávají formální představení, jelikož čínští obchodníci nenavazují hovor s nikým, kdo se jim předem nepředstaví. Doporučuje se, zajistit představení přes osobu, kterou znají obě strany, jak čínský obchodník, tak český investor. Nejlépe funguje společný přítel. Přátel si totiž Číňané váží. (5, s. 43)

Pokud se jednání koná bez této osoby, je třeba připravit pro partnery co nejvíce informací nejen o společnosti, ale i o zamýšlené schůzce. Při jednání se očekává pomalá mluva a dobré vyslovování. V žádném případě nezvyšovat tón hlasu či křičet. Po podání ruky, obchodní partner očekává, že obdrží vizitku. Na vizitkách si Číňané potrpí, nejlépe je mít vizitku dvojjazyčnou. Z jedné strany v angličtině, ze strany druhé v čínštině. Vizitka má být vytištěna na kvalitním papíře. (4, s. 33-34)

Na začátku jednání se volí neutrální témata, nevhodné je hovořit o obchodních záležitostech přímo. Zvolení témata, ve kterých se Číňané dobře orientují, je žádoucí. Není slušné ptát se Číňanů na téma „západní svět“ a politika. Spíše se zajímat o témata, z které části Číny obchodní partner pochází, zdali je ženatý případně otázky na děti. Otázky jsou pokládány i protistraně, zejména otázky týkající se Číny. Jaká místa investor v Číně navštívil, zdali hovoří čínsky, případně otázky ohledně čínského jídla. V případě oslovení obchodníka se vždy oslovuje nejprve příjmením až poté jménem. Číňané si na správném oslovení zakládají. (5, s. 54)

Při samotném jednání hovoří vždy jeden vybraný člen týmu. Čínští obchodníci neuvítají, pokud mluví více osob najednou, nebo se osoby v hovoru střídají. Před cestou na jednání se očekává příprava, zejména ohledně tématu jednání a seznamu účastníků. Všechny tyto údaje jsou odeslány s předstihem (před jednáním). Obchodní jednání se odehrává v zasedacích místnostech, výjimečně se jednání odehrává v kanceláři. Obchodník na jednání dorazí vždy včas, zpoždění se netoleruje. Do jednací místnosti vchází jako první zahraniční hosté, kteří usedají jako první. V Číně nebývá zvykem udávat přesný zasedací pořádek. Ne všichni účastníci jednání jsou představeni, jelikož Číňané si na jednání berou i pozorovatele. Pozorovatel je mladý zaměstnanec, který se teprve zaučuje a nemá možnost se k jednání vyjádřit. (4, s. 34-35)

Jelikož většina Číňanů neumí dobře anglicky, nabízí se využití služeb tlumočnicka. Zabrání se případnému nedorozumění. Obchodník hovoří směrem k partnerovi, nikdy ne směrem k tlumočnickovi. Číňané neuznávají hovorové výrazy. (4, s. 35)

Obchodní schůzka bývá dlouhá, jelikož požadavky se vznášejí postupně. Číňané v průběhu rozhovoru často přikyvují, nicméně, ani toto přikyvování nemusí znamenat, že souhlasí. Proto je vhodné zopakovat na závěr jednání vzájemnou dohodu. Po skončení jednání se s vybraným zástupcem domlouvá na dalších podrobnostech. Jednání se ukončuje podáním ruky. (5, s. 73)

Číňané rádi dostávají dárky, nejlépe umění. Doporučuje se přivést s sebou na jednání dárek ze své země. Mezi vhodné dárky patří porcelán, broušené sklo, vázy či obrazy. Samozřejmě se neočekává, že tyto dárky budou příliš drahé. Číňané by drahé dary nepřijali, cítí se zostuzen. Návštěva hostiny je spojena s velkým množstvím jídla, až 30 chodů. Očekává se, že host ochutná všechna jídla. U jídla se velmi často kouří a pije alkohol, nabízí se pivo či místní likéry a pálenky, které mívají vysoký obsah alkoholu. (18)

3.1.5 Obchodní a ekonomická spolupráce mezi Čínou a ČR

Čeští občané mají pro vstup do Číny vízovou povinnost, žádost se podává v Praze na čínském velvyslanectví. Čína je pro české vývozce velmi zajímavou destinací, nejen jako další trh pro působení, ale také jako levná pracovní síla, v případě otevření například továrny. České podniky Čínu často odsuzují za nedodržování lidských práv a práv obecně

(korupce), proto se stává, že nechtějí na tento trh vstoupit. Pokud se rozhodnou na čínský trh vstoupit, problém nastává téměř okamžitě a to díky neznalosti tohoto trhu. Přehnaná snaha čínskému partnerovi se zalíbit a přizpůsobit není vhodná. Čeští obchodníci velmi neradi přijímají čínský styl jednání. (72)

Záporem obchodování na čínském trhu je nepřehlednost a neexistence uceleného daňového systému. Běžně se stává, že daňová přiznání bývají různě pozměňována a upravována samotnými úředníky, kteří nevědí jak daň vypočítat a danou společností se nechají uplatit. Pokud se o společnost začne zajímat auditor a provádí kontrolu, pravdivou kontrolu vůbec neprovede, nechá si pouze předložit zidealizovanou verzi skutečnosti, vše odsouhlasí a zinkasuje peníze. (72)

Vývoz do ČLR není jednoduchý, z důvodu obtížného prosazení, zejména z důvodu četné konkurence. Pokud není zboží ihned zkopírováno, obchodník naráží vzápětí na problém s ochrannými známkami. Ochranné známky slouží jako ochranný prvek, aby zboží nebylo zkopírováno. V Číně mají čeští exportéři zastánce - Smíšenou česko-čínskou komisi pro hospodářství a obchod.¹ Dále mají exportéři zastání v pobočkách CzechTrade například v Šanghaji a Čcheng-tu. (3, s. 86-87)

Smluvní základnu mezi ČLR a Českou republikou tvoří tyto smlouvy:

- *Ujednání o školských výměnách mezi Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy České republiky a Ministerstvem školství Čínské lidové republiky na léta 2012 – 2015*
- *Protokol o kulturní spolupráci na léta 2012-2014 mezi Ministerstvem kultury České republiky a Ministerstvem kultury Čínské lidové republiky*
- *Smlouva mezi vládou České republiky a vládou Hongkongu - zvláštní administrativní oblasti Čínské lidové republiky o zamezení dvojímu zdanění a zabránění daňovému úniku v oboru daní z příjmu*
- *Smlouva mezi vládou České republiky a vládou Čínské lidové republiky o zamezení dvojímu zdanění a zabránění daňovému úniku v oboru daní z příjmu*

¹ Ve zkratce Smíšená komise, zde je možno jednat se zástupci vlády, ministry, náměstci ministrů zabývající se obchodem

- *Smlouva o přátelství a spolupráci mezi Československou republikou a Čínskou lidovou republikou*
- *Dohoda o spolupráci v oblasti lesního hospodářství mezi Ministerstvem zemědělství České republiky a Státním lesnickým úřadem Čínské lidové republiky*
- *Dohoda o kulturní spolupráci mezi vládou Československé republiky a vládou Čínské lidové republiky*
- *Dohoda o spolupráci v zemědělství a potravinářském průmyslu mezi Ministerstvem zemědělství České republiky a Ministerstvem zemědělství Čínské lidové republiky*
- *Dohoda mezi Českou republikou a Čínskou lidovou republikou o podpoře a ochraně investic*
- *Protokol o spolupráci mezi Federálním ministerstvem zahraničních věcí Československé socialistické republiky a Ministerstvem zahraničních věcí Čínské lidové republiky*
- *Dohoda o hospodářské spolupráci mezi vládou České republiky a vládou Čínské lidové republiky. (19)*

Pro založení obchodního zastoupení v Číně se hojně využívá služeb zprostředkovatelů nebo poradenských firem. V ČLR působí mnoho společností, nejen pouze čínských, které pomáhají zakládat obchodní zastoupení. Jmenovitě jde o společnost Dezan Shira nebo Corporation China. Využití služeb těchto společností bývá dosti nákladné, pohybuje se v řádech tisíců amerických dolarů. (20)

Reprezentační kancelář se řadí mezi obchodní zastoupení, zabírá však mnoho času při založení. Jedná se o sled několik kroků:

Nejprve získání povolení od Ministerstva obchodu, aby došlo k získání povolení, obchodník předloží požadované dokumenty: „*application letter, výpis z obchodního rejstříku, jedná se o bankovní referenci ke spolehlivosti firmy, dále vedoucí reprezentační kanceláře, nájemní smlouva a doporučení od čínského partnera nebo zprostředkovatelské kanceláře.*“ (20)

1. *„Registrace na State Administration for Industry and Commerce*
2. *Získání razítka na Public Security Bureau*

3. *Registrace u soudu*
4. *Řešení finančních otázek*
5. *Registrace na daňových úřadech*
6. *Registrace na celním úřadě“ (20)*

Mezi další možnosti lze zařadit založení společného podniku alias joint venture, či podnik plně vlastněný zahraničním majitelem.

3.1.6 Obchodní příležitosti v Číně

Čína patří k rychle se rozvíjejícím zemím. Mezi zajímavé obory patří energetika, při rostoucí spotřebě energií nejen v domácnostech, si žádá nové zdroje energií, zejména obnovitelné zdroje. Důlní technika, kdy Čína vlastní mnoho přírodních zdrojů, které těží. Momentálně se klade velký důraz na zefektivnění těžby a zvýšení bezpečnosti. Čína hodlá investovat 6 mld. USD ke zlepšení bezpečnosti. Obnovitelné zdroje, kde čínská vláda chce v budoucnosti investovat právě do obnovitelných zdrojů, sloužící zejména k ochraně životního prostředí. Odpady, týkající se nejenom sběru, ale i zpracování a recyklace odpadu. Infrastruktura, čínská infrastruktura není příliš rozvinutá, nejen v oblasti budování silnic a dálnic, ale i zlepšení hromadné dopravy. (21)

Do lukrativní oblasti patří také zdravotnictví. Čínské zdravotnictví stále nedosahuje kvalit západního světa. Nejen zdravotnické potřeby, ale i pomůcky pro důchodce. Populace v Číně stárne a bude potřeba vyrobit pomůcky k chůzi apod. Mimo výše jmenované oblasti se v Číně silně rozvíjí potravinářský trh, služby, strojírenství, letectví a nové technologie. (21)

3.1.7 Způsoby řešení obchodních sporů v Číně

Řešení sporů se řídí podle čínského práva, pokud jsou smlouvy takto sepsány. Tudiž případný spor je řešen u čínských soudů. Řízení před čínským soudem bývá rychlé a rozsudek je přímo vykonatelný. Pokud se však obchodník rozhodne obchodní spor řešit mimo území Číny, vydaný rozsudek je z pohledu čínského práva bezcenný a není nijak závazný. (22)

Pokud mají obchodníci mezi sebou sjednanou rozhodčí doložku, poté se nejčastěji využívá soudu *China International Economic and Trade Arbitration Commission*. Tato instituce patří k nejstarším a největším. Soud nezávisle a nestranně posuzuje jednotlivé obchodní spory. Spory rozhoduje efektivně a je celosvětově uznáván. (22)

Beijing-Hamburg Conciliation Center, který řeší spory prostřednictvím smířčího řízení. Jedná se o levný a rychlý způsob řešení sporů za pomoci třetí strany s respektováním obchodníků. Využití tohoto řešení nezpůsobuje ukončení spolupráce, naopak má pomoci pokračovat ve spolupráci. (6, s. 1804)

3.1.8 Ochrana duševního vlastnictví v Číně

Ochrana duševního vlastnictví musí být provedena už v Evropě a při vstupu na čínský trh ji ihned rozšířit i na trh místní. Zahraniční registrace v Číně téměř nefunguje, je tedy nutné provést registraci až na místě. Společnosti si nechají zapsat registraci i u celních úřadů. Dovozce musí ohlídat, zda má ve smlouvách konkurenční doložku a doložku utajení. Doporučuje se také ověření v úředních věstnicích úřadů. (23, s. 3)

V Číně jsou 3 možnosti ochrany duševního vlastnictví:

1. Přímé jednání či arbitráž s porušovatelem patří mezi nejsnadnější možnost řešení. Postačuje dopis porušovateli, kde bývá upozorněn na fakt porušení autorského práva, včetně důkazů. Přičemž kopie dopisu se zasílá příslušnému správnímu úřadu. (23, s. 4)
2. Správní řízení, v případě, že dojde k odhalení porušování autorských práv, je třeba obrátit se na správní úřad s důkazem o poškození. Jedná se o následující úřady:
 - „*The State Intellectual Property Office (SIPO) – pro patent, užitný vzor, průmyslový vzor;*
 - *The State Administration of Industry and Commerce (SAIC), Trademark Office – pro ochranné známky;*
 - *The National Copyright Administration (NCA) – pro autorská práva;*
 - *The General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (GAQSIQ) – pro záležitosti duševního vlastnictví, které zahrnují zájmy kvality výrobku a lidského zdraví.“* (23, s. 4)

Príslušný úrad poté rozhodne o provedení kontroly, kde by měl být přítomen i poškozený a následně při prokázání poškození úřad nařídí sankci či trest.

3. Soudní řízení patří mezi pomalé a velmi nákladné řešení. Doporučuje se využití v případech, kdy došlo k větším finančním ztrátám.(11, s. 156-157) Jedině soud zastaví porušování autorských práv, pokud místní správní úřad zamítl toto porušení řešit. I u soudního řízení jsou nutné důkazy, které musí poškozený soudu předložit. Jedná se o údaje týkající se podniku, který práva porušuje. Dále odhadovaná výše prodaných výrobků. V neposlední řadě prokázání, že osoby toto zboží prodávali. (23, s. 4-5)

3.1.9 Platební podmínky v Číně

Nejčastěji používané platební nástroje v Číně bývají dvojího typu a to dokumentární akreditiv a dokumentární inkaso. Obchoduje se většinou v amerických dolarech. V současnosti se lze setkat s použitím přímých plateb. Výhodou použití lze spatřit v rychlosti a jednoduchosti. Přímé platby mají negativum ve vyšším riziku. V praxi obchodníci narazí zejména na tyto podmínky: (24)

- „10% záloha, 75% při nalodění, 10% po příjezdu nebo převzetí zboží, 5% po uplynutí záruční lhůty;
- 10% záloha, 80% při nalodění, 10% po konečném převzetí zboží;
- *kvůli potížím s vymáháním doplatku někteří zahraniční prodejci trvají na 10% zálohy a 90% při nalodění.*“ (24)

Čínští odběratelé otevírají akreditiv přibližně 30 dní před naloděním zboží. Samotná platba probíhá do pěti dnů od předání dopravních dokumentů, jež mají obsahovat: „*konosament, fakturu, certifikát o původu, exportní licenci, balicí list, oznámení o dodávce, jiné formuláře (pro určité druhy zboží) a inspekční certifikát (pokud je to uvedeno ve smlouvě).*“ (24)

3.2 Japonsko

3.2.1 Japonská ekonomika

Japonsko je ostrovním státem ležícím u východního pobřeží Asie, skládá se z více než 3000 ostrovů. Hlavní ostrovy jsou Hokkaidó, Honšú, Šikoku a Kjúšú. Japonsko se celkově rozkládá na ploše 377 804 km². Z pohledu politického se řadí Japonsko mezi císařství. Oficiální název v japonštině zní *Nipponkoku* neboli Japonský stát. (25)

Japonsko patří mezi země s tržní ekonomikou, jedná se o třetí největší ekonomiku světa. Před Japonskem stojí pouze USA a Čína. Podle počtu obyvatel se Japonsko řadí na 10. příčku největších zemí světa. Celkový počet obyvatel v Japonsku je 127,5 mil. Japonsko je členem významných světových organizací jako je OSN, WTO a OECD. Viz příloha č. 2. HDP Japonska za rok 2012 bylo ve výši 5960 bilionu USD, od roku 2006 mělo HDP dosti proměnlivou tendenci. V současnosti má růst HDP zpomalující tendenci. Za 3. čtvrtletí loňského roku byl růst přibližně 2,6%. (26)

Obrázek č. 4 – Vývoj HDP v Japonsku



Zdroj: TRADING ECONOMICS, Japan GDP,
<http://www.tradingeconomics.com/japan/gdp>

Obrázek č. 5 – Vývoj růstu HDP v Japonsku



Zdroj: TRADING ECONOMICS, Japan GDP Annual Growth Rate,
<http://www.tradingeconomics.com/japan/gdp-growth-annual>

Náboženství

Původní japonské náboženství se nazývá šintó, které není jen náboženstvím, ale spíše určitým přírodním principem, jelikož oslavuje přírodu. Náboženstvím v pravém slova smyslu je v Japonsku buddhismus, i s jeho životní filozofií, kterou Japonci aplikují do svých každodenních činností. (27)

Zemědělství

Většinu povrchu tvoří hory, téměř 72%. Tato území jsou hustě zalesněná. Pouze 15% povrchu lze využít k zemědělství. Z důvodu malého prostoru pro zemědělství se Japonci zaměřují spíše na rybolov. V počtu vylovených ryb stojí Japonsko na čtvrté příčce v celosvětovém srovnání. (28) Japonsko patří mezi největší producenty rýže a zeleniny. Rýže se pěstuje zhruba na 40% plochy obdělávané půdy. Na pěstování rýže jsou poskytovány dotace státem. Jelikož japonské zemědělství není soběstačné, musí se plodiny dovážet. (27)

Přírodní zdroje

Těžba nerostů je téměř zanedbatelná ve světovém měřítku, těží se zejména uhlí na ostrově Kjúšú. Dále se těží ropa, železná ruda, zinek, olovo a měď. I přesto se do Japonska musí tyto nerosty a suroviny dovážet. Dováží se zejména palivo. (27)

Obchod

Japonsko má vysoký podíl na terciálním sektoru. Podíl služeb na HDP tvoří 72%, průmysl tvoří 26,5%, zemědělství tvoří pouze 1,4%. Nejvýznamnější odvětvím je sektor finanční, Japonsko se řadí mezi jedno z největších finančních center. Mezi nejdůležitější patří elektrotechnika, chemie, strojírenství a papírenství. Klesá podíl v ocelářství, loďařství a textilním průmyslu. Mezi nejziskovější společnosti lze zařadit Mitsubishi Corp., Sumitomo, Nissan Motor, Honda Motor a NTT DoCoMo. Japonsko nejvíce vyváží do USA, Číny a zemí EU. Naopak nejvíce se dováží z Číny, Blízkého východu, Evropské unie a USA. (27)

3.2.2 Systém managementu v Japonsku

Základním rysem japonského managementu je „rozšiřování výroby a získávání většího podílu na trhu, nikoliv zvyšování míry zisku.“ (7, s. 19) Důležitou roli zde hraje pojem *gambare*², jedná se o metodu vhodnou k řízení pracovníků. Japonci mají rádi nové věci, pokud se tedy rozhoduje o rozšíření výroby či prodeje, není zvykem zakoupit již postavenou nebo používanou budovu. Stavění nových podnikových prodejen či nových výroben se rozmohlo zejména po druhé světové válce. (7, s. 20)

Problém v japonských společnostech spočívá na pracovišti, jelikož zaměstnanci sedí většinou ve velkých kancelářích, kde žádný pracovník nemá soukromí. Neexistuje zde žádný řád či pořádek na stole pracovníků. Japonské podniky neustále najímají nové pracovní síly, až poté se vymýšlí pracovní místo. V japonských společnostech není žádný popis náplně práce zaměstnance. Výhoda spočívá, v důvěře při rozhodování, zaměstnavatel dává zaměstnanci plnou důvěru. V Japonsku se každý rok spáchá mnoho sebevražd z důvodu zklamání zaměstnavatele či neúspěchu v práci. Existuje možnost nechat si poradit od starších kolegů, chybí pracovní postup, jak bývá zvykem v Evropě. (7, s. 21)

² Významem slova *gambare* je být důsledný v plnění svých úkolů či povinností, neboli ekvivalente v češtině je „drž se zuby nehty“. Tento pojem byl znám už za dob samurajů. *Gambare* tedy může posílit pracovníky, k dosažení podnikového cíle. Ovšem negativní stránkou *gambare* je zapomenutí reálných cílů, na úkor vytyčených cílů, jenž byl stanoven na začátku. V praxi se tedy můžeme setkat s podniky, které neustále rozšiřují svou výrobu, otevírají nové pobočky či výrobní, upadají však do větších ztrát, tudíž se tato metoda podniku nevyplatí a podnik velmi často musí být uzavřen či prodán z důvodu vysokých ztrát.

Manažeři bývají často měněni, většinou po období 1 nebo 2 let, poté bývají přesunuti do jiného odvětví výroby. Tito manažeři se nemohou stát odborníky na danou oblast, jelikož nemají dostatek času k získání odborných znalostí. Úkolem manažerů ve společnosti není jen zaměstnance vést, spíše udržovat pracovní morálku. Od manažerů se očekává nadšení pro věc. Styl rozhodování managementu je velmi demokratický, umožňuje zapojení i pracovníků z nižších úrovní. Pokud se řeší na schůzi problém, jsou pozváni i manažeři z jiných oblastí, aby byl problém řešen z komplexního pohledu. Tento styl rozhodování má samozřejmě svá pozitiva i negativa. Tyto manažeři mohou učinit špatná rozhodnutí a podniku spíše uškodit. Problém musí být opakovaně vysvětlován a přednášen, což může být ztrátou času. Velmi často dochází k nepochopení problému a následnému špatnému rozhodnutí. Výhoda spočívá zejména v širším pohledu na problematiku, tudíž i v možnosti nalézt více řešení. (7, s. 23)

U manažerů a zaměstnanců se očekává úplná loajalita k podniku, někdy na úrok schopností a znalostí pracovníka. Japonské společnosti najímají rádi mladé lidi, jelikož dobře vědí, že se dají „tvarovat“ pro potřeby podniku. (7, s. 24)

Definice řízení podle Japonců zní „*nenáhodný soubor prvků, které se neustále mění pod vlivem silně dynamického okolí, a které jsou nejrůznějšími pružnými vazbami propojeny takovým způsobem, že vytvářejí určitý celek (entitu).*“ (9, s. 39) Systémy řízení velmi silně „*ovlivňují efektivitu alokace vzácných disponibilních zdrojů japonské ekonomiky.*“ (9, s. 39)

Systémy rozlišujeme na plánovací, organizační, motivační a kontrolní:

- a) „*Organizační systémy neboli představení subjekty japonského řízení.*
- b) *Informační systémy, jejichž úkolem je sběr, zpracování a předkládání informací subjektům řízení. Účelem této činnosti je efektivní využití.*
- c) *Motivační systémy, které se zabývají způsoby vyvolávání vnitřních pohnutek subjektů k určitým činnostem.*
- d) *Kontrolní systémy zajišťující srovnávání jevů, které nastaly, s jevy požadovanými.*“ (9, s. 42-43)

Japonské liniové struktury, do nichž se řadí tzv. Rada ředitelů neboli vrcholné řízení, v japonštině označováno pojmem *Yakuinkai*. Skládá se z předsedy rady *Shacho* a 2-3 členů, jenž společnost reprezentují (*Daihyo-Ken*) Rada ředitelů stanovuje cíle, upravuje politiku firmy, tržní strategii a dělení zisku. V japonských společnostech tvoří pouze cca. 10%, v západních firmách tvoří Rada ředitelů až 60%. Radu ředitelů volí valná hromada. (8, s. 54)

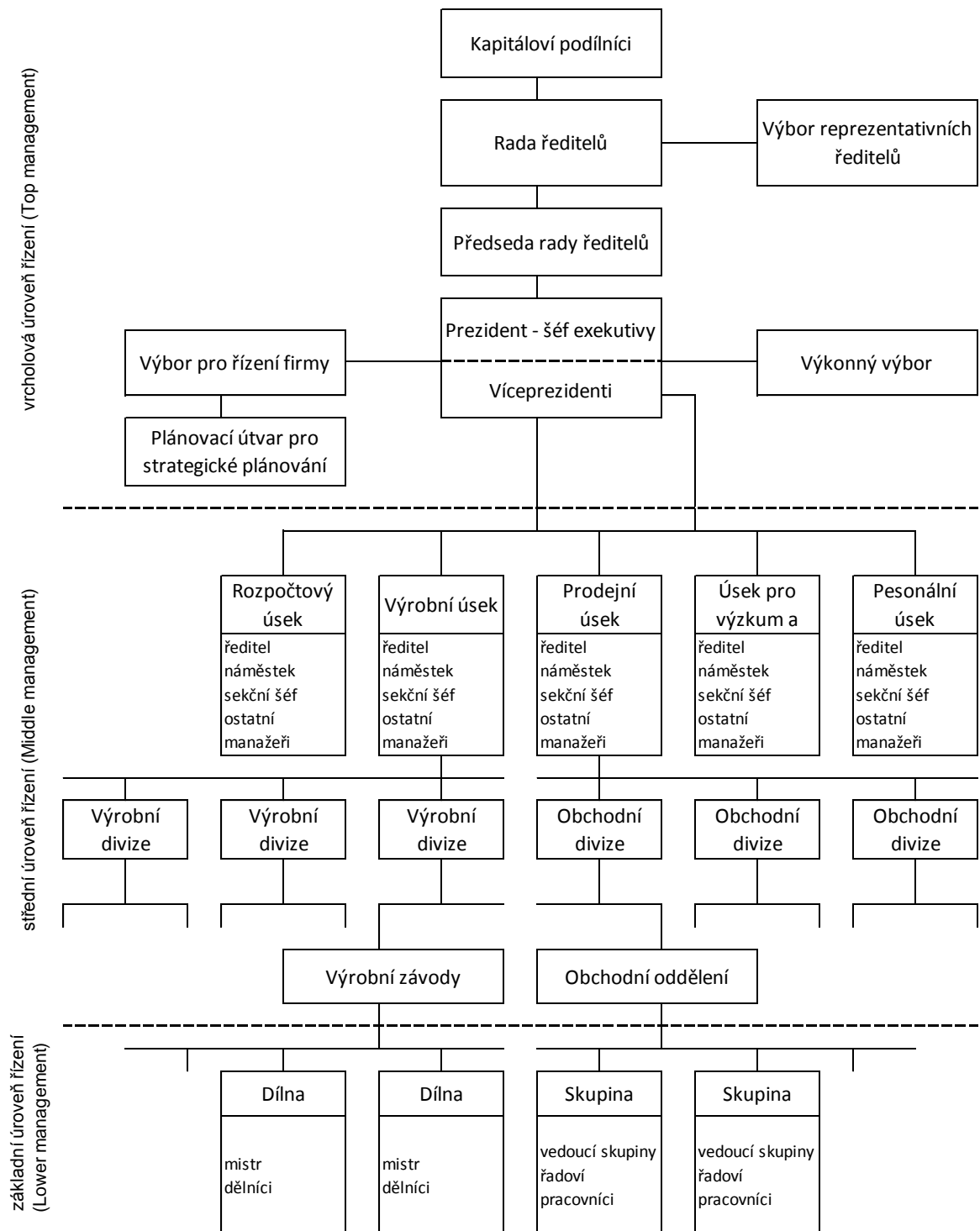
Štábní organizační útvary, které jsou zastoupeny mnohem častěji „vznikají vyčleněním odborných funkcí, které umožňují liniovým manažerům řídit organizaci po profesní stránce.“(9, s. 55) Tyto útvary mají členění na nejvyšší řídicí úroveň *kejej*, které zastupují kanceláře, výbory, rady, komise, speciální poradenské útvary. Mezi hlavní útvary patří *osobní, specializované a generální štáby*.³ (9, s. 55)

Na střední úrovni řízení *kanri* lze nelézt strukturu, která je přímo podřízená vedení. Skládá se z personálního, informačního, technického a výzkumného oddělení. Tyto útvary bývají více specializované, jelikož uvnitř dochází k dalšímu členění na menší články. Vedoucí těchto oddělení mají vztah ke všem podřízeným. Manažeři se neustále stýkají s nižšími liniemi, tímto dotvářejí duch týmu. Negativum spočívá ve velmi pevných vazbách, které ovládají nižší pracovníky. (9, s. 54-56)

Na nejnižší úrovni řízení *ippan* stojí řadový vedoucí, obdoba mistrů v České republice. Každý mistr vede svůj malý úsek zaměstnanců, zejména dělníků. (9, s. 56)

³ Osobní štáby zajišťují administrativní a pomocné úkony. Generální štáby plní plánování či organizování. Například sestavují rozpočet, vypracovávají různé zprávy. Specializované štáby jsou tvořeny zejména kontrolním oddělením, oddělením pro mezilidské vztahy, oddělením pro zahraniční styky.

Obrázek č. 6 – Schéma základní organizační struktury střední a větší společnosti



Zdroj: MARHOULOVÁ, Dagmar. *Japonské systémy řízení*. Praha: Institut řízení, s. 57, vlastní zpracování

3.2.3 Hierarchie japonských společností

Společný rys japonských společností je viděn v péči o zaměstnance. Společnosti mají zájem o osobní život všech svých zaměstnanců. Společnosti se zajímají i o budoucnost svých pracovníků, oproti evropským podnikům a všímá všeobecné spokojenosti. Zajišťuje pro své zaměstnance spousty mimo pracovních aktivit, které mají zaměstnance navzájem sblížit - například večírky, školení, výlety atd. V některých podnicích mají dokonce i své kluby, kde se snaží vylepšovat vztahy kolegů natolik, aby se stali nejen přáteli, ale dokonce manželi. (7, s. 19)

Lidé ve vedení se musejí účastnit těchto akcí. S podřízenými chodí manažeři na obědy a chovají se vůči sobě vždy přátelsky. Je žádoucí, aby se zaměstnanci scházeli po pracovní době například na drink. Nadřízený pracovník získá velkou důvěru svých podřízených. Podřízení pracují tvrději, na oplátku očekávají zastání u vedení v případě potíží.

Sekční vedoucí neboli *kacho* má za úkol pomáhat svým podřízeným, v případě potřeby poradit nebo sám se zapojit. Pokud se podřízený dopustí chyby, v žádném případě jej nekritizuje, místo toho vezme odpovědnost na sebe. Opět má za povinnost strávit čas mimo práci se svými kolegy, aby navázal co nejdůvěrnější vztah. (7, s. 19-20)

Ředitel společnosti má na starosti reprezentaci podniku, schůze s managementem a účast na podnikových akcích. Dále řešení problémů mezi odděleními či mezi manažery. (7, s. 20)

Vnitřní uspořádání společností se člení podle velikosti společností na malé, střední a velké. Jelikož v Japonsku převládají spíše menší a střední podniky, je většina struktur z tohoto prostředí. Každý podnik má přesně stanovenou strukturu, počet oddělení, způsob členění - vertikální a horizontální struktura. (8, s. 4)

V malých společnostech, které jsou vlastněny většinou jednou osobou, se uplatňuje většinou liniový typ struktury. Tento typ se vyznačuje zejména „*nadřízeností směrem dolů a jednoznačnou podřízeností směrem nahoru.*“ (9, s. 51) Ve středních podnicích se kombinují liniově štábní struktury a složitější struktury. V těchto podnicích se „*prolínají vertikální (mocenské hierarchické) vztahy se vztahy horizontálními (profesní specializace),*

různé kombinace liniových a funkcionálních vztahů a stále významnějšími prvky tzv. věcného členění útvarových struktur (divizionální struktury a pružné struktury).“ (9, s. 51)

3.2.4 Japonské obchodní zvyklosti

Japonští obchodníci se v mnoha ohledech podobají čínským obchodníkům. Podobu lze shledat zejména v dochvilnosti a důkladné přípravě před samotným jednáním. Obecně se říká o Japoncích, že jsou velmi tvrdí a neústupní obchodníci. Vyhýbají se konfliktům a při jednání nezvyšují hlas. Netolerují skákání do řeči. Před začátkem jednání si obchodníci ruce nepodávají, ale ukloní se. Samotný úklon má svá pravidla a to v hloubce úklonu. Japonci očekávají, že podnikatel přijde na jednání dobře a kvalitně oblečení. (4, s. 47)

Před jednáním musí mít podnikatel připravený tým se seznamem účastníků jednání. Tento seznam se odesílá přibližně měsíc dopředu obchodnímu partnerovi. Není žádoucí vzít si s sebou na jednání ženu, jelikož v Japonsku mají ženy zvláštní postavení. Většinou zůstávají v domácnosti nebo pracují na zkrácený úvazek. Stejně jako v Číně se doporučuje mít s sebou dobrého tlumočnicka, někdy se jednání účastní i právník. Po představení následuje opět výměna vizitek. Oboustranné vizitky, kdy z jedné strany v angličtině, ze strany druhé v japonštině. Japonci si zakládají na úctě ke starším, ve vedoucích pozicích stojí spíše starší osoby. (4, s. 48)

Při jednání se často sedí na zemi na polštářích nikoliv židlích. Očekává se, že muži sedí v tureckém sedě, ženy mají kotníky podél stehů. Japonci stanovují zasedací pořádek. Při rozhovoru velmi často kývají ve smyslu souhlasu, ale nemusí ve skutečnosti plně souhlasit. Japonci nepoužívají slovo ne, vždy řeknou: „ano, ale...“ Japonští obchodníci se často omlouvají, téměř za každou větu, kterou řeknou. Během jednání opakovat, to co bylo domluveno a odsouhlaseno a ujistit se, že vše platí. Japonci využívají obchodní taktiku „win-win“, kdy obě strany něco získají. K dobré nabídce se na jednání dostává až ke konci. Na závěr úspěšného jednání se pije saké neboli japonská pálenka. (4, s. 48)

Japonci rádi dostávají malé dárky, nejlépe ručně vyráběné sušenky či čokoládu. Pozor však na pečlivé vybrání barvy, jelikož v Japonsku jsou lidé velmi pověřiví. Mezi vhodné barvy patří červená nebo zlatá barva. Japonci hledí do budoucnosti, pokud se tedy podaří uzavřít kontrakt, obchodník bude s partnerem počítat do budoucna. (4, s. 49)

3.2.5 Obchodní a ekonomická spolupráce Japonska a ČR

Japonsko jakožto druhý největší trh v Asii, stále není plně využit ze strany českých vývozců. Na japonský trh není lehké proniknout, je třeba obrnit se dostatkem trpělivosti při navazování obchodních vztahů. Potenciál lze nalézt ve všech oblastech od potravin až po stroje a jejich komponenty. (9)

Pro vstup do Japonska není třeba vízum, vízum potřebují pouze podnikatelé. Česká republika s Japonskem podepsala několik smluv o vzájemné spolupráci. Jedná se o tyto smlouvy: „*Smlouva mezi československou socialistickou republikou a Japonskem o zamezení dvojího zdanění v oblasti daní z příjmu*“, Praha, 11. 10. 1977, dále „*Smlouva mezi Českou republikou a Japonskem o sociálním zabezpečení*“, Praha, 21. 2. 2008. V neposlední řadě „*Dohoda mezi českou republikou a Japonskem o prodeji 40 milionů tun emisních jednotek*“, Praha, 30. 3. 2009. (29)

Japonsko stojí na 18. místě pomyslného žebříčku důležitosti obchodních partnerů. V roce 2012 byl obrat zahraničního obchodu 3 563 milionů USD. Český export dosáhl výše 708 milionů USD. V Japonsku se poptává po výrobcích z českého skla- broušené sklo, lustry, bižuterie, skleněné pilníky na nehty. Dále pak po výrobcích z křišťálu a dřeva- hračky, kuchyňské náčiní, kancelářský a ohýbaný nábytek. Dalšími zajímavými obory jsou české strojírenství, stavební materiály a chemikálie. (29)

K nejvýznamnějším exportérům do Japonska patří společnosti: BMC, Tchecomalt Group, Bohemia Hop, Top Hop, Obchodní sladovny Prostějov, Crystalex, Nová Huť Export a.s., Škoda Plzeň, Nikom a.s., IVAX, ČKD Blansko, Preciosa, Jablonex, Linet. Co se týče dovozu do ČR, mezi nejvýznamnější společnosti patří Bridgestone, Canon, Honda, JVC, Konica Minolta Business Solutions, Olympus, Panasonic a Toyota Motor Czech. (29)

Japonsko ovšem není jenom země dovozní nebo vývozní, pro ČR je důležitým investorem, v roce 2012 dosáhly investice 3,1 mld. USD. Investice jsou využívány zejména v oblastech nových technologií. Mezi největší investice patří korporace automobilových značek Toyota, Peugeot a Citroën, zde bylo investováno více než 1 mld. EUR. (29)

V případě zahraničního zastoupení se doporučuje otevření vlastní filiálky (branch office), v Japonsku se jedná o právnickou osobu. Díky této formy lze podnikat za účelem zisku, včetně uzavírání smluv na vlastní jméno. Jelikož se jedná o právnickou osobu podnikající na území Japonska, bude zde i subjekt platit daně. Společnost musí předkládat údaje nejen ohledně filiálky, ale i o mateřské společnosti v cizině. (30)

Zastupitelská kancelář nepatří mezi právnické osoby, ale mateřská společnost tento status má. Nemá oprávnění uzavírat smlouvy, či podnikat na vlastní účet. Zastupitelská kancelář se zakládá za účelem výzkumu, propagace, monitorování trhu, apod. Kontaktní kancelář není opět uznávána jako právnická osoba, tento subjekt monitoruje místní zastupitelské síť. (30)

Ve velkých městech lze pronajmout již zařízenou kancelář, informace o těchto kancelářích jsou dostupné na stránkách agentury JETRO⁴. JETRO je vládní organizací podporující zahraniční obchod. Umožňuje na svých webových stránkách www.jetro.go.jp najít obchodní partnery v šesti kategoriích: „vývoz, dovoz, přesun technologií, investice, podnikatelská spolupráce, zakládání kanceláří a podniků a podpora podnikání.“ Zájemce zadá do webové aplikace své požadavky a program najde vhodné obchodní partnery. (31)

Japonská asociace dovozců strojní techniky JMIA⁵ má v současnosti 80 členů. Na svých webových stránkách www.jmia.or.jp nabízí zahraničním společnostem zaregistrování své strojírenské výrobky, které by chtěli do Japonska dovážet. Konkrétně se jedná o osm kategorií: „informační technologie, telekomunikace, elektronické výrobky, zpracování kovů, průmyslové stroje, zařízení továren, dopravní stroje, strojní díly“. Všechny zaregistrované výrobky přeloží do japonštiny a rozešle je svým členům a následuje zveřejnění v odborném časopise Machinery World. (31)

⁴ JETRO – Japan External Trade Organization

⁵ JMIA – Japan Machinery Importers Association

Japonská Obchodní a průmyslová komora JCCI⁶ na svých webových stránkách nabízí registraci zdarma a umístění svých výrobků. Podle vyplněné činnosti je nabídka odeslána vhodné japonské firmě. (31)

Tokijská obchodní a průmyslová asociace, kde „*cílem je přispívat k revitalizaci ekonomiky v celé oblasti tokijské metropole a jež jsou zaměřeny zejména na malé a střední podniky.*“ Tato asociace sdružuje jen společnosti působící v Tokiu. Zájemce se zaregistruje na webových stránkách společnosti. Společnost pomáhá malým a středním podnikatelům. (31)

3.2.6 Obchodní příležitosti v Japonsku

Japonci si potrpí na kvalitní produkty, zejména v oblastech designu, nejen u módy, ale i u bytových doplňků. Japonci mají rádi spojení tradice a moderní technologie. Jmenovitě jde o „*zemědělské a potravinářské výrobky, alkohol, nealkoholické nápoje a vína, stavební technologie (nové materiály, technologie, služby architektů, konzultantů), zdravotní technika, léky, generika, vakcíny, kosmetika, módní návrhářství, interiérový design, dodávky zařízení pro těžký průmysl, obráběcí a tvářecí stroje, letecký průmysl a vesmírné technologie, obranný průmysl (elektronické a optoelektronické systémy, radary), environmentální a energetické technologie (vč. alternativní zdroje energie), informační a komunikační technologie (vývoj softwaru, vývoj systémů u chytrých sítí /smartgrids/), služby (architekti, projekční kanceláře, designéři, poradenství, spojené s moderními technologiemi a zábavou), spotřební zboží, potřeby pro stárnoucí populaci a nové technologie (nano-, bio-, nové materiály).*“ (32)

3.2.7 Způsoby řešení obchodních sporů v Japonsku

Řešení obchodních sporů v Japonsku není jednoduchou záležitostí, překážky nastávají zejména z důvodu jazykové bariéry. Spory se v Japonsku vedou dlouhou dobu. Instituce, které řeší obchodní spory, se nazývá JCAA⁷. Obchodní spor je projednáván v japonštině, podle japonského práva. Nevýhodou tohoto řešení jsou i vysoké náklady za řízení. (33)

⁶ JCCI – Japanese Chamber of Commerce and Industry

⁷ JCAA – Japan Commercial Arbitration Association

International Chamber of Commerce, patří rovněž mezi instituci pomáhající v případě obchodních sporů, avšak sídlo má v Paříži. Tato instituce nabízí mnoho nástrojů, které pomáhají řešit podnikání v zahraničí. Vytváří různá pravidla a kodexy, dle kterých se mohou v případě sporů obchodníci řídit. Zabývají se problematikou mezinárodního práva a obchodu. (34)

Japonci však dávají přednost před soudním sporem ústupku i za cenu ztráty, důsledkem však je rozvázání spolupráce s danou firmou. (34)

3.2.8 Ochrana duševního vlastnictví v Japonsku

Od roku 2003 kdy vešel v platnost zákon č. 122/2002 Sb., o duševním vlastnictví, z čehož vyplynula další legislativa - patentový zákon, zákon o užitém vzoru, zákon o designu, zákon o nekalé soutěži a autorský zákon. V Japonsku zatím nedošlo k porušení práv duševního vlastnictví vůči českým společnostem, Japonci zákony striktně dodržují. V roce 2012 byla ochrana práv posílena Obchodní dohodou proti padělatelství mezi Japonskem a Evropskou unií. (73)

3.2.9 Platební podmínky v Japonsku

Japonští obchodníci patří mezi velmi spolehlivé partnery, kteří dostávají svým závazkům. Problém nastává spíše na straně českých obchodníků, zejména v oblasti pozdního dodání zboží. Japonští obchodníci mají tuto stránku ošetřenou ve smlouvě a to sankčními podmínkami. Český obchodník však ztrácí důvěru u svého japonského partnera. (35)

V Japonsku není zvykem řešit problematiku platebních podmínek. V některých případech, pokud se vyžaduje akreditiv, japonská strana se urazí z důvodu nedůvěry. Doporučuje se hlídat platební podmínky pouze u malých podniků, zde se nabízí řešení ve formě dokumentárního akreditivu. (35)

3.3 Korejská republika

3.3.1 Korejská ekonomika

Korejská republika patří mezi demokratický stát, rozkládá se na ploše 99 313 km². Počet obyvatel je 50 mil. Korejská republika je členem všech důležitých mezinárodních organizací, jako například OSN, Světová banka a OECD. (36) Viz příloha č. 3.

Korea stojí na 12. příčce největších ekonomik světa, 4. největší ekonomika Asie. I v Koreji má hospodářský růst zpomalující tendenci. Růst HDP byl za poslední čtvrtletí loňského roku přibližně 3,9%. HDP za rok 2012 dosahovalo výše 1129.60 bilionu USD. (37)

Obrázek č. 7 – Vývoj HDP v Koreji



Zdroj: TRADING ECONOMICS, South Korea GDP,
<http://www.tradingeconomics.com/south-korea/gdp>

Obrázek č. 8 – Vývoj růstu HDP v Koreji



Zdroj: TRADING ECONOMICS, South Korea GDP Annual Growth Rate,
<http://www.tradingeconomics.com/south-korea/gdp-growth-annual>

Náboženství

Koreu silně ovlivňují tradice a náboženství, zejména Konfuciánství. Tradice konfuciánství pronikají do všech oblastí života od pracovních, až po mezi lidské vztahy. Silný vliv mají okolní země jako je Japonsko a Čína, stále ale převládají vlastní tradice. V Koreji jsou silně zdůrazňovány následující hodnoty - harmonie ve vztazích, respektování autorit, rodina a přátelství. Korejci se snaží vystupovat jako důvěryhodní, čestní a slušní lidé. (38)

Průmysl a ekonomika

Korejská ekonomika patří mezi jednu z nejrychleji rostoucích ekonomik na světě. Korejskou ekonomiku silně ovlivňují tradice a kultura.(10, s. 36) Nejdůležitější obory korejské ekonomiky se za posledních deset let staly: výroba paměťových čipů, LCD obrazovek, mobilní telefony, výroba lodí, automobilů, železa a oceli, v neposlední řadě zpracování ropy. (39)

Mezi nejdůležitější obchodní partnery Korey patří Čína, USA, Japonsko a Evropská unie. Mezi nejčastěji dovážené výrobky a suroviny patří zejména benzín, polovodiče, automobily, elektronika, lodě a ocel. Největším dovozcem do Korey je Čína, následuje Japonsko, Evropská unie a USA. Co se dováženého zboží týče, jedná se o dovoz ropy,

zkapalněného plynu a uhlí. Tyto suroviny slouží k dalšímu zpracování. Dováží se také průmyslové stroje, oblečení a potraviny. Největší vývozní společnosti jsou Hyundai Motor, Kia Motors, Renault Samsung Motor, GM Korea, Ssangyong Motor Co, Samsung Electronics, LG Group a Pohang Steel Mills. (39)

Zemědělství

Význam zemědělství má klesající tendenci. Od sedmdesátých let se do čela ekonomiky dostal průmysl. Produkty zemědělství pokryjí pouze spotřebu Korejců, nikoliv však potřebu vývozu. Zemědělská plocha je využívána zejména k pěstování plodin, které lze použít v textilním průmyslu- bavlna. Pěstuje se zde také sója, rýže, ječmen, pšenice a samozřejmě ženšen. Korea musí zbytek potravin dovážet z Číny. (39)

Korejská vláda vnímá zemědělství jako důležitou součást hospodářství. Zemědělci mají mnoho úlev a jsou vládou chráněni. V případě dovozu naráží dovozci na mnoho protekcionistických opatření, mající za úkol upřednostnit domácí výrobce. Od dovozců potravin jsou požadovány drahé testy. Na udělení licence dovozce čeká i několik let, po obdržení licence může dovozce prodávat zboží pouze na určitém místě. Některá opatření, jako například výše uvedené, jsou diskriminačního charakteru. (39)

Přírodní zdroje

Korejská republika nemá zdroje ropy ani zemního plynu. Zásoby uhlí jsou velmi malé, chybí naleziště. Korejská republika musí veškeré suroviny dovážet. Korejská republika se v posledních letech zaměřila na propagování zelené energie. (39)

3.3.2 Systém managementu v Korejské republice

V korejských společnostech se očekává naprostá poslušnost. Zaměstnanci uposlechnou bez jakýchkoliv připomínek svého nadřízeného. Tyto vlastnosti vychází z tradičního náboženství a tím, že je v Koreji konfucianství, kde se předpokládá poslušnost a věrnost. Vedoucí stojí ve společnosti v pozici otce, očekává věrnost a poslušnost podřízených, na oplátku jim je poskytnuta podpora, pomoc a zastání po celou dobu jejich setrvání ve společnosti. (40)

Styl vedení patří mezi velmi autoritativní a hierarchický. Styl řízení silně ovlivňuje korejské pojetí *inwha*, kde se klade důraz na harmonii ve vztazích mezi lidmi. Dobrý manažer by měl věnovat čas a úsilí, aby lidé v jeho týmu byli spokojeni a cítili se v týmu začlenění. V týmu společně rozhodují. Za rozhodnutí jsou zodpovědní všichni jako celek, i přesto mají manažeři poslední slovo, mohou zvrátit výsledek rozhodnutí. (40)

Od manažera se navíc očekává, že se bude zajímat o osobní život svých podřízených, což je pravým opakem stylu řízení v evropských a anglosaských zemích. Zde se práce od osobního života odděluje. (40)

V korejských společnostech neexistuje individualita, nýbrž skupina neboli tým. Korejci se řadí mezi silné týmové hráče, s respektem k vedení. Při práci v týmu získávají respekt díky čestnosti, vzdělání, věku a zkušeností. V případě špatného týmu, kde jednotlivci nejsou sehraní, může dané oddělení selhat, jelikož jednotlivci se neumí prosadit. (40)

3.3.3 Hierarchie v korejských společnostech

V korejských společnostech je typická centralizace a vertikální hierarchie. Většina velkých společností neboli *chaebols*, začínaly jako malé rodinné podniky, kdy rozhodování stálo v rukou otce zakladatele. Tato tradice se přenášela generacemi, kdy rozhodování bylo přeneseno z vyšších na nižší linie. V Koreji se mísí tradiční rodinná hierarchie, kde je kladen důraz na stáří, odpracovaná léta v podniku a rodina versus západní teorie managementu a vedení společnosti, kteří přináší do podniků Korejci studující a pracující v Evropě. (41)

Formální hierarchie se zakládá na úzké specializaci úkolů a funkcí, kde napomáhá využití neformální struktury, která by mohla do společnosti přinést nový rozhled. Právě tyto nové neformální postupy jsou založeny na osobních vztazích a loajalitě k lidem. Tyto vztahy jsou poměrně dost složité na pochopení. (41)

Upozornění, na které je třeba brát zřetel:

- Společnosti mají tendenci být přísně hierarchické, kdy rozhodnutí jsou přijímána na vrcholu a přenesené dolů k realizaci

- Mnoho z velkých společností neboli *chaebols* jsou rodinné společnosti, kde velká část moci a vlastnictví patří rodině zakladatele
- Konfuciánské respektování autority vyžaduje, aby manažeři byli respektováni jen proto, že jsou vedoucími
- Vždy ukázat respekt k seniorům, důvěryhodnost a postavení bude částečně posuzováno podle schopnosti vytvořit harmonickou atmosféru. (41)

3.3.4 Korejské obchodní zvyklosti

Korejci upřednostňují upravený vzhled a dobře zvolené padnoucí oblečení, především boty musejí být čisté. Očekává se, že obchodník nosí oblek buďto v šedé nebo v černé barvě. Na jednání se nosí zásoba vizitek. Předání vizitky probíhá za pomoci obou rukou. Nejdůležitější informací na vizitce je pozice. Dvojjazyčné vizitky patří mezi ideální doplněk, jelikož znalost angličtiny může být problémem. Přítomnost tlumočníka na jednání usnadní situaci, předchází se tak nedorozumění. (47)

Uspořádání velkých podniků odpovídá společnostem působícím v Evropě. V menších společnostech se lze setkat s určitými anomáliemi. Plat není určován podle kritérií, jako je znalost oblasti, schopnosti, zkušenosti atd. V korejských společnostech se plat odvíjí podle věku zaměstnance. Starší zaměstnanec má vždy vyšší plat nežli mladší kolega na stejné nebo vyšší úrovni. (47)

Úskalím při jednání nastává při vyjádření nesouhlasu. Obecně platí, že veřejně se nesouhlas neprojevuje. Z důvodu silné úcty ke starším lidem nelze vyjádřit přímý nesouhlas k této osobě. Korejci neradi obchodují a jednají s cizími lidmi, pokud ovšem obchodník získá přízeň, lze očekávat spolupráci i do budoucna. Korejci mají rádi vtipy, ovšem neznají a tedy ani nepochopí „černý humor“ takovým to vtipům je lepší se vyvarovat. Vtipem lze odlehčit situaci. (4, s. 50)

Při jednání není vhodné upozorňovat na případné chyby. Korejci berou chybu jako selhání své osobnosti neboli svou osobní prohru. Chyby se často objevují při převodu měny, Korejci totiž převádějí přes desetitisíce. Při budování obchodních vztahů se často navštěvují bary či restaurace. Právě tyto neformální schůzky mohou rozhodnout o úspěšnosti obchodu. Jídlo objednává a platí hostitel, jídlo se samozřejmě všem donese ve

stejný čas. Korejci u večeře rádi popíjejí alkohol, pro zlepšení a uvolnění atmosféry, mají rádi veselí, takže ocení, když se host zapojí. Velmi často po večeři následuje návštěva karaoke baru, kde jsou hosté vyzváni ke zpěvu. (47)

3.3.5 Obchodní a ekonomická spolupráce Korejské republiky a ČR

Pro vstup do Korejské republiky čeští občané nepotřebují vízum, obdobně jako v Japonsku se vyžaduje vízum u podnikatelů. Česká republika byla v loňském roce 11. největším obchodním partnerem Korejské republiky. Obrat zahraničního obchodu v loňském roce činil 3,7 mld. USD, z toho 572 mil. USD tvořil vývoz do České republiky a 3,1 mld. USD tvořil dovoz do ČR. (42)

Seznam podepsaných smluv s Českou republikou:

- *„Dohoda mezi vládou České a Slovenské Federativní Republiky a vládou Korejské republiky o leteckých službách (Soul, 26. října 1990)*
- *Dohoda o obchodní a ekonomické spolupráci mezi vládou České a Slovenské Federativní Republiky a vládou Korejské republiky (Soul, 26. října 1990; platnost ukončena se vstupem ČR do EU, text nové dohody sjednán v březnu 2006, prochází schvalovacím řízením)*
- *Dohoda mezi vládou České a Slovenské Federativní Republiky a vládou Korejské republiky o podpoře a vzájemné ochraně investic (Soul, 27. dubna 1992)*
- *Smlouva mezi Českou a Slovenskou Federativní Republikou a Korejskou republikou o zamezení dvojího zdanění a zabránění daňovému úniku v oboru daní z příjmu (Soul, 27. dubna 1992)*
- *Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Korejské republiky o zrušení vízové povinnosti pro cesty občanů (Soul, 6. října 1994)*
- *Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Korejské republiky o kulturní spolupráci (Soul, 6. října 1994)*
- *Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Korejské republiky o vědecko-technické spolupráci (Praha, 5. března 1995)*
- *Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Korejské republiky o spolupráci pro mírové využití atomové energie (Soul, 16. března 2001)*

- *Ujednání mezi Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy České republiky a Ministerstvem kultury a turismu Korejské republiky o spolupráci v oblasti mládeže na léta 2003–2005 (Praha, 11. listopadu 2003)*
- *Ujednání mezi Ministerstvem informatiky České republiky a Ministerstvem informací a telekomunikací Korejské republiky o spolupráci v oblasti informačních a komunikačních technologií (Praha, 7. května 2004)*
- *Smlouva o sociálním zabezpečení mezi Českou republikou a Korejskou republikou (Praha, 14. prosince 2007)“ (42)*

Dovážené zboží do Korejské republiky jsou „*turbíny, kotle, mechanická zařízení, elektrické stroje, optické přístroje, kontrolní a měřicí zařízení, chirurgické nástroje, sklo, výrobky z oceli a železa, plasty, hračky a sportovní zboží.*“ (48)

Z Korejské republiky se naopak dováží především „*motorová vozidla, energetická zařízení, elektronika, fotografické, optické a kinematografické přístroje, plasty a výrobky z plastů, bytové doplňky, nářadí, výrobky z oceli a železa.*“ (48)

Zlepšení obchodních vztahů bylo zaznamenáno díky postavení továrny Hyundai Motor Co. Zajímavým artiklem pro Koreu se v posledních letech stává české pivo a jeho stoupající obliba u Korejců. Jmenovitě jde o značky Plzeňský Prazdroj, Gambrinus a Velkopopovický Kozel. (48)

První investicí do České republiky byla továrna patřící Avii Letňany, vyrábějící nákladní vozy, společností Daewoo Motor v roce 1995. Mezi významné investice patří výstavba továrny Hyundai v Nošovicích v roce 2006. K této investici se váže i další investiční příležitost a to u dodavatelů pro Hyundai, což je zhruba 20 dalších firem. Důležitou investicí z KR z roku 2009 je akvizice Škoda Power s Doosan Heavy Construction and Industries (DHCI). Akvizice ČSA s Korean Air, z roku 2013, kdy korejská strana získala 44% akcií. Čímž se usnadnilo dopravní spojení s Korejskou republikou a to přímými lety do Soulu Díky investici společnosti Hyundai se o český trh začalo zajímat více společností. Poptávka se týká zejména zboží ze skla, křišťálu, bižuterie a imitace drahých kovů. (48)

Žádná česká společnost nemá v Koreji svou obchodní kancelář, čeští investoři využívají místní obchodní zástupce. Zástupce lze dohledat na stránkách sdružení Asociace korejských importérů KOIMA⁸. (47)

3.3.6 Obchodní příležitosti v Korejské republice

Při uplatnění zboží na korejském trhu je vhodné zaměřit se na oblasti nejen tradiční, ale i nově se rozvíjející. Strojírenství, především dodávky pro loďařský a automobilový průmysl a různé komponenty vyrobené z oceli. Elektronika neboli komponenty pro výrobu mobilních telefonů a přístrojů. Sklářství, jako drobné předměty nebo bižuterie. Energetika, kdy Korejská republika potřebuje dovážet suroviny. V následujících pěti letech se zavázala vláda vynaložit peněžní prostředky na snížení dovozu surovin. Vláda zvažuje stavbu jaderných elektráren a větrných elektráren. Oblast ochrany životního prostředí, kdy Korejská vláda zavedla mnoho opatření k ochraně životního prostředí a obnovitelných zdrojů. Konkrétně výstavba nových vodních děl. (48)

3.3.7 Způsoby řešení obchodních sporů v Korejské republice

Korejský obchodní arbitrážní tribunál KCAB⁹ byl založen v roce 1996. Sídlo tribunálu se nachází v Soulu, pobočku má ve městě Busan. KCAB řeší spory jednáním, pokud je jednání neúspěšné, vydává rozhodčí nálezy. Rozhodčí nálezy jsou konečné a nelze se proti nim odvolat. KCAB doporučuje, aby si podnikatelé při obchodování do smluv přidávali arbitrážní doložku, předchází se tak případným sporům. Při obchodování s českými společnostmi není zavedení této doložky žádoucí, jelikož korejské právo nelze ztotožnit s právem českým. V České republice zatím neexistují precedenty, ke kterým by bylo možno v případě sporu přihlídnout. (45)

České společnosti využívají služeb organizace KOTRA¹⁰ případně institut Investičního ombudsmana, který funguje již od roku 1999. Pod úřadem ombudsmana se skrývá 30

⁸ KOIMA – Korea Importers Association, registrováno je zde 13 000 členů, kteří mají 50 000 obchodních partnerů ve více než 100 zemích světa.

⁹ KCAB – Korean Commercial Arbitration Board

¹⁰ KOTRA – Korea Trade-Investment Promotion Agency

odborníků z oblasti financí, práva, daní a celnictví. (46) Další podporu lze nalézt v Úmluvě OSN o uznávání a výkonu rozhodčích nálezů. (44)

3.3.8 Ochrana duševního vlastnictví v Korejské republice

Právo duševního vlastnictví je v Korejské republice často porušováno, jelikož i zde se vyskytuje mnoho padělků a pirátství, což způsobuje společně ztrátu. Korejská vláda se snaží vydáváním legislativních dokumentů porušování práv, co nejvíce omezit. Tyto legislativní dokumenty bývají velmi přísné, jejich implementace trvá dlouhou dobu. Padělatele při chycení čeká postih ve formě finanční pokuty. Dohoda o volném obchodu by měla usnadnit situaci. (49)

Právo duševního vlastnictví je chráněno následujícími zákony:

- Patentový zákon z roku 1961
- Zákon o obchodních značkách z roku 1949
- Zákon o průmyslovém vzoru z roku 1961. (49)

Kancelář KIPO¹¹ zabývající se ochranou práv, spadá pod Ministerstvo znalostní ekonomiky. Tato organizace pomáhá informovat a školit korejské úředníky v problematice ochrany práva duševního vlastnictví. (49)

Korejská republika podepsala i některé mezinárodní úmluvy, zabývající se ochranou práv:

- Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví – TRIPS administrativně spravovanou WTO.
- V roce 1980 přijala Pařížskou úmluvu, která zakládá koncepci úpravy mezinárodních vztahů v oblasti práv k duševnímu vlastnictví.
- V roce 1984 KR přijala Úmluvu o udělování evropských patentů (tzv. Evropská patentová úmluva). (49)

3.3.9 Platební podmínky

Nejčastěji je používán neodvolatelný dokumentární akreditiv (L/C), který požadují korejsí obchodníci. Zpravidla se otevírá na dobu tří měsíců, s možností prodloužení o tři měsíce.

¹¹ KIPO – Korean Industrial Property Office

Obchoduje se většinou v jednotkách USD a JPY. Neodvolatelný dokumentární akreditiv s odloženou splatností se doporučuje využít pouze při dobré znalosti obchodního partnera.

(50)

4. Praktická část práce

4.1 Instituce pomáhající exportérům

4.1.1 Czech Trade

Agentura CzechTrade je příspěvkovou organizací Ministerstva průmyslu a obchodu. Společnost byla založena roku 1997. CzechTrade nahradil již existující Centrum vnějších ekonomických vztahů. Založen byl za pomoci příspěvku z evropských fondů PHARE,¹² získané finance plynuly zejména na zaškolení zaměstnanců a nákup software. V roce 1998 byl schválen program podporující malé a střední podniky. (51)

CzechTrade značí zkratku pro název Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade. Agentura sídlí se v Praze. V čele agentury stojí generální ředitel. Od roku 2002 CzechTrade vlastní certifikát ISO 9001:2002. Tento certifikát značí kvalitu poskytovaných služeb. (51)

CzechTrade se orientuje zejména na menší a střední podniky. Cíle společnosti jsou následující:

„Partnerství se zákazníkem

- *Naší prioritou je zákazník, jsme jeho rádci a pomocníky, těšíme se z jeho úspěchů.*

Týmová spolupráce jako podmínka rozvoje firemního know-how

- *Jsme tým, který se učí ze zkušeností a ví, že vždy je co zlepšit. Chceme být stále o krok napřed.*

Profesionalita a vysoké ambice

- *Neříkáme nikdy, že to nejde, ale hledáme a poskytujeme zákazníkům nejlepší možná řešení na míru.*

Otevřená a efektivní komunikace

- *Jednáme věcně, otevřeně a čestně, složité činíme jednoduchým.*

¹² Fond Phare byl založen v roce 1989 původně pouze pro Polsko a Maďarsko, avšak postupně i další přístupující země, nyní včetně Bulharska a Rumunska, začaly čerpat z tohoto fondu. Z fondu Phare byly financovány projekty, které napomáhaly překlenout hospodářskou a politickou propast mezi zeměmi bývalého východního bloku a západní Evropy. Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, PHARE, <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/>

Sounáležitost s agenturou

- *Hrajeme vždy za CzechTrade, jsme hrdí na svoji práci a naši značku.*“ (51)

Zvýšení konkurenceschopnosti českých firem, patří mezi neméně důležitý cíl. Czech Trade se snaží firmám pomoci i díky uveřejňování důležitých informací. Exportérům šetří čas a náklady se svou nabídkou. CzechTrade působí ve 36 zemích světa, přičemž po světě je zastoupená celkem 33 kanceláři. (52)

V současnosti jsou kladeny vysoké nároky na vládu, aby zajistila pro své exportéry dostatek informací a podpory. Zejména zmenšovat bariéry a náklady pro firmy, které chtějí vstoupit na zahraniční trh. Nejdůležitější úkol vlády to oblasti zní zajišťování právní a legislativní ochrany pro své exportéry. (52)

Exportérům nabízí služby prostřednictvím balíčků- Basic, Business, Plus. Balíček Basic, vhodný pro začínající exportéry. V rámci balíčku zájemce získá 30 obchodních kontaktů, dále získá detailní zmapování trhu, kam chce expandovat. Doporučení ohledně výstav, veletrhů a možnost konzultace se zahraničními zástupci Ministerstva zahraničí. Exportér zde vyplňuje Dotazník exportní připravenosti, v rámci vyhodnocení jsou danému podniku sděleny konkurenční výhody a nevýhody. Podnik upozorňují na odlišnosti oproti českému trhu. Zejména na vyšší finanční náročnost pro vstup apod. CzechTrade nabízí možnost osobního setkání s manažerem, pro konkrétní region. Manuál exportéra, který shrnuje podstatné informace o konkrétním trhu na jednom místě. Exportér získá informace ohledně volby trhu, jak na zvolený trh proniknout, dále informace o legislativě dané země a jiné. (52)

Balíček Business v sobě zahrnuje získání 20 obchodních kontaktů a předání informačních materiálů možným budoucím partnerům. Zájemci domluví obchodní jednání v konkrétní zemi, provedou detailní analýzu trhu, kam chce expandovat. Zajistí konzultaci se zahraničním zástupcem Ministerstva zahraničí. Exportér se může obrátit přímo na kancelář CzechTrade v konkrétní zemi (pokud je v této zemi zastoupení). Navíc zájemce získá konzultaci v oblasti právní ochrany. Zástupce Ministerstva zahraničí předá exportérovi zprávu, kde jsou údaje o zahraničním obchodu, platební morálce, legislativě, rizika trhu,

informace o daních a clu. V rámci tohoto balíčku zájemce obdrží specifika obchodního jednání. (52)

Tabulka č. 1 – Balíčky Basic a Business

	MSP a PODNIKATELÉ (jen FO)		VELKÉ PODNIKY	
<u>Prioritní země</u>	5 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	20 000 Kč
<u>Zájmové země</u>	10 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	25 000 Kč
<u>Země EU</u>	15 000 Kč	20 000 Kč	20 000 Kč	30 000 Kč
	BASIC	BUSINESS	BASIC	BUSINESS

Zdroj: CzechTrade, Ceník služeb, <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2014/cenik/>

„Prioritní země: Brazílie, ČLR, Indie, Irák, Kazachstán, Mexiko, Ruská federace, Srbsko, Turecko, Ukrajina, USA, Vietnam.

Zájmové země: Angola, Argentina, Austrálie, Ázerbájdžán, Bělorusko, Egypt, Etiopie, Chile, Ghana, Chorvatsko, Indonésie, Izrael, Japonsko, JAR, Kanada, Kolumbie, Maroko, Moldavsko, Nigérie, Norsko, Peru, Senegal, Singapur, SAE, Švýcarsko a Thajsko“ (52)

Balíček Plus zajišťuje nejlepší služby a pomoc exportérům. Samozřejmostí je dlouhodobá spolupráce, detailní zmapování trhu, zajištění zahraničních cest, harmonogram obchodního jednání, právní a daňové poradenství, pomoc v oblasti právní ochrany, konzultace se zahraničním zástupcem ministerstva zahraničí a speciální pomoc dle individuálních potřeb. (52)

Zástupce agentury zjistí například bonitu obchodního partnera, zajistí tlumočníka. Zástupce doporučí veletrhy či výstavy, kterých je vhodné se zúčastnit. Zástupce monitoruje konkurenci a její aktivity. Služba je vhodná zejména pro ty exportéry, kteří si v zemi chtějí založit i své zastoupení. Jelikož tato služba má dlouhodobý charakter. (52) Viz příloha č. 4.

4.1.2 CzechInvest

CzechInvest značí Agenturu pro podporu podnikání a investic, spadá pod Ministerstvo průmyslu a obchodu. Jedná se o příspěvkovou organizaci. Oficiálně vznikla 2. ledna 2004, se sídlem v Praze. CzechInvest má celkem 13 poradenských míst. Tato poradenská místa mohou zájemcům sdělit základní informace o službách CzechInvestu, o možnosti podpory, informace ohledně získání pomoci ze strukturálních fondů EU. CzechInvest podporuje podnikání menších a středních podniků. (54)

CzechInvest zlepšuje konkurenci schopnost českých firem, pomáhá firmám rozvíjet se a pomáhá vzniku nových firem. Agentura představuje článek mezi podnikateli, státem a Evropskou unií. (54)

CzechInvest zajišťuje:

- *„informace o možnostech podpory pro malé a střední podnikatele*
- *implementace dotačních programů financovaných EU a státem*
- *formální poradenství k projektům*
- *správa databáze podnikatelských nemovitostí*
- *podpora subdodavatelů – správa databáze českých dodavatelských firem*
- *pomoc při realizaci investičních projektů*
- *zprostředkování státní investiční podpory*
- *AfterCare – služby pro zahraniční investory, kteří již působí v České republice, podpora při reinvesticích.“ (54)*

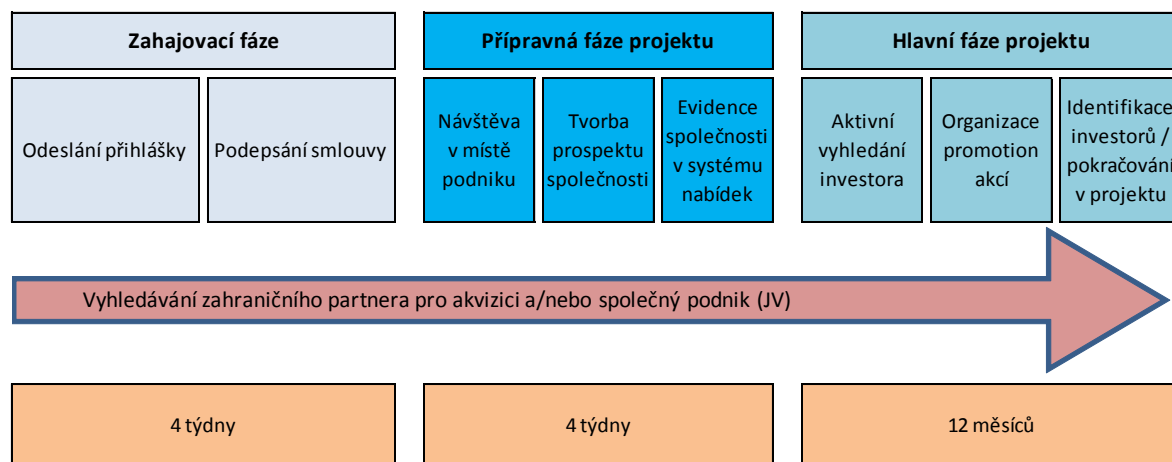
Možnost získání podpory z programu Inovace a podnikání:

1. *„Kvalitní podnikatelský záměr*
2. *Získání základních informací o možnostech podpory podnikatelského záměru*
3. *Zažádání o poskytnutí podpory a hodnocení projektu*
4. *Realizace projektu*
5. *Žádost o platbu dotace a kontrola na místě*
6. *Monitorování přínosu podpořeného projektu“ (54)*

Programy podpory se člení na podnikání, inovace, lidské zdroje, zaměstnanost, výzkum a vývoj. Program podnikání a inovace je spolufinancován strukturálními fondy EU a to z 85%. Zbýlá část je financována z rozpočtu ČR. Podpora je prováděna formou dotací, záruk a zvýhodněných úvěrů. Program týkající se zaměstnanosti a lidských zdrojů se zabývá vzděláváním zaměstnanců a dále vytvářením nových pracovních míst. Výzkum a vývoj probíhá ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu. Nejedná se o pomoc pouze finanční, nýbrž o pomoc ve formě konzultací. (54)

Velmi zajímavou službou je CzechLink neboli projekt kapitálových účastí. Tento program pomáhá českým podnikům nalézt si obchodního partnera. Program podporuje malé a střední podniky z oblasti zpracovatelského průmyslu. Cílem je nalézt vhodného obchodního partnera a investora, vyhotovení prospektu společnosti, společnost je zařazena do databáze nabídek joint-venture a akvizic. (54)

Obrázek č. 9 – Jednotlivé fáze projektu CzechLink v čase



Zdroj: CzechInvest, CzechLink, vlastní zpracování

4.1.3 Exportní garanční a pojišťovací společnost

EGAP neboli Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s., jedná se o úvěrovou společnost zaměřující se na pojištění rizik spojených s vývozem, pojištění rizik proti rizikům spojených s politickou situací v zemi. EGAP byl založen jako akciová společnost roku 1992, jedná se o instituci vlastněnou státem. Akcionářská práva jsou vykonávána Ministerstvem financí, Ministerstvem průmyslu a obchodu a Ministerstvem zahraničních věcí. (55)

EGAP provozuje svou činnost na základě zákona č. 91/2013 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou. Státní podpora v sobě zahrnuje ručení závazky z uzavřených smluv. EGAP dále poskytuje úvěry se splatností delší než dva roky, konkrétně se jedná o úvěry poskytované na financování vývozu velkých „energetických, strojních a technologických zařízení, investičních celků, dopravních staveb a investic. Především do zemí, kde politické, ekonomické a právní prostředí přináší větší míru nejistoty a vyšší riziko nezaplacení na straně kupujících.“ (55)

Služby EGAP jsou určeny pro všechny vývozce bez ohledu na velikost subjektu, právní formu, ale i rizika, která jsou u komerčních pojišťoven nepojistitelná. EGAP tímto zajišťuje možnost expandovat do politicky nestabilních zemí, kde by bylo velmi obtížné financovat činnost za běžných podmínek. Ačkoliv je na těchto trzích velký potenciál. Při poskytnutí úvěru a zároveň pojištění mají podniky lepší šanci se na novém trhu prosadit. EGAP uvádí, že pojistí úvěry do seberizikovějších zemí, což není úplně pravdou. EGAP má snahu umožnit obchodníkům vyvážet do všech zemí. EGAP nemůže riskovat, že dojde k jistému nedostání závazků a nezaplacení pohledávky. Nově by se rizikovost měla určovat dle algoritmu, kde budou země seřazeny dle rizikovosti. Spoluúčast exportéra činní 5%, bez ohledu na rizikovost země. Nově by rizikovost měla být odvozena dle konkrétní země. (55)

Pokud chce být podnik pojištěn se státní podporou, musí splnit určitou podmínku a to původ zboží. Přičemž platí, že původ českého zboží musí dosahovat 50% celkové hodnoty zboží. Pro posouzení je rozhodující, zda je podnik zaregistrován na území České republiky,

pokud se jedná o zahraniční dceřinou společnost, poté platí, že dcera musí být opět na území ČR. (55)

Pojištění rizik:

- Odstoupení obchodního partnera od kontraktu, což představuje riziko, jak pro dodavatele, tak pro odběratele. Dodavatel již vložil prostředky do výroby, odběratel však neobdrží objednané zboží. (56)
- Neplnění kontraktu dodavatelem, kdy dodavatel nesplní podmínky stanovené ve smlouvě. Dodavatel nedodá zboží ve sjednané kvalitě, či zboží nedodá včas. (56)
- Nepřevzetí zboží odběratelem, odběratel nepřevzme zboží, dodavateli se tím zvyšují náklady. (56)
- Riziko platební neschopnosti dlužníka, odběratel nemůže dostát svým závazkům vůči dodavateli. Jelikož je v druhotné platební neschopnosti. (56)
- Riziko platební nevůle dlužníka, odběratel nechce uhradit stanovenou částku za zboží, ačkoliv dodání zboží proběhlo. Odběratel neotevře akreditiv apod. (56)

Produkty společnosti EGAP:

- B – Pojištění krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru – vývozce umožňuje dovozci uhradit platby za zboží či služby později neboli formou odkladu. Platby lze dovozci odložit až o 24 měsíců. Rozdíl oproti klasickému úvěru je, že pojištěným není banka nýbrž vývozce. Vývozce je pojištěn na nesplacení celé či dílčí ceny, ať už z důvodu politického či teritoriálního. Sjednané pojistné se nemění po celou dobu pojištění. (57)
- Bf – Pojištění bankou financovaného krátkodobého vývozního dodavatelského úvěru – tento úvěr je opět poskytnut dovozci, jedná se odklad platby za dodané zboží či služby. Banka odkoupí pohledávku od vývozce, bez zpětného vrácení vývozci, vlastníkem bude banka. Pohledávku je možné postoupit nejdéle do dvou let stáří pohledávky. Banka odkupuje 100% výši pohledávky. Uzavírá se trojstranná pojistná smlouva mezi vývozcem, bankou a EGAP. (57)
- C – Pojištění střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru, tento typ úvěru je odlišný od výše uvedených a to v délce splatnosti. EGAP

prodloužil v tomto případě splatnost na dva roky. Vývozce se pojišťuje proti nezaplacení dlužné částky ve stanovené době odběratelem. (57)

- Cf – Pojištění bankou financovaného střednědobého a dlouhodobého vývozního dodavatelského úvěru, jedná se o úvěry poskytnuté na dobu dva roky a déle. Banka odkoupí pohledávku od vývozce, přičemž vývozce jí nemůže koupit zpět. Banka může odkoupit pohledávku ve výši 85%, zbylých 15% musí být uhrazeno formou akontace zahraničním dovozcem. (57)
- D – Pojištění vývozního odběratelského úvěru, úvěr je poskytnut přímo dovozci na nákup boží či služeb. Pojistné krytí ve výši 95%, zbylých 5% musí hradit vývozce a dovozce. Banka poskytne úvěr maximálně ve výši 85% objemu obchodu. Splatnost tohoto úvěru bývá více než dva roky. Smlouvu uzavírá banka neboli pojištěný a EGAP neboli pojistitel Odběratelský úvěr je určen zejména pro financování strojů či větších celků, nikoliv kusového spotřebního zboží. (57)
- E – Pojištění potvrzeného akreditivu, banka se tímto zavazuje zaplatit vývozci plnění uvedené v akreditivu. Vývozce však musí doložit potřebné dokumenty a splnit podmínky akreditivu. (57)
- F – Pojištění úvěru na předexportní financování, předexportní úvěr slouží vývozci před samotnou dodávkou na nákup například surovin, materiálu, atd. Tento typ bývá využíván i pro výzkum a vědu. Předexportní úvěr je poskytován do maximální výše 85% objemu obchodu, se splatností úvěru do dvou let. U úvěru se splatností více jak dva roky, lze pojistit maximálně do výše 75%. Jedná se o případy nedodání zboží či jeho nevyrobení vývozcem. (57)
- I – Pojištění investic českých právnických osob v zahraničí, jedná se o získání podílu v zahraniční společnosti. Pojištění chrání investora před teritoriálními riziky. Předmětem pojištění jsou investice na dobu delší jak tři roky. (57)
- If – Pojištění úvěru na financování investic českých právnických osob v zahraničí-úvěr je určen na zakoupení dlouhodobého hmotného, nehmotného a finančního majetku do zahraniční společnosti. V čele společnosti stojí český investor. Banka pojišťuje proti komerčním a teritoriálním rizikům a proti rizikům spojeným s politickou stabilitou. Pojistit lze investici na dobu delší jak tři roky. Investor musí zafinancovat 25% podíl na objemu obchodu. (57)

- P – Pojištění prospekce zahraničních trhů, prospekce je činnost, která umožňuje vývozci prozkoumat jeden nebo více nových zahraničních trhů, na které se snaží proniknout prostřednictvím účasti na obchodních akcích v zahraničí. Nevztahuje se na náklady na cestu a ubytování. Jedná se o exportní a marketingové poradenství včetně analýz právních služeb, skladování zboží, certifikace výrobků a služeb v zahraničí, využití reklamy, propagačních materiálů a inzerce. Vývozce je pojištěn proti finančním ztrátám. Při podání žádosti o pojištění vývozce předloží prospekční záměr a rozpočet prospekce, ve kterém jsou uvedeny předpokládané náklady na danou činnost a budoucí náklady a výnosy z vývozu. Pojistná doba je nejdéle na pět let s tím, že vývozce provádí prospekci podle prospekčního plánu po dobu prvních dvou let. (57)
- V – Pojištění proti riziku nemožnosti plnění smlouvy o vývozu, pojištění je určeno pro vývozce. Pojištění proti neschopnosti splnit podmínky dodání dovozcem. Pojištění tvoří kombinace teritoriálních, komerčních rizik a nemožnosti plnění smlouvy dovozcem. Výše pojistného se nemění po dobu trvání pojištění. (57)
- Z – Pojištění bankovních záruk vystavených v souvislosti s exportním kontraktem, banka je pojištěna proti riziku spojenému s čerpáním záruky, ať už oprávněným či neoprávněným. Pod oprávněné čerpání se řadí takové čerpání, kdy vývozce nesplnil závazky plynoucí ze smlouvy, většinou z důvodu neschopnosti. Pojistné stanoví EGAP dle rizikovosti země a dovozce, dále podle rozsahu ztráty. (57)

EGAP poskytuje doplňkové druhy pojištění.

- Příslib pojištění, klientovi jsou garantovány stejné podmínky pojištění, jako v návrhu smlouvy a pak v následné konečné smlouvě. Pojišťovna má povinnost takovou smlouvu uzavřít. (56)
- Připojištění proti dodatečným nákladům z úroku z prodlení nastává, pokud nebude investiční záměr dokončen ve sjednaném termínu. Lze se pojistit tak, aby klient nemusel částku platit sám. (56)
- Připojištění proti kurzovým rizikům spojených s pojistným plněním, plnění bude hrazeno v rámci běžného kursu, který je platný v době poskytnutí plnění. (56)

4.1.4 Česká exportní banka a.s.

Česká exportní banka a.s. (zkráceně ČEB) byla založena v roce 1995 podle zákona č. 21/1991 Sb. o bankách. Dozor nad ČEB provádí Ministerstvo financí České republiky. Osmdesát procent akcií vlastní stát, zbylých dvacet procent akcií je vlastněno EGAPem. Všechny aktivity musí být v souladu s právními předpisy, směrnicemi EU, pravidly Světové obchodní organizace a dle OECD. (58)

ČEB získává prostředky na svou činnost obdobně jako Česká národní banka a to na mezinárodních trzích. ČEB poskytuje zvýhodněné finanční prostředky stejně jako zahraniční konkurenční banky. ČEB nabízí pro exportéry výhodnější sazby než komerční banky. Hlavním cílem činnosti ČEB *„je podpora vývozu a poskytování zvýhodněného financování úvěrů za podmínek běžných na mezinárodních trzích pro státem podporované vývozní úvěry.“* (58)

ČEB se již od svého založení snaží pomáhat exportérům při jejich činnosti na zahraničních trzích. Snaží se ve světě podporovat český export, ale i propagovat Českou republiku. ČEB se nezaměřuje pouze na velké exportní společnosti, nýbrž i na malé zakázky a firmy. Mezi největší odběratele služeb patří zahraniční společnosti neboli partneři českých exportérů. (58)

V současnosti se nabídka služeb rozrostla nejen o finanční pomoc vývozcům, ale i o pomoc stavebním firmám. Dále ČEB posílila financování menších a středních firem. ČEB si stanovila v následujících pěti letech tyto cíle:

1. *„Podpora vývozců v roli finálních dodavatelů zejména u objemově významných obchodních případů.*
2. *Zvýšení počtu podpořených vývozců zejména ze sektoru malých a středních podniků.*
3. *Podpora investičních aktivit tuzemských subjektů v zahraničí.*
4. *Teritoriální diverzifikace – vymezení zemí na základě doporučení státních koncepcí a poptávky klientů.*
5. *Koncentrace na podporu vývozu v národním zájmu či s vysokým českým podílem.*
6. *Optimalizace vztahu ke státnímu rozpočtu.*

7. *Hledání dalších forem podpory vývozu a flexibilita.*
8. *Zajištění finanční stability banky a minimalizace tržních rizik banky i zákazníků.*
9. *Rozšíření investorské základny pro získávání zdrojů.*“ (59)

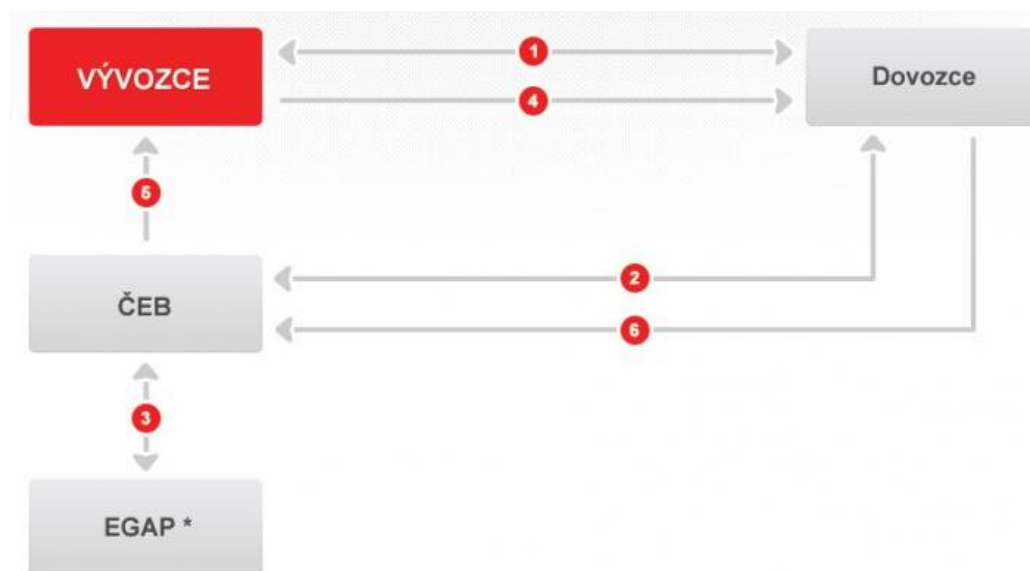
ČEB exportérům nabízí následující možnosti financování:

1) Úvěry

a) Odběratelské úvěry

- i) Přímý exportní odběratelský úvěr – umožňuje realizaci objemnějších dodávek českého exportéra pro zahraničního kupujícího (dovozce). U tohoto úvěru si zájemce může vybrat, zdali zvolí krátkodobý nebo dlouhodobý úvěr. Při zvolení krátkodobého úvěru se splatností do dvou let, výši úvěru maximálně 85% hodnoty smlouvy. U dlouhodobého úvěru je stanoveno splatnost nad dva roky. Výše úvěru maximálně 85% hodnoty smlouvy, s rozdílem složení akontace alespoň 15%. (60)

Obrázek č. 10 – Schéma přímého exportního odběratelského úvěru



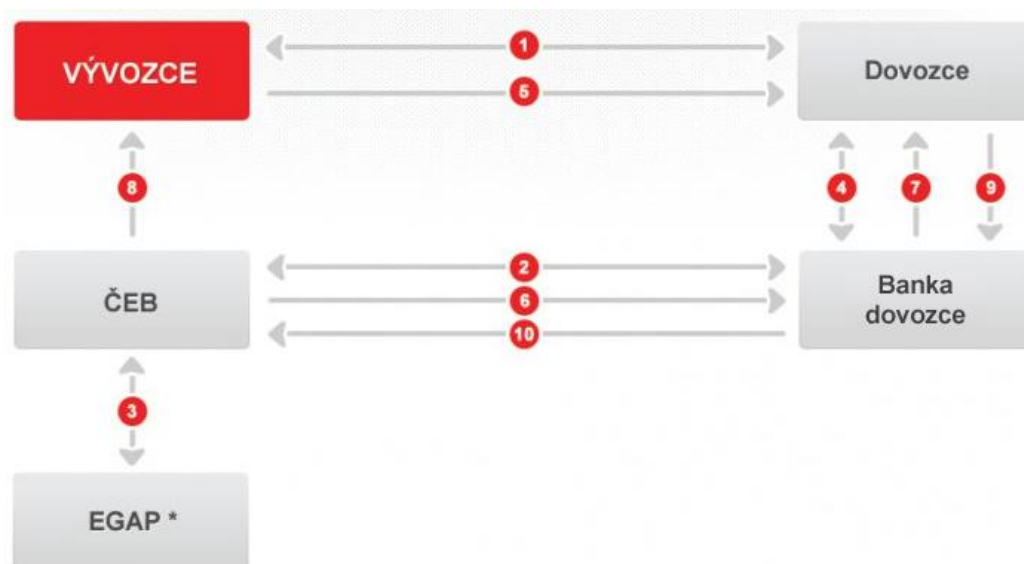
Legenda k obrázku:

- 1 Smlouva o exportu, jejímž předmětem je dodávka zboží a/nebo služeb
- 2 Úvěrová smlouva
- 3 Smlouva o pojištění exportních úvěrových rizik
- 4 Dodávka zboží a/nebo služeb
- 4 Čerpání odběratelského úvěru přímo ve prospěch exportéra
- 6 Splácení úvěru

Zdroj: Česká Exportní Banka, Odběratelský úvěr, <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/odberatelsky-uver/>

- ii) Nepřímý exportní odběratelský úvěr - „umožňuje realizaci objemnějších dodávek českého exportéra pro zahraničního kupujícího (dovozce).“ Zájemce zvolí možnost krátkodobého nebo dlouhodobého úvěru. U krátkodobého úvěru zůstává doba splácení do dvou let. Mění se výše úvěru až 100% hodnoty smlouvy. Splatnost dlouhodobého úvěru jsou minimálně dva roky. Výše úvěru může být poskytnuta na 100% hodnoty smlouvy, s akontací 15%. (60)

Obrázek č. 11 – Schéma nepřímého exportního odběratelského úvěru



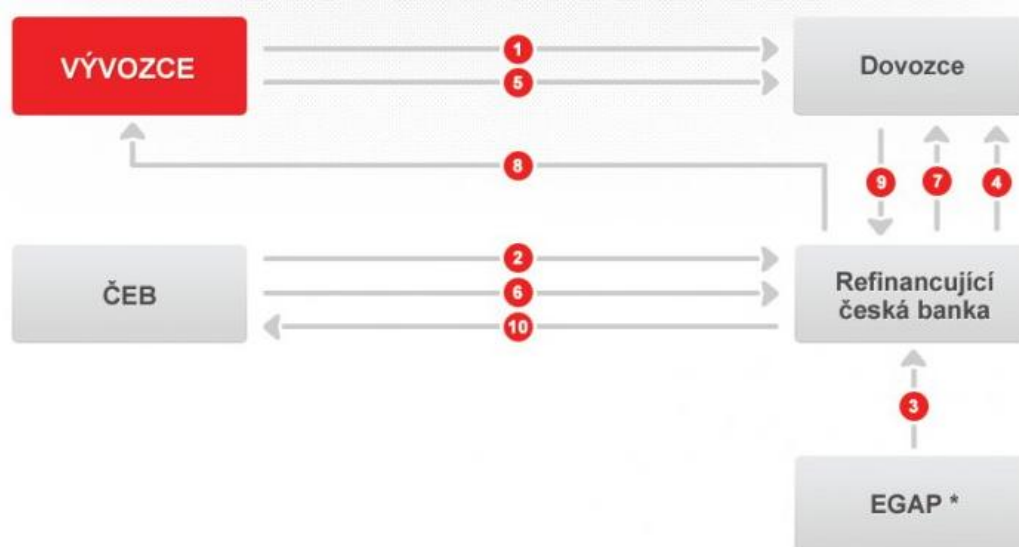
Legenda k obrázku:

- 1 Smlouva o exportu, jejímž předmětem je dodávka zboží a/nebo služeb
- 2 Mezibankovní úvěrová smlouva
- 3 Smlouva o pojištění exportních úvěrových rizik
- 4 Úvěrová smlouva
- 5 Dodávka zboží a/nebo služeb
- 6 Poskytnutí odběratelského úvěru prostřednictvím banky dovozce
- 7 Poskytnutí úvěru z prostředků získaných od České exportní banky
- 8 Čerpání odběratelského úvěru přímo ve prospěch exportéra
- 9 Splácení úvěru dovozcem jeho bance
- 10 Splácení úvěru bankou dovozce České exportní bance

Zdroj: Česká Exportní Banka, Odběratelský úvěr, <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/odberatelsky-uver/>

- iii) Refinanční exportní odběratelský úvěr – „umožňuje poskytnout bance exportéra prostředky, které budou využity k poskytnutí úvěru zahraničnímu dovozci za zvýhodněných podmínek.“ (60)

Obrázek č. 12 – Schéma refinančního exportního odběratelského úvěru



Legenda k obrázku:

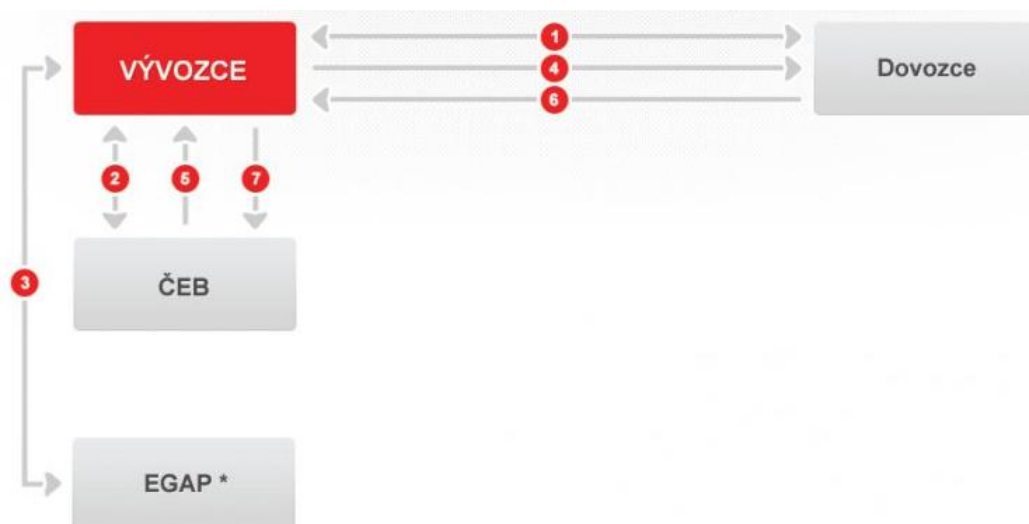
- 1 Smlouva o exportu, jejímž předmětem je dodávka zboží a/nebo služeb
- 2 Úvěrová smlouva České exportní banky s refinancovanou bankou dle pravidel OECD
- 3 Smlouva o pojištění exportních úvěrových rizik
- 4 Úvěrová smlouva refinancované banky s dovozcem
- 5 Dodávka zboží a/nebo služeb
- 6 Poskytnutí refinančního úvěru bance exportéra
- 7 Poskytnutí úvěru z prostředků získaných od ČEB (účetní krok)
- 8 Čerpání odběratelského úvěru přímo ve prospěch exportéra
- 9 Splácení úvěru refinancující banky dovozcem
- 10 Splácení úvěru refinancovanou bankou České exportní bance

Zdroj: Česká Exportní Banka, Odběratelský úvěr, <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/odberatelsky-uver/>

b) Dodavatelské úvěry

- i) Přímý exportní dodavatelský úvěr – „*umožňuje českému exportérovi profinancovat pohledávky vůči zahraničnímu kupujícímu (dovozci).*“ Zájemce si zvolí nejprve variantu financování- krátkodobé nebo dlouhodobé. Krátkodobé financování je se splatností do dvou let s výší úvěru do 100% hodnoty smlouvy. Pojištěným se stává exportér a pojišťuje se úvěr prostřednictvím EGAPu. U dlouhodobého financování se stanovuje splatnost minimálně na dva roky, výše úvěru do 85% hodnoty smlouvy, při akontací 15%. Tímto typem lze pojistit i střednědobý či dlouhodobý úvěr. (61)

Obrázek č. 13 – Schéma přímého exportního dodavatelského úvěru



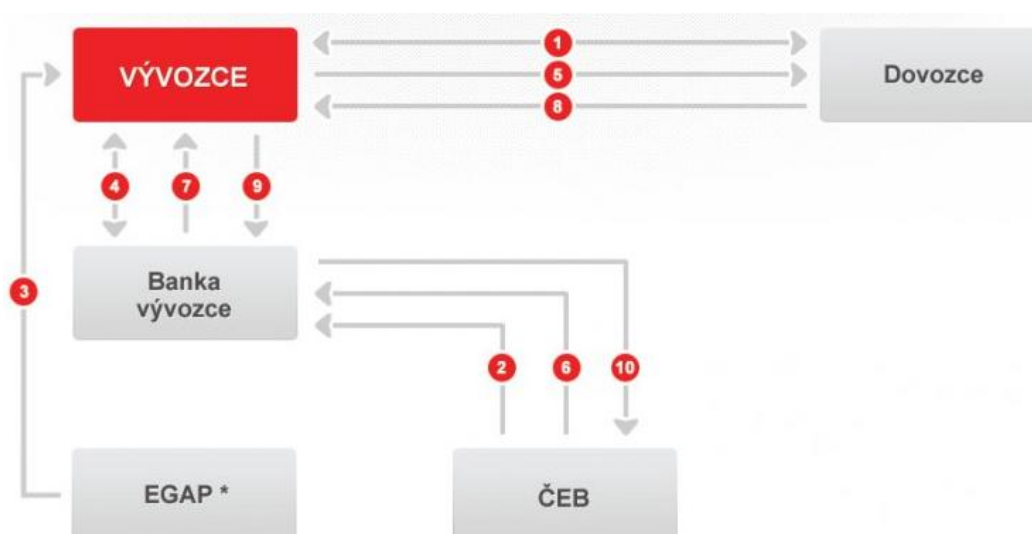
Legenda k obrázku:

- 1 Smlouva o exportu, jejímž předmětem je dodávka zboží a/nebo služeb
- 2 Úvěrová smlouva
- 3 Smlouva o pojištění exportních úvěrových rizik
- 4 Dodávka zboží a/nebo služeb
- 5 Čerpání úvěru exportérem
- 6 Platba za dodané zboží a/nebo služby
- 7 Splácení úvěru ČEB

Zdroj: Česká Exportní Banka, Dodavatelský úvěr, <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/dodavatejske-uvery/>

- ii) Refinanční exportní dodavatelský úvěr „umožňuje poskytnout bance exportéra prostředky, které budou využity k poskytnutí úvěru exportérovi za zvýhodněných podmínek.“ (61)

Obrázek č. 14 – Schéma refinančního exportního dodavatelského úvěru



Legenda k obrázku:

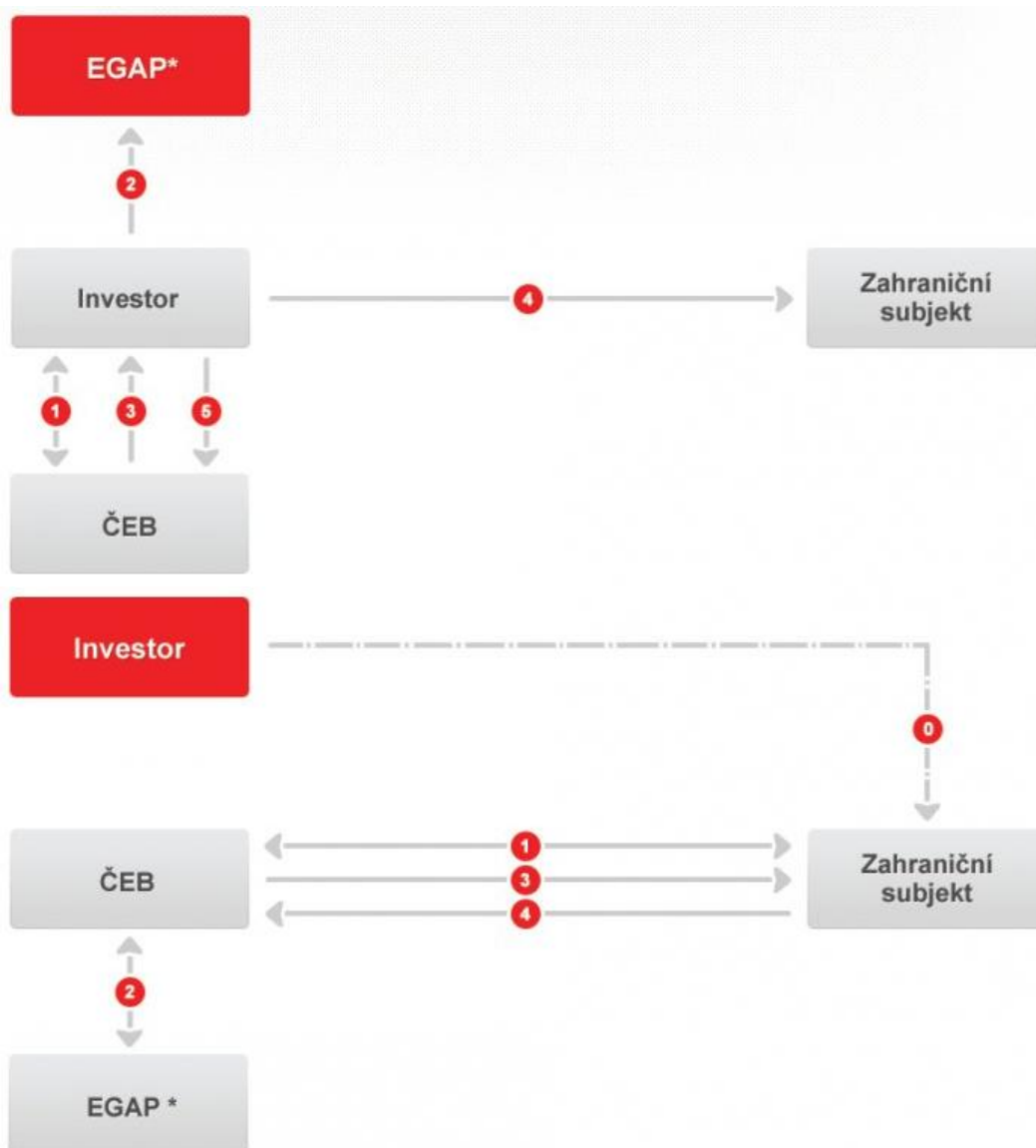
- ❶ Smlouva o exportu, jejímž předmětem je dodávka zboží a/nebo služeb
- ❷ Refinanční úvěr České exportní banky bance exportéra
- ❸ Smlouva o pojištění exportních úvěrových rizik
- ❹ Úvěrová smlouva mezi bankou exportéra a exportérem
- ❺ Dodávka zboží a/nebo služeb
- ❻ Poskytnutí refinančního úvěru bance exportéra
- ❼ Poskytnutí úvěru z prostředků získaných od České exportní banky
- ❽ Splácení dodavatelského úvěru dovozcem
- ❾ Splácení úvěru exportérem jeho bance
- ❿ Splácení úvěru bankou exportéra České exportní bance

Zdroj: Česká Exportní Banka, Dodavatelský úvěr, <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/dodatelske-uvery/>

c) Úvěr na investice v zahraničí

„Úvěr na investice v zahraničí umožňuje českému investorovi získat dlouhodobé úvěrové zdroje pro realizaci investice v zahraničí.“ Tímto způsobem lze financovat zahraniční subjekt, kde má žadatel majetkovou účast. Minimální splatnost je tři roky. Pojištění se vztahuje k investorovi a na jeho investici v zahraničí. (62)

Obrázek č. 15 – Schéma úvěru na investice v zahraničí



Legenda k obrázku:

- ① Uzavření úvěrové smlouvy po projednání investičního záměru a formy investování
- ② Smlouva o pojištění investic
- ③ Úvěr na financování investice
- ④ Využití prostředků z investičního úvěru v souladu s investičním záměrem schváleným Českou exportní bankou
- ⑤ Splácení investičního úvěru z příjmů generovaných uskutečněnou investicí

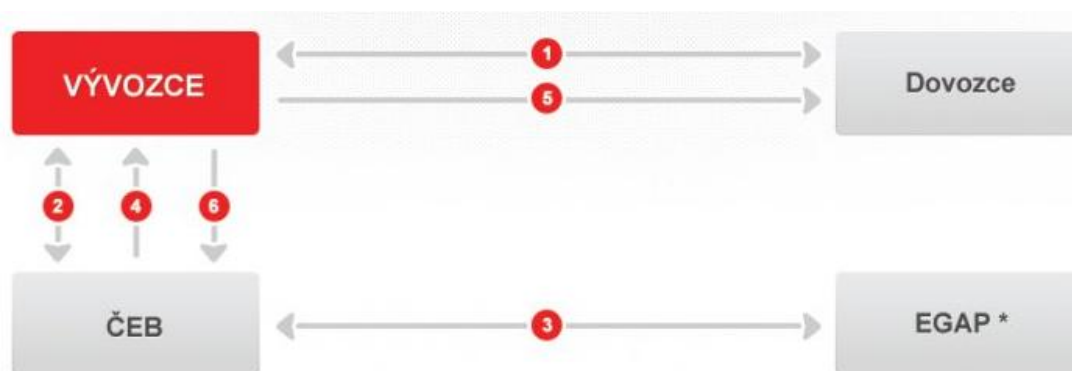
Zdroj: Česká Exportní Banka, Úvěr na investice v zahraničí, <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/uver-na-zahranicni-investice/>

d) Předexportní úvěr

„Předexportní úvěr umožňuje českému výrobcí, resp. exportérovi, financovat náklady spojené s realizací dodávek pro zahraničního kupujícího (dovozce).“

Pokud se jedná o úvěr potřebný k financování výroby, lze zahrnout nákup surovin a materiálu, dále náklady spojené s výrobou, například mzdy, sociální a zdravotní pojištění. (63)

Obrázek č. 16 – Schéma předexportního úvěru



Legenda k obrázku:

- 1 Smlouva o exportu, jejímž předmětem je dodávka zboží a/nebo služeb
- 2 Úvěrová smlouva
- 3 Smlouva o pojištění exportních úvěrových rizik
- 4 Čerpání úvěru na základě dokladů potvrzujících vynaložení nákladů na výrobu
- 5 Dodávka zboží a/nebo služeb po ukončení výroby
- 6 Splácení úvěru buď z neodvolatelného dokumentárního akreditivu vystaveného z příkazu dovozce, nebo z čerpání exportního odběratelského úvěru, resp. z čerpání exportního dodavatelského úvěru

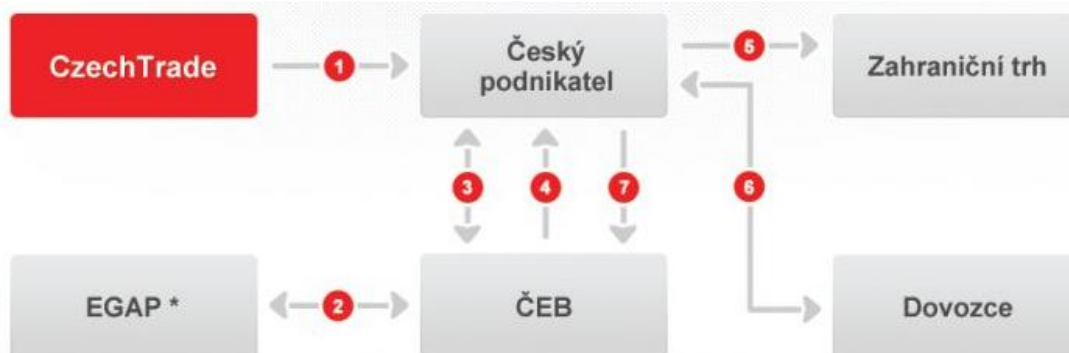
Zdroj: Česká Exportní Banka, Úvěr na financování výroby pro export,

<http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/predexportni-uvery/>

e) Financování prospekce zahraničních trhů

„Financování prospekce zahraničních trhů umožňuje českému podnikateli financovat průzkum zahraničního trhu, na nějž hodlá vstoupit.“ Financování se rozlišuje na krátkodobé a dlouhodobé. Krátkodobý úvěr zahrnuje poradenství ve smyslu vývozu a marketingu, včetně analýz, zajištění reklamy a propagačních materiálů, účast na zahraničních akcích, právní servis, skladování v zahraničí a certifikaci výrobků. U dlouhodobého úvěru se splatnost odvíjí dle záměru, financuje se do 65% hodnoty uznatelných nákladů, přičemž náklady vynaložené v ČR mohou tvořit až 15% pojištěním je ČEB a pojišťuje se u EGAPu. (64)

Obrázek č. 17 – Schéma financování prospekce zahraničních trhů



Legenda k obrázku:

- 1 Posouzení prospekčního záměru a rozpočtu prospekce agenturou CzechTrade
- 2 Smlouva o pojištění rizik spojených s prospekcí trhu*
- 3 Úvěrová smlouva
- 4 Poskytnutí úvěru na financování prospekce zahraničních trhů
- 5 Provádění prospekce v souladu s prospekčním záměrem
- 6 Exportní kontrakt jako výsledek prospekční činnosti
- 7 Splácení úvěru České exportní bance z příjmů realizovaných na základě úspěšné prospekce nebo z jiných příjmů exportéra

Zdroj: Česká Exportní Banka, Financování prospekce zahraničních trhů,
<http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/financovani-prospekce-zahranicni-trh/>

f) Financování prospekce zahraničních trhů

„Projektové financování je zvláštní případ úvěrování obchodního (vývozního) případu, který se používá především u velkých, investičně náročných celků.“ Pomáhá investorům získat finanční prostředky pro realizaci velkých a nákladných projektů. Investor se často setkává s problémem nedostatečného zajištění formou zástavy jeho majetku. Jako řešení takového problému se nabízí využít právě projektové financování, kdy se zárukou stanou aktiva pořízená v rámci projektu anebo očekávané výnosy. Tento typ financování je vždy individuálně konzultován a řešen „na míru“. (65)

2) Program podpory MSP

Jedná se o podporu malých a středních podniků. Pro vývozce se nabízí: *„financování výroby pro vývoz, krátkodobé financování vývozu a bankovní záruky.“* Pro subdodavatele vývozců ČEB nabízí financování prostřednictvím komerčních bank, jmenovitě jde o Českou spořitelnu a.s., Československou obchodní banku a.s., Raiffeisenbank a.s. a GE Money Bank a.s. Dále ČEB nabízí možnost urychlení projednání projektů. (66)

3) Odkup exportních pohledávek s pojištěním bez postihu

„Představuje odkup (postoupení) dosud nesplacené pohledávky ze smlouvy o exportu, u které je pojištěno riziko nezaplacení pohledávky v důsledku teritoriálních (politických) nebo tržně nezajistitelných komerčních rizik. Tento odkup se provádí bez zpětného postihu (regresu) vůči exportérovi, který pohledávku prodává.“ Do této skupiny řadíme také dokumentární inkasa a akreditivy a bankovní záruky. (67)

ČEB mimo jiné nabízí i možnost termínového vkladu, otevření běžného komerčního účtu a také měnovou konverzi.

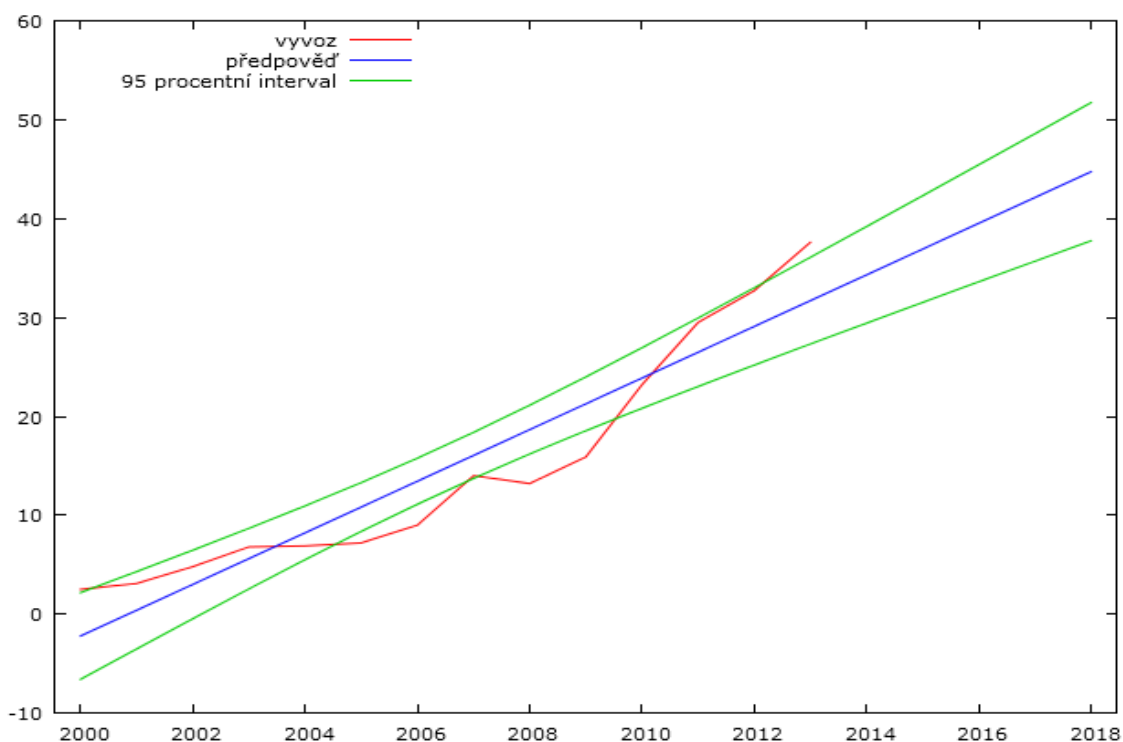
4.2 Prognóza vývoje exportu a importu

Vývoj exportu a importu je ovlivňován mnoha faktory. Vývoj může ovlivnit například celní opatření, ekonomická krize, pokles kupní síly obyvatelstva, či protekcionismus. Prognóza je prováděna od roku 2000 až do roku 2018. Údaje jsou zvoleny úmyslně od roku 2000 pro porovnání výstupů se skutečností. Horizont do roku 2018 byl vybrán jako střednědobá předpověď vývoje, jelikož tuto předpověď lze využít a bude přibližně odpovídat reálnému vývoji.

Pro účel vytvoření prognózy byl použit statistický program SAS. Za využití nejmenších čtverců a dále analýz a předpovědí. Zvolená hladina významnosti je 95%.

4.2.1 Vývoj exportu do Číny

Graf č. 1 – Prognóza vývoje exportu do Číny



Zdroj: Výstup ze SAS, vlastní zpracování

Tabulka č. 2 – Hodnoty prognózy vývoje exportu do Číny

Pozorování v letech	Vývoz v mld CZK	Předpověď vývoje v mld CZK
2000	2,50000	-2,21429
2001	3,10000	0,394505
2002	4,80000	3,00330
2003	6,80000	5,61209
2004	6,90000	8,22088
2005	7,20000	10,8297
2006	9,00000	13,4385
2007	14,0000	16,0473
2008	13,2000	18,6560
2009	15,9000	21,2648
2010	23,2000	23,8736
2011	29,5000	26,4824
2012	32,7000	29,0912
2013	37,6000	31,7000
2014	nedefinované	34,3088
2015	nedefinované	36,9176
2016	nedefinované	39,5264
2017	nedefinované	42,1352
2018	nedefinované	44,7440

Zdroj: Hodnoty vývozu z Českého statického úřadu, vypočtené hodnoty prognózy z programu SAS, vlastní zpracování

Graf č. 1 zachycuje vývoj exportu do roku 2018. Červená barva znázorňuje reálný vývoj exportu do roku 2013. Modrou barvou je znázorněna předpověď vývoje exportu. Zelená barva znázorňuje 95% interval. Největší rozdíl v hodnotách bylo v prvním roce predikce rok 2000 a 2013. Rozdíl v hodnotách byl největší v roce 2013 a to rozdíl 5,9 mld CZK.

Od roku 2001 je Čína členem WTO, od tohoto roku začala snižovat celní opatření, ale také začala vyvážet své zboží do celého světa. Zde je spojen z počátku spíše pokles vývozu do Číny, jelikož Čína se soustředila spíše na podporu svých výrobců a vývozců. Do roku 2003

následuje pozvolný růst exportu. První větší propad lze zaznamenat od roku 2004, kdy se exportéři soustředili spíše na Evropský trh, jelikož Česká republika vstoupila do Evropské unie. (71)

Zaznamenaný růst od roku 2005 je spojen s možností soukromě vlastnit podnik. Tyto soukromé podniky mohou vstoupit do většiny odvětví čínské ekonomiky, tedy i navázat spolupráci se zahraničím. (16)

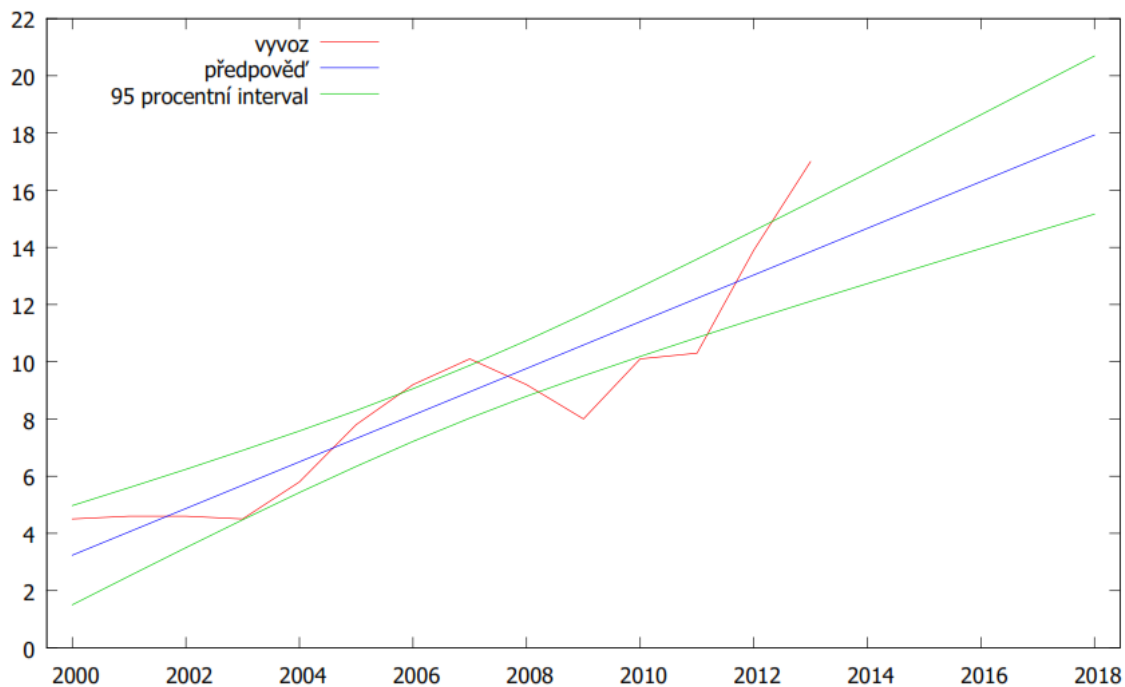
Vývoj exportu byl pozvolný, první zlom nastává v roce 2007, kdy dochází ke zvýšení na 14 mld CZK, v tomto roce tvořil export 8,7% čínské ekonomiky. V tomto roce čínská vláda zavedla stejné zdanění pro čínské a zahraniční podniky. V roce 2008 lze pozorovat propad ve vývozu, který je spojen s propadem na čínském akciovém trhu. Tento propad posléze dopadl i na ČR. Dalším zlom ve vývoji nastává v roce 2010, kdy dochází k nárůstu na 23,2 mld CZK. Důvodem zlepšení může být například odeznívání finanční krize či zvýšení kupní síly obyvatel. Bohatnutím střední třídy v Asijských zemích, zejména v Číně pomáhá rozvoji dovozu českých výrobků. Tento trend je vidět právě na grafu, kdy od roku 2010 je vysoký nárůst vývozu. Tento rok byl nejúspěšnějším v rámci historie vývozu do Číny pro evropské země. Největším vývozcem do Číny za rok 2010 bylo sousední Německo. (12, s. 9-11)

Od roku 2010 do současnosti pokračuje růst exportu, tomuto napomáhá otevírání se, čínské ekonomiky světu, např. snaha o uzavření dohody o volném obchodu s EU. Mimo jiné se v roce 2014 očekávají další reformy finančního sektoru a ochrany duševního vlastnictví.

Tato prognóza však může být vcelku lehce změněna díky celním opatřením či omezením dovozu. Případně změnou kursu. Momentálnímu vývoji pomáhá i oslabení koruny vůči euru, které napomáhá exportérům. Výrazně ovlivnit situaci dovozu do Číny může další pětiletka, která má vstoupit v platnost od roku 2015 do roku 2020. Pokud by se však odvíjela od současného stavu, kdy je cílem právě podpora ekonomiky a zahraničního obchodu, měl by být potvrzen předpoklad získaný prognózou.

4.2.2 Vývoj exportu do Japonska

Graf č. 2 – Prognóza vývoje exportu do Japonska



Zdroj: Výstup ze SAS, vlastní zpracování

Tabulka č. 3 – Hodnoty prognózy vývoje exportu do Japonska

Pozorování v letech	Vývoz v mld CZK	Předpověď vývoje v mld CZK
2000	4,50000	3,23714
2001	4,60000	4,05341
2002	4,60000	4,86967
2003	4,50000	5,68593
2004	5,80000	6,50220
2005	7,80000	7,31846
2006	9,20000	8,13473
2007	10,1000	8,95099
2008	9,20000	9,76725
2009	8,00000	10,5835
2010	10,1000	11,3998
2011	10,3000	12,2160

2012	13,9000	13,0323
2013	17,0000	13,8486
2014	nedefinované	14,6648
2015	nedefinované	15,4811
2016	nedefinované	16,2974
2017	nedefinované	17,1136
2018	nedefinované	17,9299

Zdroj: Hodnoty vývozu z Českého statického úřadu, vypočtené hodnoty prognózy z programu SAS, vlastní zpracování

Graf č. 2 znázorňuje vývoj exportu do Japonska od roku 2000 do roku 2018. Červená barva reálný vývoj exportu do roku 2013, modrá barva značí prognózu vývoj exportu do roku 2018. Zelená barva značí interval.

V roce 2000 se japonská ekonomika se nacházela ve stavu stagnace až recese. Centrální banka Japonska uvolnila měnovou politiku, čímž pomohla zabrzdit propad ekonomiky a nastartovat její růst. (1, s. 158) V případě exportu do Japonska lze v prvních pozorovaných letech od roku 2000 do roku 2003 sledovat téměř konstantní vývoj exportu. V letech 2002 a 2003 dopadla na Japonsko krize bankovního sektoru, která mohla situaci na trhu s dovozem silně ovlivnit. Nárůst lze zaznamenat od roku 2004, kdy se Japonské bankovníctví z krize dostává. Spojitost v tomto ohledu lze spojit se vstupem České republiky do Evropské unie a určitému usnadnění vývozu spojeného s jednotnou celní politikou EU. (70)

Až do roku 2007 lze sledovat pozvolný růst exportu. Zlom nastává v roce 2008 a to poklesem vývozu. Tento pokles lze spojit s finanční krizí, která tento trh silně zasáhla, stejně tak trh český. (13, s. 63-64) Tudíž v roce 2008 dochází k velkému propadu vývozu o 1 mld CZK. Propad pokračuje i v roce 2008, kdy hodnota vývoze klesá o další miliardu CZK.

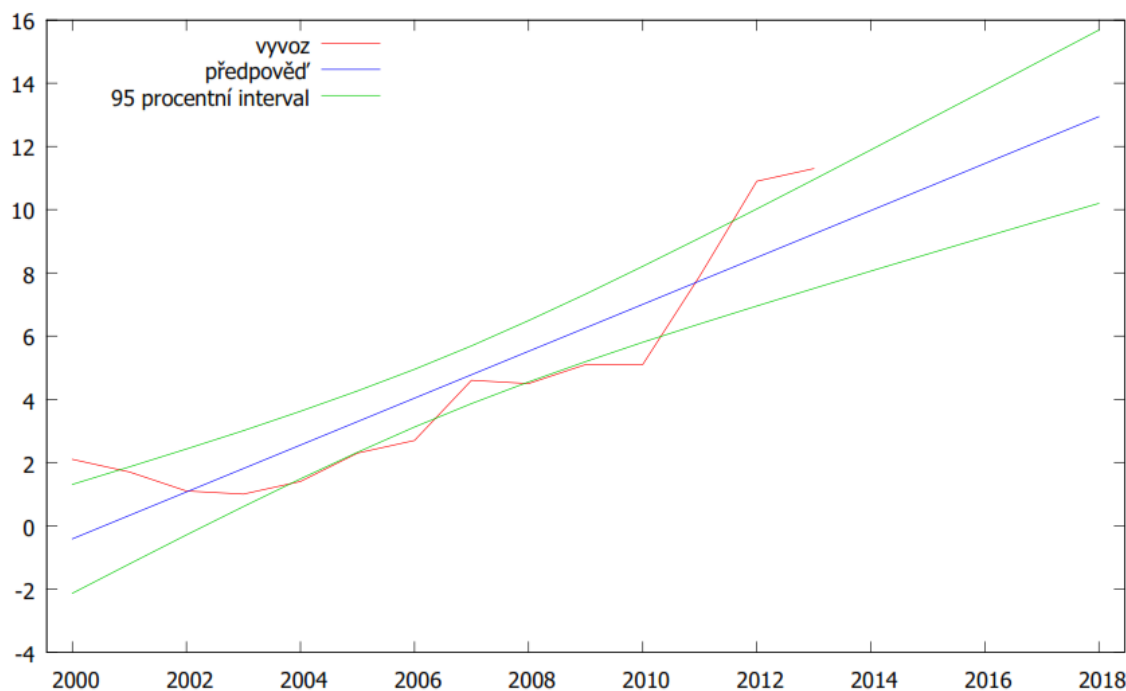
V roce 2010 již finanční krize začala odeznívat a situace se zlepšovala pomalým tempem. Nízké tempo růstu vývozu do Japonska lze spojit s tsunami tedy s přírodní katastrofou,

kteřá zasáhla Japonsko v březnu roku 2011. Výrazné zlepšení nastalo v roce 2013, kdy se jednalo o Dohodě o volném obchodu s Evropskou unií. Prognóza vývoje pro tento rok je opět klesající důvodem může být i připravovaná daňová reforma v Japonsku. Japonsko si stanovilo cíl sblížení se svými sousedními zeměmi. (30)

Nicméně od roku 2015 je predikován opět nárůst vývozu českého zboží. Tento fakt může být ovlivněn přírodními katastrofami jako je tsunami či časté zemětřesení. Pokud se však podaří ratifikovat Dohodu o volném obchodu s EU, situace českých vývozců by byla výrazně podpořena.

4.2.3 Vývoj exportu do Korejské republiky

Graf č. 3 – Prognóza vývoje exportu do Koreje



Zdroj: Výstup ze SAS, vlastní zpracování

Tabulka č. 4 – Hodnoty prognózy vývoje exportu do Koreje

Pozorování v letech	Vývoz v mld CZK	Předpověď vývoje v mld CZK
2000	2,10000	-0,417143
2001	1,70000	0,325055

2002	1,10000	1,06725
2003	1,00000	1,80945
2004	1,40000	2,55165
2005	2,30000	3,29385
2006	2,70000	4,03604
2007	4,60000	4,77824
2008	4,50000	5,52044
2009	5,10000	6,26264
2010	5,10000	7,00484
2011	7,90000	7,74703
2012	10,9000	8,48923
2013	11,3000	9,23143
2014	nedefinované	9,97363
2015	nedefinované	10,7158
2016	nedefinované	11,4580
2017	nedefinované	12,2002
2018	nedefinované	12,9424

Zdroj: Hodnoty vývozu z Českého statistického úřadu, vypočtené hodnoty prognózy z programu SAS, vlastní zpracování

Graf č. 3 znázorňuje vývoj exportu z České republiky do Korejské republiky. Zvolený interval je od roku 2000 do roku 2018. Tedy opět je využita střednědobá prognóza vývoje. Červená barva reálný vývoj exportu do roku 2013, modrá barva značí prognózu vývoj exportu do roku 2018. Zelená barva značí interval.

Vývoz do Korejské republiky měl z počátku klesající tendenci. Tato tendence setrvala až do roku 2004. Tento trh vůči zahraničí působil uzavřeně, čeští exportéři na trhu sice působili, ale reagovali až na poptávku. Svě zboží dopředu nenabízeli, tudíž reagovali se zpožděním.(39)

Vývoz do Korejské republiky je ze všech třech porovnávaných zemí nejnižší. Tento fakt je spojen i s geografickou polohou a politickými problémy spojenými se sousedem Korejskou lidově demokratickou republikou. Korejská republika je izolována od zbytku světa na

poloostrově. V rámci vývoje exportu lze vysledovat vždy dvouleté období ve vývoji exportu, kdy jsou hodnoty blízko u sebe. Což podporuje politiku českých exportérů reagovat až na poptávku. Tyto dvouleté nárůsty lze vysledovat již od roku 2003.

V roce 2008 se konaly v Koreji parlamentní volby, které mohly situaci také ovlivnit. Zda nebudou zavedeny přísnější opatření či zákony pro dovozce. Oproti ostatním trhům se vývoz v době finanční krize nesnižoval, naopak pomalu rostl. V roce 2009 je vidět opět dvouletý posun, který byl spojen s podepsáním dohody o vzájemné spolupráci. V roce 2009 sice Korejská vláda zavedla podporu dovozu, nicméně tato aktivita nebyla příliš výrazná a téměř se neprojevila. Vláda dále snížila v reakci na ekonomickou krizi úrokové sazby, vláda se tímto rozhodnutím snažila pomoci menším a středním podnikům. Tento krok pomohl podnikům navázat další spolupráci se zahraničím. Rovněž byly vynaloženy nemalé prostředky do budování infrastruktury. K nastartování ekonomiky napomohlo snížení daní.(36)

V roce 2012 se opět konaly volby, které mohly dění na korejském trhu dosti ovlivnit a to změnou politiky. Ke změně politického smýšlení nedošlo, naopak byl nadále podporován hospodářský růst spojen s podporou ekonomiky. (39)

Od roku 2013 si Korejská republika dala za cíl stát se vzorem pro ostatní asijské země v zelené politice, snižování emisí a ochrany životního prostředí. Což je další zajímavou oblastí pro dovoz výrobků z České republiky. (39)

Podle vytvořené prognózy by mělo dojít k růstu dovozu, i když ve srovnání s Čínou a Japonskem velmi pozvolnému. Tento fakt lze podložit i častým politickým napětím díky Severní Koreji. Jižní Korea čelí velké konkurenci v exportu. Je zde tedy riziko spojené s kolizí na mezinárodním trhu např. pokles poptávky. Korea má velmi nízký podíl žen zaměstnaných v podnicích, za to mnoho starších mužů nad 55 let, kteří mají vysoké mzdy. Mladí Korejci proto odcházejí za prací do okolních zemí či do Evropy.

4.3 Srovnání pracovního života ve firmě Preciosa a.s. v Číně a ČR

Tato část diplomové práce je zaměřena na přiblížení pracovního života v Číně. Všechny údaje jsou z osobní zkušenosti zaměstnance společnosti Preciosa a.s. Respondent působí v Číně více než rok a žije zde ve velkém městě. Respondentovi byly kladeny otázky formou řízeného rozhovoru, cílem je lépe nastínit zdejší situaci a potvrdit či vyvrátit uvedená východiska z teoretické části.

1) Jak vypadá běžný pracovní den v Číně

Čínský zaměstnanec se může přirovnat k včelce, žije pouze pro práci, nikoliv pro zábavu. Baví se mají rodinní příslušníci a majitelé podniků. Zaměstnanci bydlí v areálu podniku či továrny, ve velkých ubytovnách. V ubytovnách mají zajištěné i stravování formou obědů a večeří. Velmi často stává, že neopouštějí po dlouhou dobu areál podniku.

Měsíční příjem je v Číně v přepočtu okolo 4 500 - 6 000 CZK, většina ze zaměstnanců si ani nemůže dovolit zajít pravidelně do restaurace či baru. V období čínského nového roku mohou zaměstnanci odjet do svého rodného města, což jediné místní povyražení.

Pracovní den vypadá následovně. Brzy ráno příchod do práce, náročná práce v podniku či továrně. Dopoledne mají zaměstnanci povolenou pauzu na kouření, což je pár minut. V poledne, kdy mají pauzu na oběd, většina z nich spí. Odpoledne mají další přestávku na kouření. Večer je opět přestávka na večeři, poté se ještě vracejí do práce, kde jsou někdy i do noci.

2) Pracovní doba

Pracovní doba oproti České republice trvá 6 dní v týdnu, po 8 hodinách. Realita však vypadá jinak, ve smyslu práce přes čas. Minimální mzdu obdobně jako v ČR stanovuje čínská vláda pro každou provincii zvlášť.

Pracovní dobu lze rozškatulkovat do částí. Pracovat se začíná v 8:00. Od 10:00 do 10:10 je povolená pauza na kouření. Ve 12:00 je pauza na oběd, od 14:00 se vrací opět k práci. Od 16:00 do 16:10 mají zaměstnanci odpolední pauzu na cigaretu. Práce

pokračuje od 16:10 do 18:00, poté následuje hodinová pauza na večeři. Po večeři se jde zpět pracovat cca. Do 22:00. Po práci se odchází do ubytovny.

3) Obchodní jednání z vlastní zkušenosti

Souhlasí zvyklostem, uvedeným v teoretických východiscích. Vždy si dávat pozor na přebírání vizitek oběma rukama a s palci vytočenými směrem nahoru. Čínští obchodníci si na tento ceremoniál potrpí. Pokud se obchodnímu partnerovi druhá strana zalíbí, je neustále zván na cigaretu.

4) Ochrana proti padělání, kam se případně lze obrátit

V Číně samozřejmě existují patentové úřady stejně jako v ČR, ovšem vláda nedbá na dodržování, pouze tyto úřady bere jako dobrý zdroj pro své financování. Na druhou stranu se Čína snaží zlepšit svou reputaci, ve smyslu padělání značek.

5) Rozdíly při práci v České republice a v Číně

Číňané se nezatěžují s dodržováním termínu smluv, už když smlouvu podepisují, vědí, že termín nestihnou, na což si Evropan musí zvyknout a počítat s tím. Většinou své zpoždění oznámí v den, kdy mělo být zboží hotové. Omluvné fráze se zde nepoužívají. V žádném případě nemá smysl zvyšovat hlas či se rozčílit, toto na čínské obchodníky neplatí. Vztahy na pracovišti jsou vesměs podobné jako v České republice, záleží nejen na podniku, ale i na lidech.

V továrnách se velmi často stává, když se zaměstnanci naučí nový pracovní postup, při první směně jej provede podle toho, co se naučili, ale už ve druhé směně, práci dělají po svém. Největší rozdíl byl zpozorován v infrastruktuře. Dálnice a silnice jsou v hrozném stavu. Tím, že se zde stále zvětšuje skupina bohatých, kteří si kupují drahá a silná auta, je možno se zde setkat se spoustou dopravních nehod a nepříjemných situací na silnicích. Číňané si na nová auta potrpí zejména na značky německé, jako je Volkswagen či americké značky automobilů. Auta střídají v intervalu dvou let.

Život v Číně je také velmi odlišný v kulturní a sociální oblasti, Číňané nejsou zvyklí používat kapesníky, všechny své potřeby konají veřejně, což je pro Evropana mnohdy nepříjemné. Při obědě a večeři v jídelnách je běžné vidět, jak zbylé jídlo plivají kolem

sebe, nejlépe na stůl před sebe. Jakýkoliv odpadek hází na zem, na ulicích bývá nepořádek. Všudypřítomná je politika plné zaměstnanosti. Ve městech pracuje spousta zahradníků, kdy květinami osází krajnice silnic, ale u sběračů odpadků, výsledky nejsou slavné. Sami Číňané říkají, že mají socialismus, ale ve skutečnosti už je v Číně kapitalismus.

Zdroj: Řízený rozvor ze dne 10.11.2013, vlastní zpracování

4.3.1 Preciosa a.s.

Preciosa se v Čechách objevila roku 1915. Slovo „Preciosa“ je odvozeno z latinského *preciosus*, což znamená vzácný, výjimečný nebo vznešený. Společnost vznikla po druhé světové válce, spojením několika menších podniků v Jablonci nad Nisou a jeho okolí. Přesné datum vzniku se traduje k 10. 4. 1948. Preciosa se do revoluce stala hlavním producentem bižuterie v ČSR, spadala ovšem do státních podniků.(68)

Obrázek č. 17 – Logo společnosti Preciosa



Zdroj: <http://www.preciosa.com/>

Vývoj společnosti

- 1948 – založení národního podniku Preciosa
- 1953 – zánik podniku, převedení do nově tvořeného podniku Jablonecká bižuterie
- 1958 – zánik podniku Jablonecká bižuterie a vznik podniku Brusírny kamenů
- 1967 – založení centrály Preciosa v Jablonci nad Nisou
- 1988 – Preciosa se přeměňuje na státní podnik.
- 1990 – Preciosa se odděluje od Jablonexu
- 1991 – Preciosa se stává akciovou společností.
- 1993 – vznik nadace Preciosa – zaměřeno na vědy a výzkumu.(68)

Po roce 1989 se Preciosa vrátila zpět do rukou soukromého vlastnictví, stala se z ní akciová společnost, čímž vznikl vlastní zahraniční obchod se snahou vytvořit celosvětovou distribuční síť s cílem: *„stát se celosvětovou kvalitativní špičkou v oboru zpracování křišťálového skla a dlouhodobě prosperujícím podnikem. Silná firma celosvětové působnosti se zastoupením na všech významných trzích zachovává pečlivě vše, co dostala do vínku od svých předchůdců: tradici, fortel, kvalitu, spolehlivost a novátorství. Svou budoucnost ale staví na efektivním využití nejmodernějších technologií a vědeckých poznatků ve všech oborech. Nezapomíná ani na svou odpovědnost vůči společnosti.“* (68)

Společnost Preciosa má sídlo v Jablonci nad Nisou, dále po světě má sedm poboček. Pobočky se nacházejí v New Yorku, Londýně, Moskvě, Dubai, Shanghai, Hong-Kong a Singapur, zde zaměstnává přes 5000 lidí. (69)

Preciosa vyrábí:

- *„Strojně broušené křišťálové bižuterní komponenty – křišťálové kameny, perle, šatonové řetězy, a další bižuterní polotovary*
- *Kubickou zirkonii a šperkové kameny*
- *Skleněné perle a perličky*
- *Bytová svítidla a světelné projekty*
- *Křišťálovou bižuterii, dárkové předměty a trofeje*
- *Dekoratивní skleněné výrobky a technické sklo*
- *Skleněné zátky“* (69)

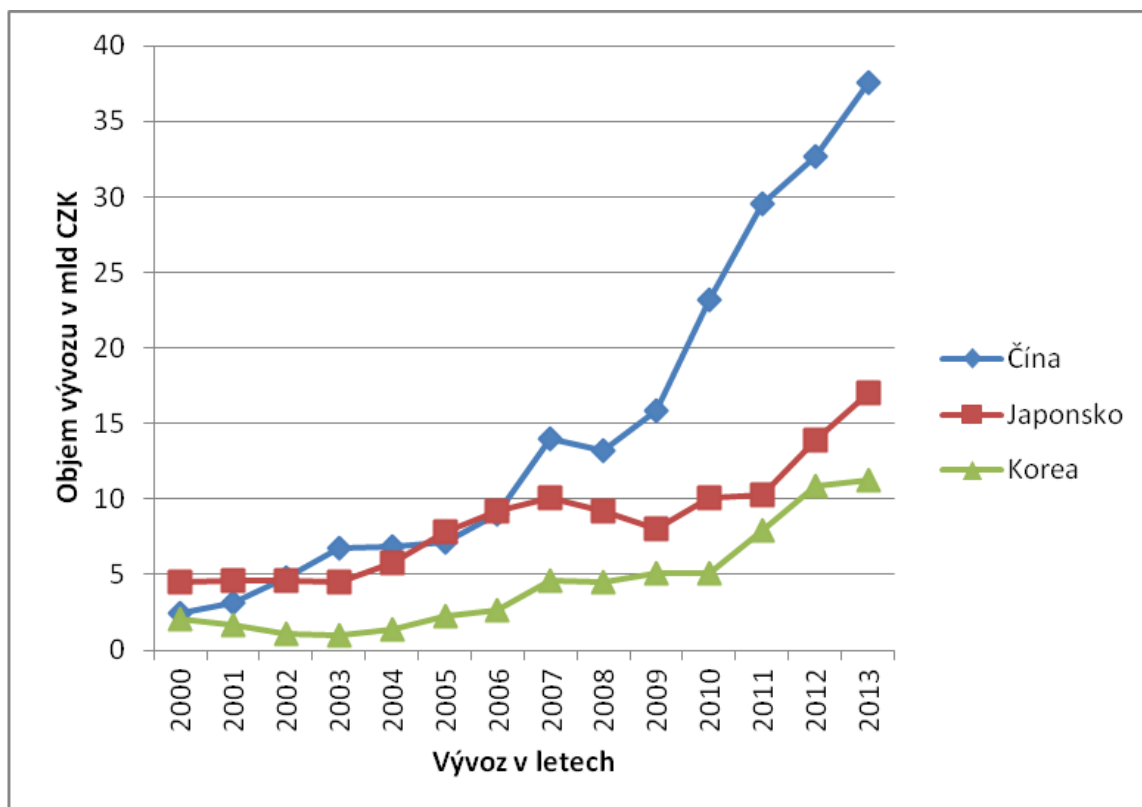
Preciosa nevyrábí pouze designová svítidla, ale je jedním z největších producentů křišťálu na světě. Preciosa založila i vlastní nadaci v roce 1993. Nadace podporuje zejména výzkum a vědu, dále pomáhá se vzděláním a nabízí například praxe studentům či den otevřených dveří, kdy se mohou zájemci podívat do dílen. Preciosa pomáhá studentům, zejména z oblasti designu, kdy se každoročně pořádá soutěž o nejlepší designový návrh. (69)

5. Zhodnocení výsledků a doporučení

V posledních letech dochází k růstu vývozu do asijských zemí. Tento fakt lze sledovat od roku 2000, nárůst je zapříčiněn zejména kvalitou a věhlasem českých výrobků. Tyto trhy jsou pro vývozce zajímavým odbytíštěm zboží a služeb, z důvodu silného potenciálu pro prodej zboží. Zejména v případě Číny, která je nejlidnatějším státem světa se silnou střední třídou, která o tyto výrobky má zájem.

Dle grafu č. 4 vývoje exportu (hodnoty uvedeny v příloze č. 5) je zřejmý největší růst vývozu právě do Číny. Od roku 2007 dochází k velkému nárůstu vývozu do této země. Ve srovnání s Japonskem a Koreou, kde je trend růstu pozvolný. Tento fakt podkládá skutečnost, že tyto trhy jsou stále velmi zajímavou destinací a o české výrobky zde bude i nadále zájem. Z provedených prognóz vývoje exportu lze očekávat rostoucí tendence.

Graf č. 4 – Vývoj exportu



Zdroj: vlastní zpracování

Největší nárůst lze pozorovat na trhu čínském. Jelikož se jedná o největší trh z porovnávaných. Došlo k výraznému nárůstu exportu od roku 2000. V loňském roce dosahoval vývoz do Číny hodnot 37,6 mld CZK. Oproti roku 2000, kdy export činil pouhé 2,5 mld CZK. Křivka růstu má stále rostoucí tendenci vyjma roku 2004 a 2008.

Oproti tomu japonský trh se vyvíjel proměnlivě, opět lze vysledovat nárůst oproti počátku. V roce 2000 činil vývoz do Japonska pouhé 4,5 mld CZK, kdežto v roce 2013 export dosáhl výše 17 mld CZK. Což je přibližně čtyřnásobný růst. Oproti čínskému trhu zde nedocházelo k výraznějším propadům. V případě japonského trhu se prognózuje pozvolný růst.

Korejský trh je nejmenší z porovnávaných. Vývoj exportu na korejském trhu je téměř stagující. Počáteční stav vývozu v roce 2000 činil 2,1 mld CZK. V následujících letech docházelo namísto růstu k mírnému propadu. Čeští vývozci nereagovali nabídkou, nýbrž čekali na poptávku, reagovali tedy se zpožděním. K růstu začalo docházet až v roce 2004, tento pozvolný růst pokračuje do současnosti. V případě Korejské republiky lze tuto tendenci očekávat i v následujících letech.

V návaznosti na teoretickou část byl proveden řízený rozhovor se zaměstnancem společnosti Preciosa a.s., který pracuje v Číně. Tento řízený rozhovor přinesl zajímavé informace, jak se teoretická východiska liší ve srovnání s realitou. Překvapujícím zjištěním byla pracovní doba a téměř neexistence dovolené a pracovního volna.

V rámci zpracování praktické části diplomové práce, kde byly popsány jednotlivé možnosti pomoci podnikatelům, autorka narazila na neexistenci podpory formou dotací od státu. V průběhu zpracování při bližším studiu možností nebyla nalezena podpora prostřednictvím grantů ani v rámci Evropské unie. Doporučení tedy zní: pomoc podnikatelům a investorům formou dotací či zvýhodněných úvěrů v rámci České republiky. Ideální toto rozšířit o granty či program podpory pocházející z Evropské unie.

Současné situaci by napomohlo četnější pořádání odborných kongresů či seminářů o jednotlivých zemích a jejich odlišnostech. Zejména shrnutí specifikace místního trhu, forem

společností, obchodních a kulturních zvyklostí. V neposlední řadě doplnit o právní povědomí, konkrétně upřesnit daňovou soustavu a právní legislativu. V této oblasti by podnikatelé a investoři zajisté ocenili osvětu.

Situaci lze vylepšit za pomoci vlád jednotlivých zemí. Korejská republika se v posledních letech snaží propagovat české zboží, nicméně tato snaha nebyla téměř postřehnutá a vývoji příliš nepomohla. Vývoz do Japonska a Číny byl za poslední roky mnohonásobně vyšší. V těchto zemích by byla vhodná větší propagace České republiky, nejen jako turistické destinace. Investovat či podnikat na těchto trzích je stále výhodné, dle hodnot vývoje vývozu jsou a do budoucna budou hodnoty rostoucí.

6. Závěr

Diplomová práce se zabývá problematikou vybraných asijských trhů a to japonským, čínským a korejským ve vztahu k českým exportérům. Tyto trhy jsou pro české podnikatele a investory velmi specifické vzhledem k velké vzdálenosti. Jedná se o odlišnou kulturu a myšlení místních lidí. Bariéra nastává i v jazykových znalostech, velmi často se lze setkat s neznalostí angličtiny. Ačkoliv se jedná se o velmi zajímavé destinace, ve kterých je v posledních letech o výrobky ze zahraničí zájem, z pohledu Českých firem a investorů není ještě tento potenciál plně využit. V povědomí místních podnikatelů a investorů bohužel velmi často zůstává představa nemožnosti prosazení se na těchto trzích. Případně vyvstávají velké obavy z neúspěchu.

Teoretická část se zabývala charakteristikou jednotlivých trhů. Byl kladen důraz zejména na obchodní zvyklosti, hierarchii společností a managementu, právní základnu a obchodní spolupráci s Českou republikou. Tato témata byla zvolena z důvodu praktického využití. Nebyly opomenuty zajímavé obory a obchodní příležitosti, které jsou momentálně poptávány.

V praktické části byly popsány jednotlivé instituce působící na českém trhu, které nabízejí služby a produkty pro exportéry. Tyto produkty a služby byly detailně popsány, jak daný produkt či služba funguje, případně za jakých podmínek ji lze využít. Byly porovnány jednotlivé produkty mezi sebou. V praktické části byla dále konfrontována teoretická východiska ohledně obchodních zvyklostí v Číně s reálnou zkušeností. Zajímavé bylo hledání odlišností oproti praxi. Závěrečná část práce byla věnována prognóze vývoje exportu v čase. Porovnávala byla skutečná data s daty prognózovanými. Prognóza byla provedena od roku 2000 až do roku 2018. Tedy předpokládaný vývoj exportu. Cíle práce tedy byly naplněny.

Určit přesný vývoj exportu je dosti náročné, nelze předvídat, zda nedojde například k přírodním katastrofám v případě Japonska, či k politickým změnám v případě Číny. Případně k válečnému konfliktu v případě Korejské republiky. Čímž by došlo k poklesu vývozu. Spíše se však dá předpokládat další růst vzhledem k současným podmínkám.

V Číně může situaci silně ovlivnit politické rozhodnutí čínské vlády ohledně pětiletok. Současná pětiletka končí v roce 2015 a je otázkou, zda naváže a bude pokračovat v rozvoji obchodu se zahraničím a v ekonomickém růstu. Dalším pozitivem by byla finanční reforma, kdy by Čína přešla k plovoucímu kursu a tržním sazbám.

V Japonsku může situaci ovlivnit přírodní katastrofa jako je silné zemětřesení či tsunami. Vysoký státní dluh na úrovni 200% HDP, který nepřestává narůstat, negativně ovlivňuje růst trhu. Situaci příliš nepomáhá stárnoucí populace. Naopak situaci by pozitivně ovlivnila ratifikace Dohody o volném obchodu, která by usnadnila vstup na trh.

V případě Korejské republiky by negativní dopad měl válečný konflikt se Severní Koreou, v obou zemích je stále napětí. Korea nadále prosazuje zelenou politiku, chce se stát vzorem pro ostatní asijské země. Korea je silně ovlivněna konkurencí v rámci okolních zemí. Pozitivně by současný stav ovlivnila větší liberalizace zahraničního obchodu, hospodářské reformy a větší propagace ze strany vlády. Zvýšení podílu žen v podnicích a zaměstnání mladých lidí na vyšších postech by napomohlo zlepšení.

Náplní diplomové práce bylo zhodnocení a nalezení vhodných cest k expanzi na asijské trhy. V této oblasti na českém trhu působí několik institucí. Bohužel však při zpracování diplomové práce byla zjištěna neexistence státních podpor či dotací pro tyto vývozce a to ani na úrovni Evropské unie. V budoucnu je tedy otázkou, zda česká vláda či Evropská unie nepomohou situaci novými možnostmi financování.

7. Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

1. KUNEŠOVÁ, Hana. *Světová ekonomika: nové jevy a perspektivy*. 2. dopl. a přeprac. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 319 s. ISBN 80-717-9455-4.
2. FUNIOKOVÁ, Naděžda. *Moderní Čína: komplexní průvodce novým světovým ekonomickým gigantem*. Vyd. 1. Brno: Jota, 2009, 339 s., obr. příl. Encyklopedie Britannica - průvodce. ISBN 978-807-2176-816.
3. FÜRST, Rudolf. *Česko-čínské vztahy po roce 1989*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2010, 235 s. ISBN 978-802-4616-537.
4. GULLOVÁ, Soňa. *Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol: nové jevy a perspektivy*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 253 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3777-5.
5. SELIGMAN, Scott D. *Čínská obchodní etiketa: průvodce protokolem, společenským chováním a kulturou v Číně*. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: BB/art, 2007, 269 s. ISBN 978-80-7381-127-3.
6. TAO, Jingzhou. *Resolving business disputes in China*. 1st ed. The Hague: Kluwer Law International, c2005, 1 v. (various pagings). ISBN 978-904-1124-166.
7. WORNOFF, Jon. *Mýtus japonského managementu*. Praha: Victoria Publishing, 1993, 126 s. ISBN 80-856-0548-1.
8. MURATA, Arthur Murray a Alan HARRISON. *How to make Japanese management methods work in the West*. Brookfield, Vt., USA: Gower Publishing Co., c1991, xviii, 87 s. ISBN 05-660-9085-6.
9. MARHOULOVÁ, Dagmar. *Japonské systémy řízení*. 2. Vyd. Praha: Institut řízení, 1991, 275 s. ISBN 80-701-4033-X.
10. LEPPERT, Paul A. *Doing business with Korea*. Fremont, Calif.: Jain Pub. Co., c1996, 126 s. ISBN 08-757-3043-4.
11. CONSULTANT EDITORS, Jonathan Reuvid and Li Yong, Preface by Lord BRITTAN a Shen Jueren FOREWORDS BY DIGBY JONES. *Doing business with China*. 5th ed. London: GMB Pub, 2009, 167 s. Expert (Grada). ISBN 19-050-5051-8.
12. KENNEDY, Scott. *The business of lobbying in China*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2005, xvii, 257 s. ISBN 06-740-1547-9.
13. SVATOŠ, Miroslav. *Zahraniční obchod: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 367 s. ISBN 978-80-247-2708-0.

Internetové zdroje

14. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Čína: Základní informace o teritoriu* [online]. 2014 [cit. 2014-03-17]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/cina/

15. TRADING ECONOMICS. *China GDP* [online]. 2014 [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/china/gdp>
16. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *Čína: Ekonomická charakteristika země* [online]. 2014 [cit. 2014-03-17]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asia/cina/
17. WorldBusinessCulture. *Chinese Management Style* [online]. 2013 [cit. 2013-12-13]. Dostupné z: <http://www.worldbusinessculture.com/Chinese-Management-Style.html>
18. WorldBusinessCulture. *Successful Entertaining in China* [online]. 2013 [cit. 2013-12-13]. Dostupné z: <http://www.worldbusinessculture.com/Meals-and-Entertaining-in-China.html>
19. Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Čína: Seznam platných mezinárodních smluv s Českou republikou* [online]. 2013 [cit. 2013-10-13]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asia/cina/smlouvy/index.html
20. Čína: Podmínky pro zřízení kanceláře, reprezentace, společného podniku. In: *BusinessInfo* [online]. Zastupitelský úřad Peking. 2013 [cit. 2013-10-19]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cina-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-zbozi-19058.html#sec3>
21. BUSINESSINFO. *Perspektivní obory pro vývoz do Číny* [online]. 2009 [cit. 2013-10-13]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/perspektivni-obory-pro-vyvoz-do-ciny-7810.html>
22. CHINAGOABROAD. *China International Economic and Trade Arbitration Commission* [online]. 2014 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://www.chinagoabroad.com/en/contributor/china-international-economic-and-trade-arbitration-commission-cietac>
23. Ochrana práv duševního vlastnictví v Číně. *Velvyslanectví České republiky v Pekingu*. 2011. Dostupné z: http://www.mzv.cz/public/b/97/b6/636968_546026_IPR_protection_web.pdf,
24. BusinessInfo. ZASTUPITELSKÝ ÚŘAD PEKING. *Čína: Podmínky pro zřízení kanceláře, reprezentace, společného podniku* [online]. 2013 [cit. 2013-10-18]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cina-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-zbozi-19058.html#sec9>
25. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. Japonsko: Základní informace o teritoriu [online]. 2014 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asia/japonsko/
26. TRADING ECONOMICS. Japan GDP [online]. 2014 [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/japan/gdp>
27. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. Japonsko: Ekonomická charakteristika země [online]. 2014 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asia/japonsko/ekonomika/ekonomicka_c_harakteristika_zeme.html
28. FAO: Japan - Fishery sector, [online]. 2013 [cit. 2013-12-15]. Dostupné z: <http://www.fao.org/countryprofiles/index/en/?iso3=JPN&subject=6>

29. Export.cz: Služby ekonomické diplomacie podnikatelům. *Ministerstvo zahraničních věcí ČR* [online]. 2013 [cit. 2013-12-15]. Dostupné z: <http://www.export.cz/perspektivni-obory-pro-export/japonsko>
30. Ministerstvo zahraničních věcí. Japonsko: obchodní a ekonomická spolupráce s ČR. [online]. 2012 [cit. 2013-10-04]. Dostupné z: http://mzv.cz/jpn/encyklopedie_statu/asi/japonsko/ekonomika/obchodni_a_ekonomicka_spoluprace_s_cr.html
31. Velvyslanectví České republiky v Tokiu. Internetové stránky japonských organizací umožňující vyhledávání obchodních partnerů. [online]. 2010 [cit. 2013-10-28]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/tokyo/cz/obchod_a_ekonomika/uzitecne_odkazy/webove_stranky_japonskych_organizaci.html
32. BUSINESSINFO. *Interaktivní exportní profil zájmových zemí: Japonsko* [online]. 2013 [cit. 2013-10-13]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/interaktivni-exportni-profil-zajmovych-zemi-japonsko-24154.html#!&chapter=4>
33. THE JAPAN COMMERCIAL ARBITRATION ASSOCIATION. *Commercial Arbitration Rules: As Amended and Effective on February 1, 2014* [online]. 2014 [cit. 2014-01-15]. Dostupné z: http://www.jcaa.or.jp/e/arbitration/docs/Arbitration_Rules_2014e.pdf
34. CARRIER, Jean-Guy. *International Chamber of Commerce: A word from our Secretary General* [online]. 2014 [cit. 2014-01-15]. Dostupné z: <http://www.iccwbo.org/about-icc/organization/>
35. BusinessInfo. ZASTUPITELSKÝ ÚŘAD TOKIO. *Japonsko: Obvyklé platební podmínky, platební morálka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-18]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/japonsko-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-18638.html#sec9>
36. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ. Korejská republika: Základní informace o teritoriu [online]. 2014 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/korejska_republika/
37. TRADING ECONOMICS. South Korea GDP [online]. 2014 [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/south-korea/gdp-growth-annual>
38. WorldBusinessCulture. *Background To Business in South Korea* [online]. 2013 [cit. 2013-12-13]. Dostupné z: <http://www.worldbusinessculture.com/South-Korean-Business-Style.html>
39. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ. Korejská republika: Ekonomická charakteristika země [online]. 2014 [cit. 2014-01-26]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/korejska_republika/ekonomika/ekonomicka_charakteristika_zeme.html
40. WorldBusinessCulture. *South Korea Management Style* [online]. 2013 [cit. 2013-12-13]. Dostupné z: <http://www.worldbusinessculture.com/South-Korean-Management-Style.html>

41. WorldBusinessCulture. *Top Tips in South Korea* [online]. 2013 [cit. 2013-12-13]. Dostupné z: <http://www.worldbusinessculture.com/Doing-Business-in-South-Korea.html>
42. Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Korejská republika: Zahraničně-politická orientace* [online]. 2012 [cit. 2013-10-11]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/korejska_republika/politika/zahranicne_politicka_orientace.html
43. BusinessInfo. ZASTUPITELSKÝ ÚŘAD SOUL. *Korejská republika: Distribuční a prodejní kanály, využívání místních zástupců, další faktory ovlivňující prodej*[online]. 2013 [cit. 2013-10-18]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/korejska-republika-zakladni-podminky-pro-uplatneni-18789.html>
44. NEWYORSKÁ ÚMLUVA: Úmluva o uznání a výkonu cizích rozhodčích nálezů. In: 74/1959 Sb. New York. 1959.
45. THE KOREAN COMMERCIAL ARBITRATION. KCAB: About KCAB [online]. 2014 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: http://www.kcab.or.kr/jsp/kcab_eng/kcab/kcab_111_ex.jsp
46. Korea Trade-Investment Promotion Agency. Asian Trade Promotion Forum [online]. 2014 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.atpf.org/en/org/korea.html>
47. WorldBusinessCulture. *Successful Entertaining in South Korea* [online]. 2013 [cit. 2013-12-13]. Dostupné z: <http://www.worldbusinessculture.com/Meals-and-Entertaining-in-South-Korea.html>
48. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ. Korejská republika: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR [online]. 2014 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/korejska_republika/ekonomika/obchodni_a_ekonomicka_spoluprace_s_cr.html
49. Export.cz: Služby ekonomické diplomacie podnikatelům. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČR. *Problematika ochrany duševního vlastnictví* [online]. 2013 [cit. 2013-12-13]. Dostupné z: <http://www.export.cz/asi/korejska-republika/korejska-republika-zakladni-podminky-pro-uplatneni-ceskeho-zbozi-narhu#podkapitola8.8>.
50. BusinessInfo. ZASTUPITELSKÝ ÚŘAD SOUL. *Korejská republika: Obvyklé platební podmínky, platební morálka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-18]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/korejska-republika-zakladni-podminky-pro-uplatneni-18789.html>
51. CzechTrade: Poslání a strategie. *CzechTrade* [online]. 2013 [cit. 2013-10-19]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/poslani-a-strategie/>
52. CzechTrade: Exportní balíčky. *CzechTrade* [online]. 2013 [cit. 2013-10-19]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2013/exportni-balicky/plus/>
53. Srov. CzechTrade.cz [online]. 2010 [cit. 2011-01-25]. Vyhodnocení spokojenosti klientů. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtrade.cz/reference/spokojenost-klientu/>>
54. CzechInvest: Postup získání podpory. *CzechInvest* [online]. 2013 [cit. 2013-10-19]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/postup-ziskani-podpory>

55. EGAP: Profil společnosti. *EGAP* [online]. 2013 [cit. 2013-10-19]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/o-spolecnosti/profil/index.php>
56. EGAP. Produkty: Přehled produktů [online]. 2014 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/pojistne-produkty/index.php>
57. EGAP, Stručný popis pojistného produktu a kontakty [on-line]. 2014 [Cit. 2014-02-26] Dostupné z: <http://www.egap.cz/pojistne-produkty/produkt-p/strucny-popis-pojistneho-produktu-kontakty/index.php>
58. Kdo jsme: Historie. *Česká exportní banka* [online]. 2012 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/kdo-jsme/historie/>
59. Víze strategického směřování České exportní banky, a.s. *Česká exportní banka*. 2013, s. 8. Dostupné z: http://www.ceb.cz/_sys_/FileStorage/download/1/335/vize-strategickeho-smerovani_ceb.pdf
60. Úvěry: Odběratelský úvěr. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/odberatelsky-uver/>
61. Úvěry: Dodavatelský úvěr. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/dodavatske-uvery/>
62. Úvěry: Úvěr na investice do zahraničí. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/uver-na-zahranicni-investice/>
63. Úvěry: Předexportní úvěr. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/predexportni-uvery/>
64. Úvěry: Financování prospekce zahraničních trhů. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/financovani-prospekce-zahranicni-trh/>
65. Úvěry: Projektové financování. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/uvery/projektove-financovani1/>
66. Program podpory MSP: Malé a střední podniky. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/program-podpory-malych-a-strednich-podniku/>
67. Odkup exportní pohledávky s pojištěním bez postihu. *Česká exportní banka* [online]. 2013 [cit. 2013-10-27]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/co-delame/produkty-trade-finance/odkup-pohledavek/odkup-exportnich-pohledavek-s-pojistenim-bez-posti/>
68. Preciosa: Historie firmy. *Preciosa* [online]. 2013 [cit. 2013-10-18]. Dostupné z: <http://www.preciosa.com/cs/firma/skupina-preciosa/historie-firmy.html>
69. Preciosa Group: Profil společnosti. *Preciosa Customer Centre*. 2012. Dostupné z: <http://www.preciosa.com/cs/firma/skupina-preciosa/ke-stazeni.html>
70. KUCHTA, Daniel. INVESTUJEME.CZ. Japonská krize: Jak se to NEMá dělat [online]. 2012 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/japonska-krize-jak-se-to-nema-delat/>
71. EURACTIV. Zahraniční obchod EU a Čína: Vývoz EU do Číny v roce 2010 výrazně vzrostl [online]. 2010 [cit. 2014-02-26]. Dostupné z:

<http://www.euractiv.cz/ekonomika-a-euro/clanek/vyvoz-eu-do-ciny-v-roce-2010-vyrazne-vzrostl-007969>

72. Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Čína: Obchodní a ekonomická spolupráce s Českou republikou* [online]. 2013 [cit. 2013-10-13]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/cina/ekonomika/obchodni_a_ekonomicka_spoluprace_s_cr.html
73. Ministerstvo zahraničních věcí. Japonsko: Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu. [online]. 2012 [cit. 2013-10-04]. Dostupné z: http://mzv.cz/jpn/encyklopedie_statu/asi/japonsko/ekonomika/zakladni_podminky:pro_uplatneni_ceskeho.html

8. Přílohy

Seznam použitých obrázků v textu

Obrázek č. 1 – Vývoj HDP v Číně	14
Obrázek č. 2 – Vývoj růstu HDP v Číně	15
Obrázek č. 3 – Schéma maticové struktury	18
Obrázek č. 4 – Vývoj HDP v Japonsku	26
Obrázek č. 5 – Vývoj růstu HDP v Japonsku	27
Obrázek č. 6 – Schéma základní organizační struktury střední a větší společnosti	31
Obrázek č. 7 – Vývoj HDP v Koreji	38
Obrázek č. 8 – Vývoj růstu HDP v Koreji	39
Obrázek č. 9 – Jednotlivé fáze projektu CzechLink v čase	52
Obrázek č. 10 – Schéma přímého exportního odběratelského úvěru	58
Obrázek č. 11 – Schéma nepřímého exportního odběratelského úvěru	59
Obrázek č. 12 – Schéma refinančního exportního odběratelského úvěru	60
Obrázek č. 13 – Schéma přímého exportního dodavatelského úvěru	62
Obrázek č. 14 – Schéma refinančního exportního dodavatelského úvěru	63
Obrázek č. 15 – Schéma úvěru na investice v zahraničí	64
Obrázek č. 16 – Schéma předexportního úvěru	65
Obrázek č. 17 – Schéma financování prospekce zahraničních trhů	66

Seznam použitých tabulek v textu

Tabulka č. 1 – Balíčky Basic a Business	50
Tabulka č. 2 – Hodnoty prognózy vývoje exportu do Číny	69
Tabulka č. 3 – Hodnoty prognózy vývoje exportu do Japonska	71 - 72
Tabulka č. 4 – Hodnoty prognózy vývoje exportu do Koreje	73 - 74

Seznam použitých grafů v textu

Graf č. 1 – Prognóza vývoje exportu do Číny	68
Graf č. 2 – Prognóza vývoje exportu do Japonska	71
Graf č. 3 – Prognóza vývoje exportu do Koreje	73
Graf č. 4 – Vývoj exportu	80

Příloha č. 1 – Základní makroekonomické ukazatele Číny a seznam mezinárodních organizací, jichž je Čína řádným členem

Základní makroekonomické ukazatele:

	Unit	2008	2009	2010	2011	2012
Production and income						
GDP per capita	USD current PPPs	6 186	6 781	7 554	8 414	9 095
Gross national income (GNI) per capita	USD current PPPs	6 225	6 770	7 521	8 334	..
Economic growth						
Real GDP growth	Annual growth %	9,6	9,2	10,4	9,3	..
Gross fixed capital formation	% of GDP
Economic structure - value added						
Agriculture, forestry, fishing: share of real value added	%	10,7	10,3	10,1	10,0	10,1
Industry: share of real value added	%	41,5	39,7	40,0	39,8	38,5
Services: share of real value added	%	9,4	10,7	10,9	10,9	11,1
Government deficits and debt						
Government deficit	% of GDP	1,8	0,6
General government debt	% of GDP
General government revenues	% of GDP
General government expenditures	% of GDP
Trade						
Imports of goods and services	% of GDP	27,3	22,3	25,6	25,9	24,5
Exports of goods and services	% of GDP	35,0	26,7	29,4	28,5	27,3
Goods trade balance: exports minus imports of goods	BIn USD	298,1	196,1	181,8	155,0	..
Imports of goods	BIn USD	1 132,6	1 005,6	1 396,0	1 743,4	..
Exports of goods	BIn USD	1 430,7	1 201,6	1 577,8	1 898,4	..
Service trade balance: exports minus imports of services	BIn USD	-11,8	-29,4	-31,2	-61,7	-89,8
Imports of services	BIn USD	158,9	158,9	193,3	247,6	281,2
Exports of services	BIn USD	147,1	129,5	162,2	186,1	191,5
Current account balance of payments	% of GDP	9,3	4,9	4,0	1,9	2,4
Employment						
Employment rate in population aged 15-24	%	53,7
Employment rate in population aged 25-54	%	85,8
Employment rate in population aged 55-64	%	59,0
Unemployment						
Unemployment rate: total labour force	%
Unemployment rate, men: male labour force	%
Unemployment rate, women: female labour force	%
Long-term unemployment: total unemployed	%

Zdroj: http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-china_csp-chn-table-en, výňatek ze zdroje – vlastní zpracování

Seznam mezinárodních organizací, jichž je Čína řádným členem:

„Čína je členem řady mezinárodních organizací a uskupení, některých v systému OSN, některých regionálních. Abecedně lze jmenovat zejména: AfDB, APEC, AsDB, BIS, CCC, ESCAP, FAO, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICFTU, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRC, IHO, ILO, IMF, IMO, Inmarsat, Intelsat, Interpol, IOC, ISO, ITU, LAIA (pozorovatel), MINURSO, NAM (pozorovatel), OECD (pozorovatel), PCA, SCO (=ŠOS), United Nations (=OSN včetně její RB) UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNIKOM, UNITAR, UNTSO, UNU, UPU, WHO, WIPO, WMO, WToO, World Trade Organization.“

Zdroj:

http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/cina/politika/zahranicne_politicka_orientace.html

Příloha č. 2 – Základní makroekonomické ukazatele Japonska a seznam mezinárodních organizací, jichž je Japonsko řádným členem

Základní makroekonomické ukazatele:

	Unit	2008	2009	2010	2011	2012
Production and income						
GDP per capita	USD current PPPs	33 500	31 627	33 512	33 834	35 190 e
Gross national income (GNI) per capita	USD current PPPs	34 622	32 505	34 413	34 890	36 306 e
Economic growth						
Real GDP growth	Annual growth %	-1,0	-5,5	4,7	-0,6	2,0 e
Gross fixed capital formation	% of GDP	-4,1	-10,6	-0,2	1,1	4,4 e
Economic structure - value added						
Agriculture, forestry, fishing: share of real value added	%	1,1	1,2	1,2	1,2	..
Industry: share of real value added	%	21,9	20,3	22,1	20,5	..
Services: share of real value added	%	16,3	17,3	16,8	17,0	..
Government deficits and debt						
Government deficit	% of GDP	-1,9	-8,8	-8,3	-8,9	..
General government debt	% of GDP	184,2	207,3	210,6	228,0	..
General government revenues	% of GDP	35,1	33,1	32,4	33,1	..
General government expenditures	% of GDP	36,9	41,9	40,7	42,0	..
Trade						
Imports of goods and services	% of GDP	17,5	12,3	14,0	16,1	16,6 e
Exports of goods and services	% of GDP	17,7	12,7	15,2	15,1	14,7 e
Goods trade balance: exports minus imports of goods	Bln USD	18,9	28,7	75,7	-31,3	..
Imports of goods	Bln USD	762,5	552,0	694,1	855,4	885,8
Exports of goods	Bln USD	781,4	580,7	769,8	823,2	798,6
Service trade balance: exports minus imports of services	Bln USD	-20,7	-20,4	-16,1	-22,1	-31,2
Imports of services	Bln USD	169,4	148,7	157,4	167,8	176,7
Exports of services	Bln USD	148,7	128,2	141,3	145,7	145,5
Current account balance of payments	% of GDP	3,3	2,9	3,7	2,0	1,1
Employment						
Employment rate in population aged 15-24	%	41,4	39,9	39,2	39,1	38,5
Employment rate in population aged 25-54	%	80,2	79,6	79,9	80,2	80,5
Employment rate in population aged 55-64	%	66,3	65,5	65,2	65,1	65,4
Unemployment						
Unemployment rate: total labour force	%	4,0	5,1	5,1	4,6	4,4
Unemployment rate, men: male labour force	%	4,1	5,3	5,4	4,9	4,6
Unemployment rate, women: female labour force	%	3,9	4,8	4,6	4,2	4,0
Long-term unemployment: total unemployed	%	33,3	28,5	37,6	39,4	38,5

Zdroj: http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-japan_20752288-table-jpn, výňatek ze zdroje – vlastní zpracování

Seznam mezinárodních organizací, jichž je Japonsko řádným členem:

Zkratka organizace	Anglický název	Český název
BIS	Bank for International Settlements	Banka pro mezinárodní platby
FAO	Food and Agriculture Organization of the U.N.	Organizace OSN pro výživu a zemědělství
IAEA	International Atomic Energy Agency	Mezinárodní agentura pro atomovou energii
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development	Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj
ICSID	International Centre for Settlement of Investment Disputes	Mezinárodní centrum pro řešení investičních sporů
ICAO	International Civil Aviation Organization	Mezinárodní organizace pro civilní letectví
IDA	International Development Association	Mezinárodní asociace pro rozvoj
IEA	International Energy Agency	Mezinárodní agentura pro energii
IFAD	International Fund for Agricultural Development	Mezinárodní fond pro rozvoj zemědělství
IFC	International Finance Corporation	Mezinárodní finanční korporace
ILO	International Labour Organization	Mezinárodní organizace práce
IMF	International Monetary Fund	Mezinárodní měnový fond (MMF)
IMO	International Maritime Organization	Mezinárodní námořní organizace
Interpol	International Criminal Police Organization	Mezinárodní organizace kriminální policie
IOM	International Organization for Migration	Mezinárodní organizace pro migraci
ITU	International Telecommunication Union	Mezinárodní telekomunikační unie
MIGA	Multilateral Investment Guarantee Agency	Multilaterální agentura pro investiční záruky
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
UN	United Nations	Organizace spojených národů (OSN)
UNCTAD	U.N. Conference on Trade and Development	Konference OSN o obchodu a rozvoji
UNESCO	U.N. Educational, Scientific and Cultural Organization	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu
UNIDO	U.N. Industrial Development Organization	Organizace OSN pro průmyslový rozvoj
UPU	Universal Postal Union	Světová poštovní unie
WCO	World Customs Organization	Světová celní organizace
WHO	World Health Organization	Světová zdravotnická organizace
WIPO	World Intellectual Property Organization	Světová organizace duševního vlastnictví
WMO	World Meteorological Organization	Světová meteorologická organizace
WTO	World Trade Organization	Světová obchodní organizace

Zdroj:

http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asie/japonsko/politika/zahranicne_politicka_orientace.html, výňatek ze zdroje – vlastní zpracování

Příloha č. 3 – Základní makroekonomické ukazatele Korejské republiky a seznam mezinárodních organizací, jichž je Korea řádným členem

Základní makroekonomické ukazatele:

	Unit	2008	2009	2010	2011	2012
Production and income						
GDP per capita	USD current PPPs	26 689	26 680	28 613	29 786	30 800
Gross national income (GNI) per capita	USD current PPPs	26 888	26 799	28 649	29 864	30 972
Economic growth						
Real GDP growth	Annual growth %	2,3	0,3	6,3	3,7	2,0
Gross fixed capital formation	% of GDP	-1,9	-1,0	5,8	-1,0	-1,7
Economic structure - value added						
Agriculture, forestry, fishing: share of real value added	%	2,7	2,8	2,6	2,7	2,6
Industry: share of real value added	%	30,0	30,4	33,1	33,9	33,8
Services: share of real value added	%	20,3	19,9	19,3	19,2	19,1
Government deficits and debt						
Government deficit	% of GDP	3,0	-1,1	1,3	2,0	..
General government debt	% of GDP	29,9	33,3	34,2	36,0	37,6
General government revenues	% of GDP	33,4	31,9	31,4	32,2	..
General government expenditures	% of GDP	30,4	33,1	30,1	30,2	..
Trade						
Imports of goods and services	% of GDP	54,2	46,0	49,7	54,0	53,4
Exports of goods and services	% of GDP	53,0	49,7	52,3	56,0	56,5
Goods trade balance: exports minus imports of goods	Bln USD	-13,3	40,4	41,2	30,8	..
Imports of goods	Bln USD	435,3	323,1	425,2	524,4	519,6
Exports of goods	Bln USD	422,0	363,5	466,4	555,2	547,9
Service trade balance: exports minus imports of services	Bln USD	-5,3	-6,0	-8,5	-6,0	2,8
Imports of services	Bln USD	95,7	79,6	95,7	101,2	108,0
Exports of services	Bln USD	90,4	73,6	87,2	95,2	110,8
Current account balance of payments	% of GDP	0,6	3,7	2,7	2,3	3,8
Employment						
Employment rate in population aged 15-24	%	23,8	22,9	23,0	23,1	24,2
Employment rate in population aged 25-54	%	74,2	73,3	73,8	74,4	74,7
Employment rate in population aged 55-64	%	60,6	60,4	60,9	62,1	63,1
Unemployment						
Unemployment rate: total labour force	%	3,2	3,7	3,7	3,4	3,2
Unemployment rate, men: male labour force	%	3,6	4,1	4,0	3,6	3,4
Unemployment rate, women: female labour force	%	2,6	3,0	3,4	3,1	3,0
Long-term unemployment: total unemployed	%	2,7	0,5	0,3	0,4	0,3

Zdroj: http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-korea_20752288-table-kor, výňatek ze zdroje – vlastní zpracování

Seznam mezinárodních organizací, jichž je Korea řádným členem:

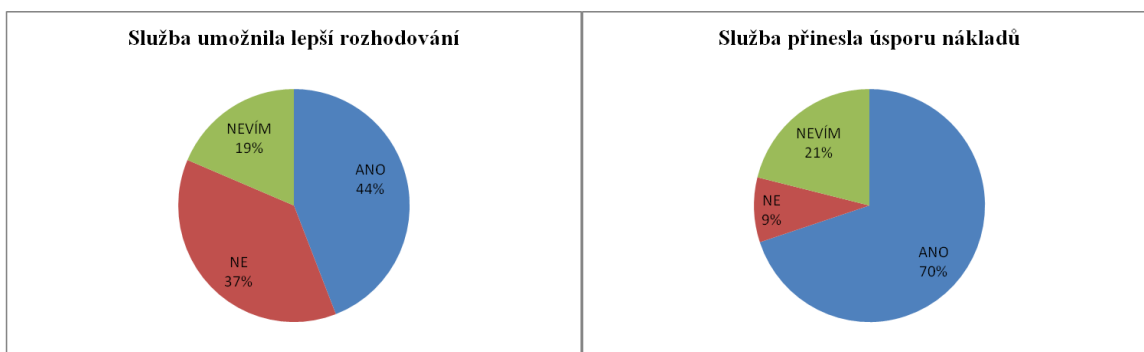
„KR je členem Světové banky, IMF, ADB, zakládajícím členem WTO. Aktivně se podílí na činnosti ASEM a APEC. V r.1996 byla KR jako 29. člen přizvána do OECD. Není členem žádného vojenského bloku, má spojeneckou smlouvu s USA.“

Zdroj:

http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/asi/korejska_republika/politika/zahranicne_politicka_orientace.html

Příloha č. 4 – Spokojenost se službami CzechTrade

Služby CzechTrade jsou hodnoceny pozitivně, průměrné hodnocení klienty je 1,22 bodu. Zákazníci hodnotí služby v rámci stupnice 1 až 4, přičemž 1 je nejlepší známka, 4 nejhorší známka. V roce 2009 byl zaveden nový systém hodnocení a to při známce 3, jsou zajištěna nápravná opatření a konzultace s konkrétním klientem, který byl nespokojen.



Zdroj: CzechTrade, Spokojenost klientů, <http://www.czechtrade.cz/reference/spokojenost-klientu/>, vlastní zpracování

Příloha č. 5 – Hodnoty vývoje exportu v mld CZK

Vývoz v letech	Čína	Japonsko	Korea
2000	2,5	4,5	2,1
2001	3,1	4,6	1,7
2002	4,8	4,6	1,1
2003	6,8	4,5	1
2004	6,9	5,8	1,4
2005	7,2	7,8	2,3
2006	9	9,2	2,7
2007	14	10,1	4,6
2008	13,2	9,2	4,5
2009	15,9	8	5,1
2010	23,2	10,1	5,1
2011	29,5	10,3	7,9
2012	32,7	13,9	10,9
2013	37,6	17	11,3

Zdroj: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>, vlastní zpracování