

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU
Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE



VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV BAKALÁŘSKÉ PRÁCE/TITLE OF THESIS

Potenciál obchodních vztahů mezi Českou republikou a Japonskem s ohledem na kulturní rozdíly

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

06/2022

JMÉNO A PŘÍJMENÍ STUDENTA / STUDIJNÍ SKUPINA

Patricia Královičová / KEMBC01

JMÉNO VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

prof. Ing. Milan Žák, CSc.

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Odevzdáním této práce prohlašuji, že jsem zadanou bakalářskou práci na uvedené téma vypracovala samostatně a že jsem ke zpracování této bakalářské práce použila pouze literární prameny v práci uvedené.

Jsem si vědoma skutečnosti, že tato práce bude v souladu s § 47b zák. o vysokých školách zveřejněna, a souhlasím s tím, aby k takovému zveřejnění bez ohledu na výsledek obhajoby práce došlo.

Prohlašuji, že informace, které jsem v práci užila, pocházejí z legálních zdrojů, tj. že zejména nejde o předmět státního, služebního či obchodního tajemství či o jiné důvěrné informace, k jejichž použití v práci, popř., k jejichž následné publikaci v souvislosti s předpokládanou veřejnou prezentací práce, nemám potřebné oprávnění.

Datum a místo: 1. 5. 2022 v Praze

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto poděkovala vedoucímu bakalářské práce prof. Ing. Milanu Žákovi, CSc. za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce. Děkuji za inspiraci a rozhovory společnosti JETRO, J.I.C.C. a spoustě dalším, kteří svými rozhovory se mnou přispěli k inspiraci k napsání této práce. Děkuji všem svým přátelům a rodině za neustálou podporu a trpělivost po celou dobu mého studia i psaní této práce.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SOUHRN

- 1. Cíl práce:** Cílem práce je zjistit možný potenciál obchodních vztahů mezi Českou republikou a Japonskem s ohledem na jejich kulturní odlišnosti, poukázat na možná rizika ve vzájemné komunikaci a pokusit se formulovat doporučení pro další rozvoj vzájemné obchodní spolupráce.
- 2. Výzkumné metody:** V počáteční fázi práce byla použita literární rešerše přístupů a dat ke sledované problematice, která dala základ pro využití metod analýzy a dedukce, s vyústěním do snah o syntézu ve formě doporučení.
- 3. Výsledky výzkumu / práce:** Výsledek práce vychází z analýzy ekonomických dat trhů obou zemí, z jejich zkoumání a vývoje v čase a z jejich vlivu na vzájemný obchod. Na základě získaných informací práce predikuje možné formy budoucí spolupráce vzhledem k historickému vývoji vzájemného obchodu, ale i vzhledem k současným obchodním dohodám podpořeným vládními institucemi obou zemí. Práce zkoumá i neformální pravidla obou zemí, která mohou ovlivnit vzájemnou spolupráci. Zabývá se kulturními odlišnostmi nejen při vzájemné komunikaci, ale přináší doporučení, jak se ve vyjednávacích procesech chovat a na co se z české strany připravit.
- 4. Závěry a doporučení:**

V oblasti obchodu mezi oběma zeměmi jsou v práci řešeny a doporučeny obory a odvětví s vysokým potenciálem pro vzájemnou obchodní spolupráci. Z těchto doporučení vyplývá, že příležitost pro vzájemné budoucí obchodování České republiky a Japonska se nabízí například v oblasti energetiky, automobilového průmyslu, zdravotnictví, IT technologií atd. Pro vzájemný mezinárodní obchod v 21. století jsou nastíněny dva možné scénáře dalšího obchodního vývoje. Jedním je negativní scénář ovlivněný ekonomickou krizí, zvyšující se inflací v České republice, ale i nízkou nezaměstnaností v souvislosti s pandemickou krizí a současnou válkou na Ukrajině. Druhý scénář je pozitivní opírající se o dohodu o volném obchodu mezi Japonskem a Evropskou unií, které je Česká republika součástí, a o společné zájmy ve výše zmíněných oblastech spolupráce.

Pro obě země je doporučeno v případě zájmu o vzájemné obchodování zjistit základní informace a doporučení pro obchodování s druhou zemí a s její kulturou. Na společné obchodní jednání je důležité se dostatečně připravit za účelem minimalizace rizika nedorozumění je vhodné zajistit i dostatečnou znalost „druhé“ kultury, způsobu jednání a komunikace.

KLÍČOVÁ SLOVA

Mezinárodní obchod, Česká republika, Japonsko, kulturní rozdíly, Evropská unie

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

SUMMARY

- 1. Main objective:** The aim of the thesis is to determine the potential of trade relations between the Czech Republic and Japan with regards to their cultural differences, to point out possible risks in mutual communications and to try to formulate the recommendations for further development of bilateral trade cooperation.
- 2. Research methods:** In the initial phase of the work, a literature search of approaches and data on the subject matter was used, which provided the basis for the utilization of analysis methods and deduction, leading to efforts for synthesis of outcome in the form of recommendations.
- 3. Result of research:** The result of the work emerges from the analysis of economic data of the markets of both countries, from research of their development over the time and their impact on the bilateral trade. Based on the information obtained, the work predicts possible forms of future cooperation with respect to the historical development of bilateral trade, but also with respect to the current economic partnership agreements supported by the government institutions of both countries. The thesis also examines the informal rules of both countries, which can affect bilateral cooperation. It deals with the cultural differences not only in mutual conversation, but also provides recommendations on how to behave in the negotiation processes and what the Czech side should prepare for..
- 4. Conclusions and recommendation:** In the area of trade between the two countries, the work address and recommends industries and domains with a high potential for bilateral trade cooperation. These recommendations show that the opportunity for future bilateral trade between the Czech Republic and Japan is offered, for example, in the field of energy, automotive, healthcare, IT technologies, etc. Two possible scenarios for further business development are outlined for bilateral international trade in the 21st century. The first one is a negative scenario affected by the economic crisis, rising inflation in the Czech Republic, but also by low unemployment rate in connection with the pandemic crisis and the current war in Ukraine. The second scenario is a positive one, based on the economic partnership agreement and trade development agreements negotiated between Japan and the European Union, of which the Czech Republic is a part, and on common interest in the above-mentioned areas of cooperation. For both countries, in case of interest in bilateral trade, it is recommended to find out basic information and recommendation for trade with the other country and its culture. It is important to get sufficiently prepared for business negotiations in order to minimize the risk of misunderstandings and to ensure sufficient knowledge of the „second“ culture, of the way of acting and communication.

KEYWORDS

International business, Czech republic, Japan, Cultural differences, European Union

JEL CLASSIFICATION

B22 Macroeconomics, F23 Multinational Firms; International Business, Z10 Cultural Economics; Economic Sociology; Economic Anthropology: General

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení:	Patricia Královičová
Studijní program:	Ekonomika a management (Bc.)
Studijní skupina:	KEMBC01
Název BP:	Potenciál obchodních vztahů mezi Českou republikou a Japonskem s ohledem na kulturní rozdíly
Zásady pro vypracování (stručná osnova práce):	<ol style="list-style-type: none">1. Úvod2. Teoretická část<ol style="list-style-type: none">2.1 Makroekonomický pohled na Českou republiku a Japonsko2.2 Mezinárodní obchod mezi Českou republikou a Japonskem2.3 Metodika – analýza získaných dat3. Praktická část<ol style="list-style-type: none">3.1 Specifika kulturních odlišností3.2 Potenciál vzájemných obchodních vztahů České republiky a Japonska v 21.století3.3 Doporučení4. Závěr
Seznam literatury: (alespoň 4 zdroje)	<ul style="list-style-type: none">• <i>Doing Business 2020: Economy Profile Japan</i>. 17th WORLD BANK GROUP, 2020. ISBN 978-1-4648-1440-2.• HOŠOFF, B. et al. <i>Vývoj a perspektívy svetovej ekonomiky: transformácia počas pandémie koronavírusu SARS-CoV-2</i>. Bratislava: Ekonomický ústav Slovenskej akadémie vied, 2020. ISBN 978-80-7144-314-8.• PUTNOVÁ, A., ZÁKLASNÍK, M. <i>Digital Society – Opportunity or Threat? Case Studies of Japan and the Czech Republic</i>. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 2019, 67(4): 1085-1095. DOI:10.11118/actaun20196704108.• <i>The EU - Japan Economic Partnership Agreement</i>. Belgium: European Parliament, 2018. ISBN 978-92-846-3879-6.
Harmonogram:	<ul style="list-style-type: none">• Zpracování cílů a metodiky do: 5. 2. 2022• Zpracování teoretické části do: 28. 2. 2022• Zpracování výsledků do: 22. 3. 2022• Finální verze do: 1. 5. 2022
Vedoucí práce:	prof. Ing. Milan Žák, CSc.

prof. Ing. Milan Žák, CSc.
rektor

V Praze dne 29. 1. 2022

Prof. Ing.
Milan
Žák CSc.

Digitálně podepsal Prof.
Ing. Milan Žák CSc.
DN: cn=Prof. Ing. Milan Žák
CSc., c=CZ, o=Vysoká škola
ekonomie a managementu,
a.s., givenName=Milan,
sn=Žák, serialNumber=ICA
-10393535
Datum: 2022.01.29 12:13:38
+01'00'

Obsah

1 Úvod	1
2 Teoreticko-metodologická část práce	3
2.1 Teorie mezinárodního obchodu	3
2.2 Ekonomický pohled na Českou republiku a Japonsko.....	6
2.2.1 Hrubý domácí produkt.....	7
2.2.2 Inflace	8
2.2.3 Míra nezaměstnanosti.....	9
2.2.4 Průměrná hrubá měsíční mzda	10
2.2.5 Věková struktura obyvatelstva	11
2.2.6 Import a export Japonsko	12
2.2.7 Import a export Česká republika	13
2.2.8 Dovoz a vývoz Japonska a České republiky	13
2.3 Mezinárodní obchod mezi Českou republikou a Japonskem.....	14
2.3.1 Dohoda o hospodářské spolupráci mezi Evropskou unií a Japonskem.....	17
2.3.2 Jednoduchost / složitost obchodování s Japonskem.....	18
2.3.3 Organizace podporující vzájemný obchod	20
2.4 Metodologická část práce.....	22
3 Praktická část – kulturní specifika v praxi.....	24
3.1 Specifika kulturních odlišností.....	25
3.1.1 Kulturní klasifikace „ <i>Linear active</i> “ – přímočarý	26
3.1.2 Kulturní klasifikace – „ <i>Multiactive</i> “ – Multikomunikativní	27
3.1.3 Kulturní klasifikace – „ <i>Reactive</i> “ – naslouchající	27
3.1.4 Kde se seznámit s japonskou kulturou v České republice.....	29
3.1.5 Jak na jednání s Japonci	30
3.2 Potenciál vzájemných obchodních vztahů České republiky a Japonska v 21. století.....	31
3.3 Rizika	33
4 Závěr a doporučení	34
Literatura	36
Přílohy	I

Seznam grafů a obrázků

Graf 1 Hrubý domácí produkt na obyvatele v roce 2021 podle zemí OECD	7
Graf 2 Meziroční změna HDP v % Česká republika a Japonsko v letech 2000–2020	8
Graf 3 Meziroční míra inflace Česká republika a Japonsko uvedena v %.....	9
Graf 4 Míra nezaměstnanosti v % České republice a Japonsku v letech 2000–2020	10
Graf 5 Průměrná hrubá měsíční mzda v České republice v letech 2000–2021.....	11
Graf 6 Průměrná měsíční mzda v zemích EU a Japonsku za rok 2020 v USD.....	11
Graf 7 Věková struktura obyvatelstva České republiky a Japonska 1960–2020	12
Graf 8 Česko-japonská obchodní bilance 1999–2022.....	14
Graf 9 Export a import Česká republika a Japonsko v % HDP	14
Graf 10 Vývoj počtu japonských společností v České republice v letech 1990–2021	17

Seznam obrázků

Obrázek 1 Obchodování s Japonskem podle Doing business	19
Obrázek 2 Rozdělení typologie kultur podle Richarda D. Lewise.....	25

Seznam zkratk:

ČSÚ	Český statistický úřad
EPA	Economic Partnership Agreement
HDP	Hrubý domácí produkt
JBS	Japan Business Solution
JICC	Japonské informační a kulturní centrum
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj)
USA	Spojené Státy americké
USD	Americký dolar

1 Úvod

Mezinárodní obchod se stal součástí našich každodenních životů, součástí, bez které si mnozí život již nedokáží představit. Umožňuje nám mít dostupné stejné produkty po celém světě, umožňuje nakupovat ze zahraničí tak, jako kdyby žádné hranice ani neexistovaly. Mezinárodní obchod také napomáhá ekonomikám fungovat využitím výhod jednotlivých států a jejich ekonomik vůči jiným, což na jednu stranu zefektivňuje i celkový proces mezinárodního obchodu, na stranu druhou napomáhá právě v úspěchu i jednotlivým ekonomikám.

Jedním z příkladů mezinárodního obchodu je spolupráce České republiky, jako součásti Evropské unie, a Japonska. Japonsko je jedním z významných investorů v České republice. Pyšní se třetím místem ve velikosti světové ekonomiky a je největším světovým investorem do výzkumu a vývoje vzhledem k hrubému domácímu produktu. Česká republika a Japonsko jsou od sebe vzdáleny tisíce kilometrů, mají odlišné měny, ekonomiky, politiky, ale i kulturu, a i přes to mezi sebou obě země udržují kvalitní dlouholeté obchodní i diplomatické vztahy.

Primárním cílem této bakalářské práce je zjistit potenciál obchodních vztahů České republiky a Japonska vzhledem k jejich kulturním odlišnostem a vyspecifikovat možná rizika a doporučení pro další spolupráci.

Začátek práce zkoumá základní ekonomické pohledy na Českou republiku a Japonsko, jako například hrubý domácí produkt, míru inflace, míru nezaměstnanosti, ale i průměrnou hrubou měsíční mzdu a věkovou strukturu, které mohou ovlivňovat vstup obchodního partnera z druhé země do domácí ekonomiky. Dále se zabývá importem a exportem obou zemí samostatně z pohledu světového obchodu a porovnává vzájemnou obchodní bilanci České republiky a Japonska.

Práce se dále věnuje mezinárodnímu obchodu těchto dvou zemí a popisuje příchod jednotlivých investic z druhé země do domácí ekonomiky z pohledu času.

Další podkapitola se věnuje dohodě o hospodářské spolupráci mezi Evropskou unií a Japonskem. Dne 1. 2. 2019 byla podepsána dohoda o volném obchodu mezi Evropskou unií a Japonskem, která je rozebírána v samostatné podkapitole a uvádí vyhodnocení po prvním roce platnosti této dohody.

Následně práce popisuje organizace, které podporují vzájemný obchod mezi Českou republikou a Japonskem, počínaje japonským velvyslancem a jeho působením v České republice. Blíže se věnuje nejvýznamnějším společnostem v této oblasti, kterými jsou společnosti JETRO a CzechInvest.

Metodologická část práce popisuje postup, jak byla práce zpracována, zdroje informací, způsoby zpracování dat a vyhodnocování cílů práce.

V další části se práce věnuje kulturním rozdílům obyvatel těchto dvou zemí podle anglického lingvisty Richarda D. Lewise, který se tematice zkoumání kulturních odlišností věnuje desítky let. Richard D. Lewis rozděluje klasifikace kulturních odlišností na tři základní typologie, které práce rozebírá v samostatných podkapitolách. Začleňuje českou a japonskou kulturu do vybraných typologií a popisuje typické znaky pro dané kultury. Práce shrnuje rozdíly těchto dvou kultur, ale i jejich společné prvky.

Další podkapitola informuje o tom, kde je v České republice možné se seznámit s japonskou kulturou, kde ji studovat a čím je známá česká kultura v Japonsku.

Vzhledem k získaným informacím o rozdílnosti kultur české a japonské se další podkapitola věnuje doporučením, jak jednat s Japonci a na co je vhodné si dát pozor při obchodních

jednáních s nimi. Informace byly získány na základě informací společnosti CzechTrade, která má v této oblasti bohaté zkušenosti.

Práce vyúsťuje do vyhodnocení cíle, kterým je potenciál obchodních vztahů České republiky a Japonska, vzhledem ke kulturním odlišnostem, na základě analýzy získaných dat ze všech zdrojů. Tato data jsou potvrzena dokumentem podepsaným ministry zahraničí obou zemí. Jedná se o tzv. Akční plán pro Českou republiku a Japonsko pro období let 2021–2025, který je přílohou této práce. Věnuje se možným rizikům při vzájemných investicích v dalším období vzhledem k analýze dat z historie a predikci budoucí možné spolupráce a rovněž uvádí směry, které jsou podpůrnými kroky pro rozvoj vzájemné spolupráce. Dále opisuje oblasti, ve kterých obě země mohou nadále rozvíjet vzájemný mezinárodní obchod a navazovat na již kvalitní vybudované dlouhodobé obchodní vztahy mezi oběma zeměmi. Analýza kulturních odlišností uvádí doporučení pro další možné kroky rozvoje kultur v obou zemích, které mohou přispět k růstu další mezinárodní obchodní spolupráce mezi Českou republikou a Japonskem.

2 Teoreticko-metodologická část práce

Teoreticko-metodologická část se zabývá vysvětlením základních definicí a rozdělení obchodu, teorií mezinárodního obchodu představenou teoretickými školami, jako merkantilismus, absolutní, komparativní výhody a konkurenční výhody a uvádí, z čeho všeho mezinárodní obchod pozůstává.

Umožňuje nahlédnout do základních makroekonomických ukazatelů obou zemí, jež jsou důležité pro vzájemné obchodování, jakými jsou hrubý domácí produkt, inflace, míra nezaměstnanosti, ale i do mikroekonomické veličiny jako trh výrobních faktorů.

Poukazuje na dovozy a vývozy obou zemí a jejich vzájemný význam. Zhodnocuje obchodní bilanci České republiky i Japonska a současný stav vzájemného obchodování.

Uvádí pohled do moderní historie a vývoje mezinárodního obchodu mezi těmito dvěma zeměmi i to, jak se tento obchod vyvíjel v čase. Popisuje také společnosti, které jsou nápomocné při navázání vzájemných obchodních kontaktů mezi těmito zeměmi.

2.1 Teorie mezinárodního obchodu

Mezinárodní obchod je součástí života každého z nás. Stal se naší každodenní součástí a většina lidí si bez něj život již ani nedokáže představit, i když si to možná neuvědomuje. V dnešním globalizovaném světě není problém koupit si produkt, který se vyrábí na druhém konci světa, a to díky dlouhodobému vývoji mezinárodního obchodu, postupné úpravě legislativních požadavků pro možnost vstupu produktů z jiných zemí na domácí trhy a díky zefektivňování mezinárodního obchodu a otevřenosti jednotlivých ekonomik. Digitalizace v současné době zpřístupnila navíc i nakupování prostřednictvím internetu, které v minulosti nebylo tak rozsáhlé jako nyní (pandemie covid-19 tento proces/trend nakupování přes internet ještě urychlila), přičemž tímto způsobem nakupování se ještě více zintenzivňuje výměna zboží a služeb mezi jednotlivými zeměmi.

Tyto informace potvrzuje přední poskytovatel tržních a spotřebitelských dat Statista (2021) ve svém článku, kde v zaznamenávaném období došlo k nárůstu celkové návštěvnosti on-line platform v oblasti maloobchodu. Ten v červnu 2020 podle stejného zdroje vykázal 22 miliard návštěv, přičemž tento údaj sledovaný v lednu 2020 činil 16,07 miliard. Toto navýšení je způsobeno celosvětovou pandemií covid-19, která přiměla miliony lidí přesunout své nákupní zvyklosti z fyzického nakupování na nakupování přes internet neboli takzvané on-line nakupování. Lidé trávili více času doma, ať již dobrovolně či z důvodů nařízení vlády, kvůli zastavení/zpomalení šíření viru a mohli si takto z pohodlí a bezpečí domova nechat doručit produkty, které používají každodenně, jako např: potraviny, drogerii a podobně, bez nutnosti trávení času v přeplněných obchodech.

Obchod definuje Fojtíková (2009, s. 1) jako výměnu zboží či služeb mezi jednotlivými subjekty, která může probíhat přímo. Tu je možné si představit jako výměnu zboží za zboží, služby za zboží a případně služby za protislужby, nazývanou i jako tzv. barterový obchod. Druhým typem, jak uvádí autorka, je nepřímý obchod, který je specifický směnou zboží či služeb za peníze. S příchodem peněz do ekonomiky se dominantním stal nepřímý obchod, ve kterém probíhá většina transakcí v dnešních dnech i přes to že barterový obchod pořád existuje, ale spíše jako okrajová záležitost. Obchodování podle Jurečky (2017, s. 1334) je lidem přirozené. Autor uvádí, že již v dávné minulosti lidé směňovali zboží navzájem za to, které si sami nemohli či nedokázali vyrobit. Naopak autor doplňuje, že to, které si dokázali vyrobit a měli jej přebytek, mohli při směně protistraně nabídnout, což dalo základ takzvanému barterovému obchodu.

Obchod rozlišuje Fojtíková (2009, s. 1) i podle úrovně realizace, tedy podle toho, mezi kým obchod probíhá. Pokud se jedná o obchod mezi kupujícím a prodávajícím, autorka dále uvádí, že se jedná o maloobchod. Ten může být například mezi uživatelem či spotřebitelem a prodávajícím, kterého si lze představit například jako firmu Alza. Další typ obchodu, jak uvádí autorka, je mezi dodavatelem a odběratelem. Ten je možné si představit například jako výrobce/dodavatel, kupříkladu firmu Canon a odběratelem, kterým může být například prodejce Alza. Tento typ obchodování popisuje autorka jako velkoobchod. Třetím typem podle autorky je zahraniční obchod, na kterého definici se shoduje se Štěrbovou (2013, s. 34) s tím, že se jedná o výměnu zboží, služeb a také obchodování s duševním vlastnictvím se zahraničními subjekty.

„Zahraníční obchod se zabývá nakupováním cizozemského zboží pro spotřebu ve vlastní zemi“ (Smith, 2001, s. 379). Výměna služeb a zboží mezi zeměmi se projevuje podle Štěrbové (2013, s. 39) z pohledu dovozu produktů z jiné země, jinak nazývaným také import a vývozu produktů lokální země do jiných zemí, tzv. export. Jedná se o obchod jedné národní ekonomiky se svým okolím. Zahraniční obchod je důležitým faktorem mnohých ekonomik a je potřeba jej sledovat v globalizovaném světě, vzhledem k tomu, že jsou země, kterých je ekonomika na nich hodně závislá.

„Mezinárodní obchod lze definovat jako souhrn zahraničně obchodních aktivit dvou a více národních ekonomik/států, shodují-li se jejich hranice ekonomik, je tedy součtem dvou a více zahraničních obchodů.“ (Štěrbová, 2013, s. 18). Jurečka uvádí (2017, s. 1334), že historie mezinárodního obchodu sahá až do období 500 let před našim letopočtem, kdy se z Asie dováželo do Evropy hedvábí i přesto, že nefungovaly tak efektivní způsoby dopravy, jako v dnešních dnech. Vzhledem ke komplikovanosti dopravy, komunikace a dalším rizikům se tehdy jednalo o zboží velice drahé a vzácné. Mezinárodní obchod za tu dobu do dnes prošel obrovským vývojem. Doprava se urychlila, pravidla obchodování se zjednodušila a zlevnila, a tím se urychlil proces globalizace.

Mezi nejdůležitější faktory ovlivňující mezinárodní obchod, tedy mezinárodní směnu, řadí Jurečka (2017, s. 1336) vliv na straně nabídky, mezi které patří například geografická poloha země (jestli se např. jedná o vnitrozemí jako v případě České republiky, která leží uprostřed Evropy, nebo o ostrovní stát obklopený vodními plochami z každé strany, jakým je Japonsko), zdroje nerostných surovin, klimatické podmínky a s nimi spojená i zemědělská predispozice (například pěstování pšenice a chmele v České republice a pěstování rýže v Japonsku), ale také poptávkové faktory, které jsou závislé od zájmu spotřebitelů a jejich upřednostňování vůči poptávce spotřebitelů druhé země, např. vzhledem ke svým zvyklostem a tradicím.

V rámci mezinárodního obchodu rozlišuje Civín (2018, s. 140) směry ekonomického myšlení, které se nazývají školami a součástí kterých jsou jednotlivé ekonomické teorie. Jak uvádí autor, patří mezi ně merkantilismus, absolutní a komparativní výhody, všeobecné rovnováhy a konkurenční výhody. Tradiční teorie jsou podle autora založeny na dělbě práce a každá tato škola má své zástupce i oponenty.

Merkantilistická škola: jak uvádí Civín (2018, s. 141), pochází z 15.–17. století a popisuje mezinárodní obchod jako úsilí o zlepšení obecné prosperity národa, a to díky příchodu cizí měny ve formě drahých kovů do země. Jak uvádí stejný zdroj, je založena na potřebě zásahu státu, který chrání domácí ekonomiku. Jejimi představiteli jsou podle autora Antoine de Montchretien, Thomas Man a William Starfford. Autor dále uvádí, že tato škola se zabývala myšlenkami akumulace vzácných kovů, jako je např. zlato či stříbro, které zabezpečují bohatství národa, potřebou kladné obchodní bilance státu pro získání bohatství a zároveň dohled státu nad tím, aby bylo více exportu než importu. Tato teorie, jak uvádí autor, pracuje tedy se zásahy státu pro ochranu domácí ekonomiky, které mohou způsobovat horší přístup

k produktům ze zahraničí a také nastavení limitů pro import/export luxusních produktů, aby bohatství neopouštělo stát.

Teorie absolutních výhod Adama Smithe: Kritikem merkantilistické školy byl Adam Smith, jak uvádí Civín (2018, s. 142). Ten se zaměřil na efektivnější využití výroby v jedné zemi v porovnání s jinými. Autor uvádí, že Smith nesouhlasí se zásahy státu, jako je tomu v merkantilismu a podle Smitha. Vláda by neměla zasahovat do přirozeného běhu obchodu. Tímto se stává Adam Smith zakladatelem liberální ekonomické školy, jak uvádí stejný zdroj. V této souvislosti vzniká podle Fojtíkové (2009, s. 13) v 18. století takzvaný svobodný obchod „laissez faire, laissez passer“ neboli „nechte být, nechte plynout“. Adam Smith podle Civína (2018, s. 142) zastává názor, že každá země by se měla věnovat tomu, co dokáže vyrobit rychleji a levněji. Kupříkladu uvádí zemi A, jež je schopná vyprodukovat levněji a rychleji produkt, který neumí takto vyprodukovat země B. Naopak země B dokáže rychleji a efektivněji vyprodukovat zboží, které neumí země A. Tímto si země navzájem napomáhají a podporují se v podmínkách rovného a svobodného obchodu. V případě, že jedna země má efektivnější produkci nějakého výrobku / služby, spočívá její benefit v tom, že má nižší náklady na výrobu. To podle autora následně vede ke zvyšování kvalifikace pracovníků dané země a také ke zvyšování efektivity práce v oblasti, na kterou se daná země zaměřuje svou specializací. Teorie Adama Smithe uvádí, že bohatství národa by se nemělo určovat na základě vlastnictví drahých kovů, jak je tomu v merkantilismu, ale na základě toho, jaká je životní úroveň obyvatel dané země, kterou určuje dostupnost poskytovaných produktů a služeb. Příkladem je Itálie, která je jedním z největších výrobců vína na světě dle údajů společnosti Statista (2021), čímž má Itálie absolutní výhodu ve výrobě vína.

Teorie komparativních výhod Davida Ricarda: Teorie absolutních výhod je vnímána podle Civína (2018, s. 144) jako problematická, a to v té oblasti, že některé země mají k dispozici výrobu vícero produktů v lepších podmínkách.

Slovo komparativní lze přeložit z anglického slova compare = porovnat, což je v kontextu komparativní výhoda přeložitelné porovnávací či srovnávací výhoda.

Na rozdíl od absolutní výhody pracuje komparativní výhoda s limitovanými zdroji v ekonomii známé pod názvem hranice produkčních možností jednotlivých zemí. (Civín, 2018, s. 145). První zmínky této teorie Davidem Ricardem jsou dle autora z roku 1817. Autor dále uvádí, že v případě rozvinutých zemí, které u většiny produkce dosahují absolutní výhodu, je prospěšné vyrábět to, v čem mají absolutní výhodu ve srovnání vůči ostatním zemím. Naopak výrobky, u kterých země absolutní výhodu nemají, jak dále uvádí autor, či u kterých je tato výhoda velmi malá, se dovážejí z toho důvodu, aby si zabezpečily zdroje pro nejefektivnější dovoz produkce, kterou si země sama není schopna vyrobit svými možnostmi, a tím se umožní i export jiným zemím. Takovéto země mají možnost si tímto získat komparativní výhodu podle autora a z hlediska obchodu je spokojená i menší země, která si zahraničním obchodem těž ekonomicky přilepšila. Autor uvádí, že tímto se teorie komparativních výhod stala základem globalizace v celosvětovém pohledu. Jeho slova potvrzuje i Fojtíková (2009, s. 14) a doplňuje, že v případě komparativní výhody se země, které nedisponují absolutní výhodou u své produkce, budou zaměřovat na výrobu toho, co je nejméně absolutně nevýhodné, pro zabezpečení exportu do jiných zemí. Příkladem komparativní výhody je Česká republika v oblasti průmyslové výroby. Ta se nachází na pátém místě v žebříčku Global Manufacturing risk index podle poradenské společnosti Cushmanwakefield (2022), který stanovil žebříček zemí vhodných pro průmyslovou výrobu. Jedná se o první pozici v rámci evropských zemí a před Českou republikou podle tohoto zdroje jsou pouze velké ekonomiky jako Čína, Indie, USA či Kanada. Z hlediska celkových nákladů, jak uvádí stejný zdroj, kam se zahrnují náklady na mzdy, nájmy, nemovitosti, ale i náklady na energetickou spotřebu, nepatří sice Česká republika k nejlevnějším v EU a v této oblasti ji předběhly Bulharsko, Litva, Rumunsko

i Rusko, avšak z pohledu průmyslové výroby má komparativní výhodu vůči všem ostatním evropským zemím.

Tuto teorii potvrzuje Civín (2018, s. 74), který zmiňuje důležité faktory, které ovlivňují mezinárodní obchod v dnešním globalizovaném světě. Těmito faktory podle autora jsou kvalifikovaní pracovníci, a s tím spojená kvalita jejich odvedené práce, která není přímo podmíněna nízkou cenou. Mnohem více je podle autora podmíněna dobrou a kvalitní infrastrukturou neboli dostupností a možností transportu zboží / služeb do dalších trhů, se kterými se obchoduje. Těmito parametry disponuje Česká republika díky své geografické poloze a díky rozvinuté infrastruktuře.

Teorie konkurenčních výhod: má své základy, jak uvádí Civín (2018, s. 153–154) v 90. letech a u jejího zrodu stál Michael Porter z USA, který přišel na trh s novým modelem objasňujícím „národní konkurenční výhodu“. Podle autora je úspěšnost společnosti na mezinárodních trzích přímo závislá od zvolené strategie ve srovnání s konkurencí na trhu (ať již dostupností nižších nákladů, nastavením odlišnosti produktů nebo v lepších poskytovaných parametrech či nabízených službách) a využití konkurenceschopnosti země (například díky klimatickým podmínkám, přírodním zdrojům či pracovnímu kapitálu), kde společnost působí. Autor uvádí, že Porterova teorie zkoumá důvody úspěšnosti v oblasti konkurenceschopnosti různých odvětví, například v oblasti průmyslu v jednotlivých zemích. Dál autor uvádí, že pokud některá země chce být konkurenceschopná v oblasti průmyslu, je zapotřebí, aby neustále věnovala pozornost inovacím a modernizaci a tím zefektivňovala svou výrobu a procesy. V oblasti konkurenceschopnosti zde dle Portera hraje velkou roli i stát, jak uvádí autor, jelikož ovlivňuje hospodářskou politiku země a s tím související mezinárodní obchodní podmínky.

Příkladem pro konkurenční výhodu jsou společnosti, které investují do inovací. Boston Consulting Group (2021) uvádí nejinnovativnější společnosti za rok 2020 v tomto pořadí: Apple, Alphabet, Amazon, Microsoft, Tesla, Samsung, IBM, Huawei, Sony, Pfizer atd. Jak je patrné ze seznamu, v TOP 5 jsou americké společnosti, které se následně prolínají s asijskými. Také se jedná o známé nadnárodní společnosti, jež jsou si vědomé potřeby investic do inovací pro zabezpečení konkurenceschopnosti na trhu.

V dnešní době mezinárodní prostředí nazývá Štěrbová (2013, s. 22) globálním prostředím, pro které jsou specifické následující 4 typy rozdílů.

Ekonomické rozdíly: vyjadřují rozdílnost jednotlivých zemí z ekonomického hlediska např. práce, půda, kapitál, přírodní zdroje atd., které ovlivňují makroekonomické ukazatele daného státu.

Institucionální rozdíly: nastavení a případné změny v obchodních politikách a to, jestli jsou dané země součástí jiných větších celků, pod které spadají a jejichž pravidla dodržují například: Evropská unie, NATO apod.

Kulturně-sociální rozdíly: v jazykové vybavenosti, náboženství, hodnotách, ale i zvycích, které ovlivňují samotné jednání daných kultur, ale i způsoby jakými komunikují, či rozhodují a co v životě je pro ně důležité.

Politicko-legislativní rozdíly: právní řád dané země stanovuje pravidla pro obchodování s jinými zeměmi, to vše ve spojitosti s nastavením regulí pro obchodování se zahraničím.

2.2 Ekonomický pohled na Českou republiku a Japonsko

Vybrané makroekonomické ukazatele jsou důležitým faktorem pochopení fungování jednotlivých ekonomik. V případě zájmu vzájemně obchodovat mohou tyto ukazatele ovlivňovat druhy či výše investic do dané země. Jedná se o ukazatele tvorby hrubého domácího

produktu a inflaci, doplněné o údaje o průměrné měsíční mzdě, věkové struktuře a obchodní bilanci mezi oběma zeměmi vycházející z importů a exportů obou zemí.

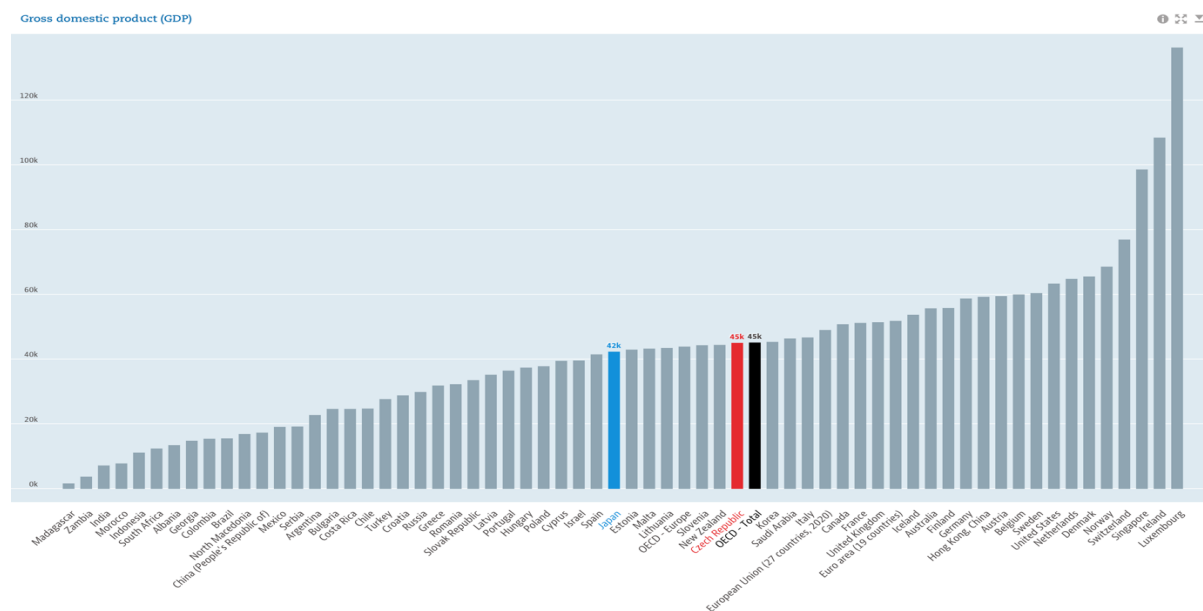
Informace o stavu pohybu a výkonu ekonomiky uvádí Jurečka (2017, s. 72), že jsou důležité pro rozhodování investorů a vedení firem v případě zájmu o investování. Samotné informace jsou zajímavé, ale nejdůležitější je podrobit je analýze, která vypovídá o trendech a postavení ekonomiky v dané zemi.

2.2.1 Hrubý domácí produkt

Jedním z nejdůležitějších makroekonomických ukazatelů, podle Jurečky (2017, s. 77) je hrubý domácí produkt, dále jen HDP na obyvatele, který poukazuje na výkonnost ekonomiky dané země: „*Hrubý domácí produkt je součtem peněžních hodnot, finálních výrobků a služeb, vyprodukovaných během jednoho roku výrobními faktory alokovanými v dané zemi.*“

HDP České republiky a Japonska, je patrný z grafu 1, kde je posazen vedle všech sledovaných zemí OECD: Organization for Economic Cooperation and Development v překladu Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj dále pouze OECD. HDP České republiky je nejbližší průměru všech sledovaných zemí OECD, zatímco Japonsko má HDP na obyvatele nižší. To poukazuje na to, že obě ekonomiky jsou vyspělé a rozvinuté. Data jsou uvedena v USD – amerických dolarech na osobu. Výkonnost České republiky je 45 000 USD na obyvatele za rok 2021, HDP Japonska je 42 000 USD na obyvatele. Přepočtem HDP na obyvatele je možné vidět, že Česká republika předběhla v roce 2021 Japonsko, ale i země, jako je Malta, Slovinsko či Nový Zéland. Ze zemí sousedící s Českou republikou jsou Polsko a Slovensko na nižší úrovni HDP, naopak Německo je daleko před Českou republikou v HDP na obyvatele ve sledovaných ukazatelích.

Graf 1 Hrubý domácí produkt na obyvatele v roce 2021 podle zemí OECD

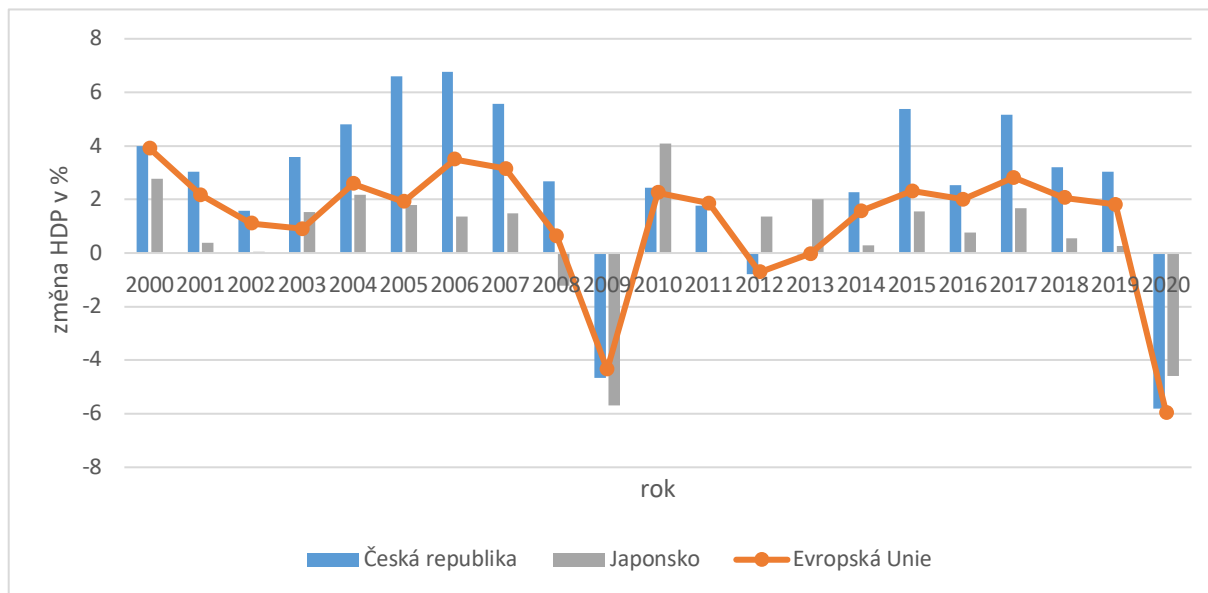


Zdroj: [OECD](#), 2021

HDP vyjádřeno v grafu 1 výši HDP, která ale nevyjadřuje jeho meziroční vývoj, jak se daným ekonomikám vedlo v čase. Meziroční nárůst HDP pro Českou republiku a Japonsko v porovnání s průměrem Evropské unie vyjadřuje graf 2 na další stránce. V obou zemích zaznamenávají obě země stejné trendy jak v Evropské unii. Znatelný je pokles HDP v roce 2009

způsobený celosvětovou krizí a druhý pokles v roce 2020 z důvodu celosvětové pandemie covid-19, která měla globální ekonomické následky. Z grafu 2 je patrné, že ekonomika České republiky si vedle v meziročním vývoji líp než japonská. Vzhledem k tomu, že Česká republika je součástí Evropské unie, je zapotřebí porovnat tyto data i s Evropskou unií. Meziroční vývoj HDP v České republice si v posledních dvaceti letech vedl dokonce lépe, než je průměr Evropské unie.

Graf 2 Meziroční změna HDP v % Česká republika a Japonsko v letech 2000–2020



Zdroj: [THE WORLD BANK](#) (2022) vlastní zpracování

Meziroční vývoj HDP je počítán, jak uvádí THE WORLD BANK (2022), na základě lokální měny. Pro sjednocení je vyjádřen v USD. Agregáty jsou počítány na základě cen roku 2015. Z grafu 2 je patrné, že ekonomice České republiky se v posledních letech dařilo v meziročním růstu víc než Japonsku.

2.2.2 Inlace

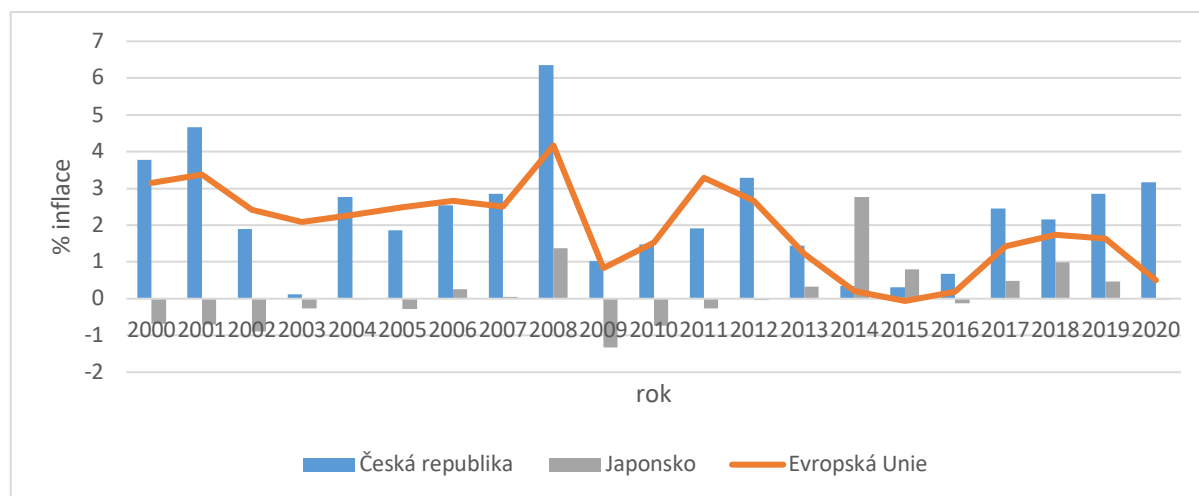
Inlace je makroekonomická veličina, kterou definuje Jurečka (2017, s. 564) jako „zvyšování cenové hladiny, která má za následek snižování kupní síly peněz“. Jedná se o zvýšení obecné cenové hladiny, která je udávána tzv. spotřebním košem. Jak uvádí autor – nejedná se o konkrétní položku produktu, jehož cena se zvyšuje nebo snižuje, ale o obecnou cenovou hladinu. Dále autor uvádí, že s inflací se úzce váže pojem cenová stabilita, která se definuje jako situace, kdy je obecná cenová hladina stabilizovaná – neroste ani neklesá. V různých publikacích je možné se setkat i s rozsahem inflace 2–3 %, jež se stále považuje za cenovou stabilitu, kterou dokáží domácnosti akceptovat. ČNB (2022) uvádí, že inflace je obecně vnímaná jako negativní jev společností i ekonomiky.

Opačným výrazem pro inflaci je deflace, která značí pokles cenové hladiny (Jurečka, 2017, s. 567).

Porovnání roční míry inflace České republiky a Japonska ve srovnání s inflací v Evropské unii je možné sledovat v meziročním indexu spotřebitelských cen na grafu 4, kde je patrné, že Japonsko se dlouhou dobu potýkalo s deflací a od roku 2015 si udržuje stabilní cenovou hladinu. Naopak Česká republika měla mírně zvýšenou inflaci v roce 2008 a od roku 2013 si

také udržuje stabilní cenovou hladinu až do roku 2020. Vývoj inflace České republiky kopíruje trendy inflace v Evropské unii až do roku 2019, kde v roce 2020 je možné zaznamenat nárůst inflace v České republice, naopak v Evropské unii je vidět pokles.

Graf 3 Meziroční míra inflace Česká republika a Japonsko uvedena v %



Zdroj: THE WORLD BANK (2020) Vlastní zpracování

Na základě sledované inflace je možné usuzovat, že stabilní cenová hladina obou zemí prospívala vzájemným obchodům České republiky a Japonska.

Inflace v České republice uvádí ČSÚ (2022) v posledních pěti letech vykazovala cenovou stabilitu, a to až do druhé poloviny roku 2021, kdy začala míra inflace v České republice razantně růst. Jak uvádí zdroj, průměrná míra inflace za rok 2021 byla podle České národní banky (2022) ve výši 3,8 %. Nárůst inflace s koncem roku odůvodňuje zdroj oživením ekonomiky po období pandemie covid-19 ve spojitosti s nárůstem cen dodávaného zboží a komponentů ze zahraničí, které bylo ovlivněno limitovanou výrobou při zvýšené globální poptávce, následně zvyšování cen energií a dalších komodit. Oživení ekonomiky po tzv. koronakrizi přináší zvýšenou poptávku po zboží a službách. Dále stejný zdroj uvádí, že v neposlední řadě v lednu inflaci ovlivnily zvýšené náklady na bydlení.

Cílem České národní banky (2022) je zabezpečovat stabilizaci inflace. Pro domácí spotřebitele je navýšení inflace nepříznivým jevem, protože se znehodnocují peníze a úspory obyvatel ztrácí na hodnotě. Z hlediska dlouhodobých investic do země není výrazný výkyv inflace pozitivním jevem pro budoucí investory, a tedy ani pro domácí ekonomiku, jelikož nezabezpečuje potřebnou stabilitu.

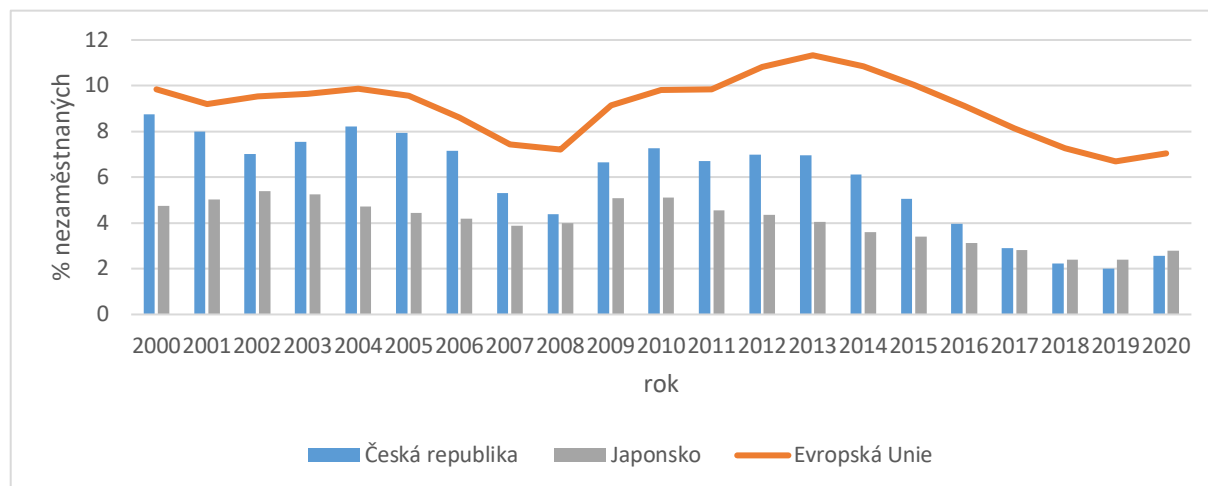
Dalším z důležitých parametrů, které mohou ovlivnit vstup investora do dané země, je míra nezaměstnanosti.

2.2.3 Míra nezaměstnanosti

Z ekonomického pohledu definuje nezaměstnanost Jurečka (2017, s. 707–710) jako počet nezaměstnaných z pohledu všech lidí v produktivním věku. Za nezaměstnaného člověka se podle autora považuje osoba, která se snaží najít si zaměstnání a je evidovaná na úřadu práce. Dále autor uvádí, že míra nezaměstnanosti se uvádí v % jako podíl nezaměstnaných osob k celkovému počtu ekonomicky aktivního obyvatelstva a uvádí se za celou zemi.

Z porovnání procentní míry nezaměstnanosti pro oba státy zobrazené na grafu 5 je patrné, že obě země v posledních čtyřech letech disponují velice nízkou mírou nezaměstnanosti až pod 3 %. Nízká nezaměstnanost vypovídá i o jisté limitaci kvalifikovaných zdrojů v případě zájmu investorů z jiných zemí. Míra nezaměstnanosti v České republice i v Japonsku je za posledních 20 let na nižší úrovni, než je průměr Evropské unie.

Graf 4 Míra nezaměstnanosti v % České republice a Japonsku v letech 2000–2020



Zdroj: Worldbank: (2021) Vlastní zpracování

ČSU (2022) uvádí, že v České republice od roku 2014 míra nezaměstnanosti klesala až k úrovni 2–3 %. Mírné navýšení, které mohlo být způsobeno, poklesem počtu firem ukončujících svou činnost z důvodu vládních opatření spojených s celosvětovou pandemií covid-19, přinesl rok 2020. ČTK (2022) uvádí, že míra nezaměstnanosti v Evropské unii klesla v únoru 2022 na 6,2 % a Česká republika si pořád drží nejnižší nezaměstnanost v Evropské unii s hodnotou 2,4 %.

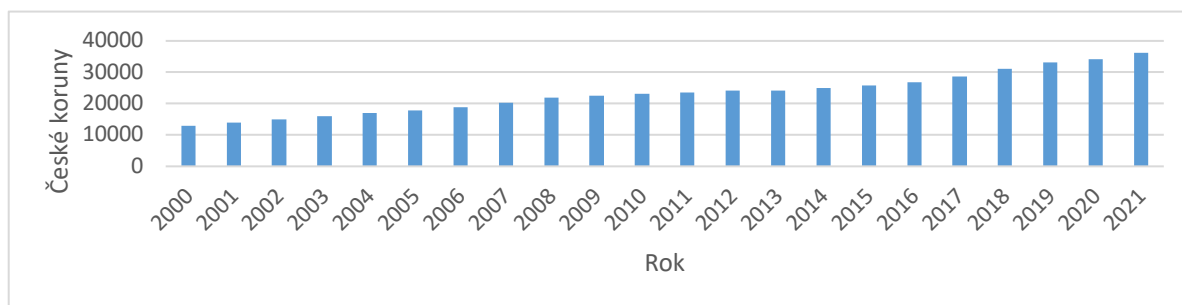
Do České republiky přichází aktuálně větší počet Ukrajinců z důvodu války na Ukrajině (až 250 000 lidí k 1. 4. 2022), což znamená, že je možné očekávat zvýšení procenta nezaměstnanosti v dalším období. Jedná se převážně o ženy, děti a starší lidi (ČTK, 2022).

Pro obě země znamená nízká nezaměstnanost jisté riziko pro investora z druhé země z důvodu nedostatečného počtu kvalifikovaných pracovních sil, což je důležité obzvláště v případě zájmu o založení většího výrobního podniku.

2.2.4 Průměrná hrubá měsíční mzda

Z pohledu potenciálního investora je dalším z důležitých sledovaných parametrů vývoj průměrné hrubé měsíční mzdy v dané zemi pro možnost zpracování si přehledu požadovaných nákladů na zaměstnance. V České republice se v posledních letech postupně navyšovala průměrná mzda, jak je patrné z grafu 5, což značí, že ekonomice České republiky se v posledních letech dařilo. Jak uvádí ČSÚ (2022) a Česká televize (2022), průměrná mzda sice roste, dokonce v posledním čtvrtletí o 4 %, ale ve srovnání s inflací v posledních měsících klesají výdělky o 2 %. Předpovědi ekonomů podle stejných zdrojů uvádí, že pro rok 2022 budou reálné mzdy v roce 2022 klesat, což je pro potenciální investory do České republiky důležitým údajem.

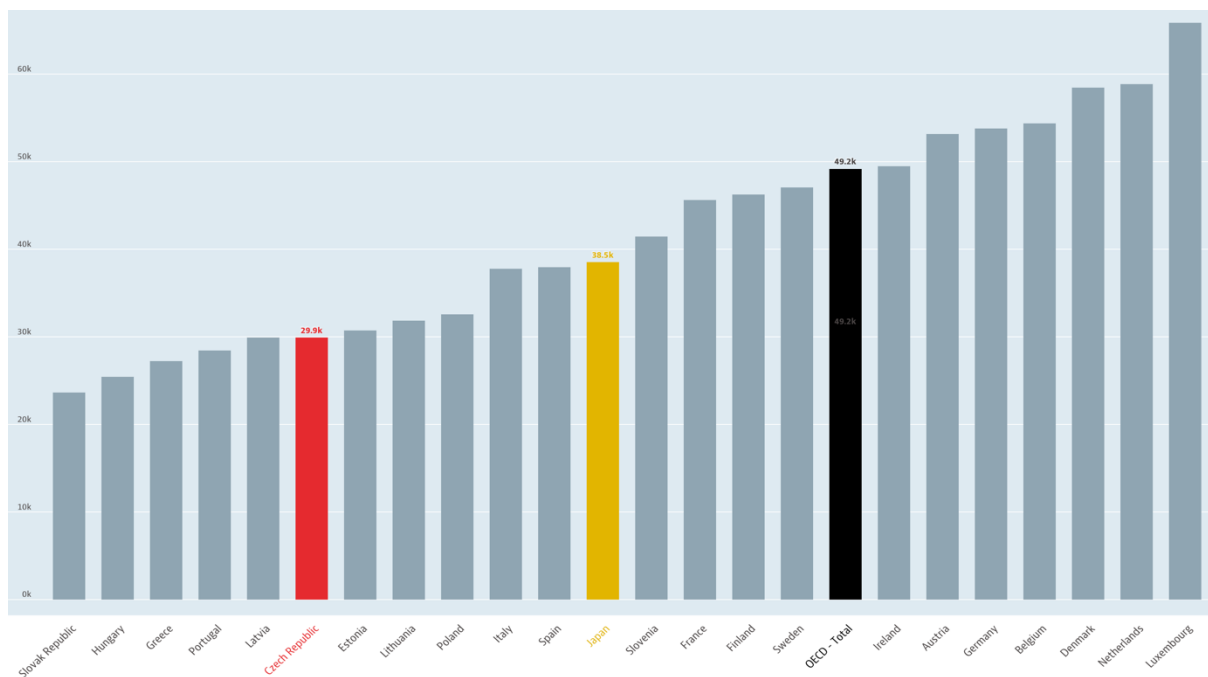
Graf 5 Průměrná hrubá měsíční mzda v České republice v letech 2000–2021



Zdroj: ČSÚ (2022)

Průměrnou mzdu v České republice sleduje Český statistický úřad. OECD (2021) sleduje průměrnou mzdu za všechny země. Pro účely této práce je zvolena průměrná mzda zemí Evropské unie, kterých je Česká republika součástí, průměrná mzda zemí OECD, České republiky a Japonska za rok 2020, příp. poslední dostupné sledované období, kterou zobrazuje graf 6.

Graf 6 Průměrná měsíční mzda v zemích EU a Japonsku za rok 2020 v USD



Zdroj: OECD (2021)

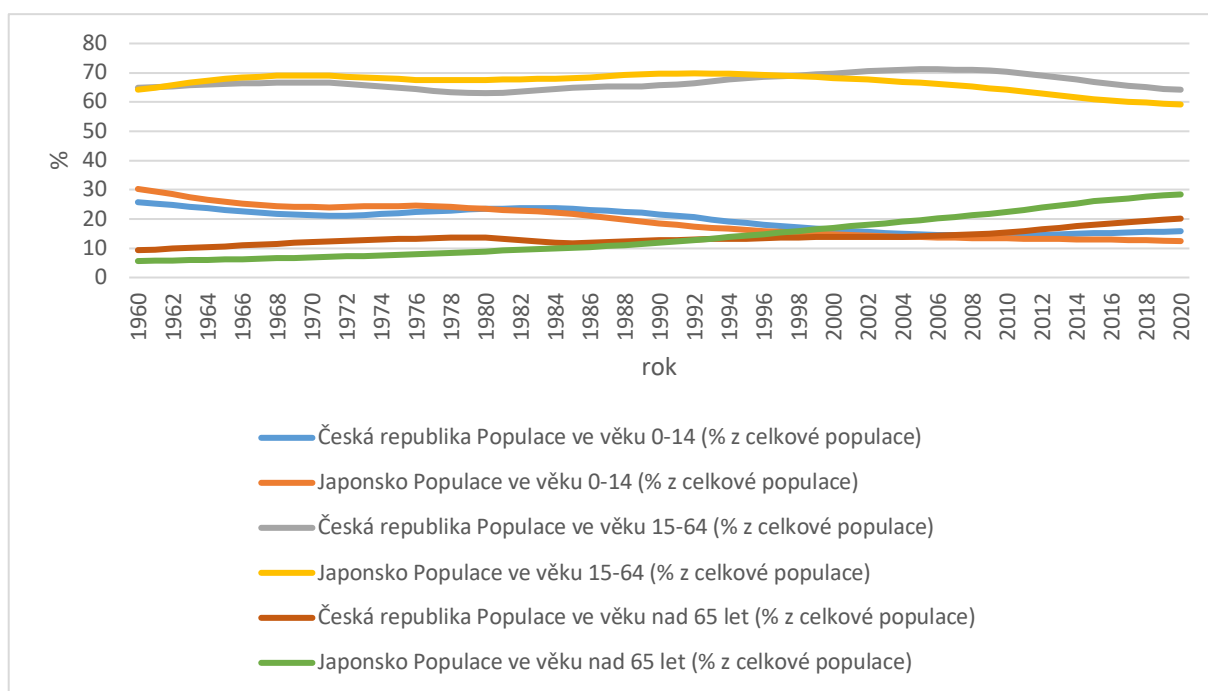
Česká republika má nižší průměrnou mzdu než Japonsko, což znamená nižší náklady pro potenciálního japonského investora. Z pohledu OECD se ani jedna ze zemí průměrnou mzdou nedostává na průměr zemí OECD. Z pohledu Evropské unie jsou na tom s průměrnou mzdou nejlépe Lucembursko, Holandsko, Dánsko, Belgie, Německo, Rakousko a Irsko.

2.2.5 Věková struktura obyvatelstva

Věková struktura obyvatelstva České republiky a Japonska a jak se vyvíjela od šedesátých let minulého století je zobrazena na grafu 7. I přes to, že tyto země leží na odlišných kontinentech,

je u obou zemí možné zaznamenat trend rostoucí populace nad 65 let, a naopak klesající ve věku 0–14 let. To svědčí o stárnoucí populaci v obou zemích a menším množství nově narozených dětí. Tento trend se lámal na přelomu tisíciletí a neustále zintenzivňuje. V České republice byl nastartován otevřením možnosti cestování v 90. letech, jak uvádí ČSÚ (2014), a ukončením podpory rodin formou výhodných novomanželských půjček v roce 1991. Jak udává stejný zdroj, to vše mělo také za následek postupné zvyšování průměrného věku novoroďek. Dále stejný zdroj uvádí, že zatímco v roce 1990 byl průměrný věk prvorodičky 22,5 let, o 11 let později to bylo již 25 let. Věk se i nadále posouvá. Lidé chtěli více studovat, cestovat a založení rodiny odkládali na později. Tyto informace se přetavují i do ekonomiky. Trend stárnoucí populace v Japonsku potvrzuje i Hošov (2020, s. 147–150). Japonsko se jej snaží v posledních letech ovlivnit podle autora zaměstnáváním cizinců a cílením na zaměstnávání seniorů i žen, které v minulosti zpravidla zůstávaly doma a staraly se o rodinu. Tyto trendy mají, podle autora, napomoci ekonomice do budoucna.

Graf 7 Věková struktura obyvatelstva České republiky a Japonska 1960–2020



Zdroj: THE WORLDBANK (2022) Vlastní zpracování

Z hlediska vzájemného obchodu mezi oběma zeměmi vypovídá věková struktura obyvatel země o potřebě řešení snižujícího se počtu ekonomicky aktivních lidí a hledání řešení pro tyto situace. Oba státy čelí situaci s nízkou nezaměstnaností a stárnoucí populací, které způsobují jisté komplikace na trhu práce. Japonsko tuto situaci se snaží robotizací průmyslu a digitalizací. (Putnová et al., 2019, s.1088)

2.2.6 Import a export Japonsko

Japonsko podle dat OECD (2021) za rok 2020 je:

- 3. ekonomikou světa z pohledu HDP (sledováno v amerických dolarech dále jen USD).
- 4. zemí světa v celkovém vývozu v hodnotě 623 miliard dolarů.
- 5. zemí světa v celkovém dovozu v hodnotě 581 miliard dolarů.

Nejdůležitější export Japonska podle OECD (2021) tvoří automobily, integrované obvody, díly vozidel, stroje s individuálními funkcemi, vybavení fotografických laboratoří atd., který expanduje převážně do Číny, Spojených států amerických a Jižní Koreji. Z hlediska importu uvádí stejný zdroj, že za rok 2020 je Japonsko 5. největší světovou obchodní destinací s hodnotou 581 miliard USD. Mezi nejdůležitější položky importu uvádí stejný zdroj, že patří ropa, ropný plyn, integrované obvody, zařízení pro vysílání a počítače. Z hlediska důležitosti a velikosti importu (uvádí zdroj) za rok 2020 jsou pro Japonsko nejdůležitější země Čína, Spojené státy americké, Austrálie či Jižní Korea.

2.2.7 Import a export Česká republika

Česká republika podle dat OECD (2021) za rok 2021 je:

- 46. světovou ekonomikou z pohledu HDP (sledováno v amerických dolarech).
- 27. zemí světa v celkovém vývozu v hodnotě 190 miliard dolarů.
- 27. zemí světa v celkovém dovozu v hodnotě 165 miliard dolarů.

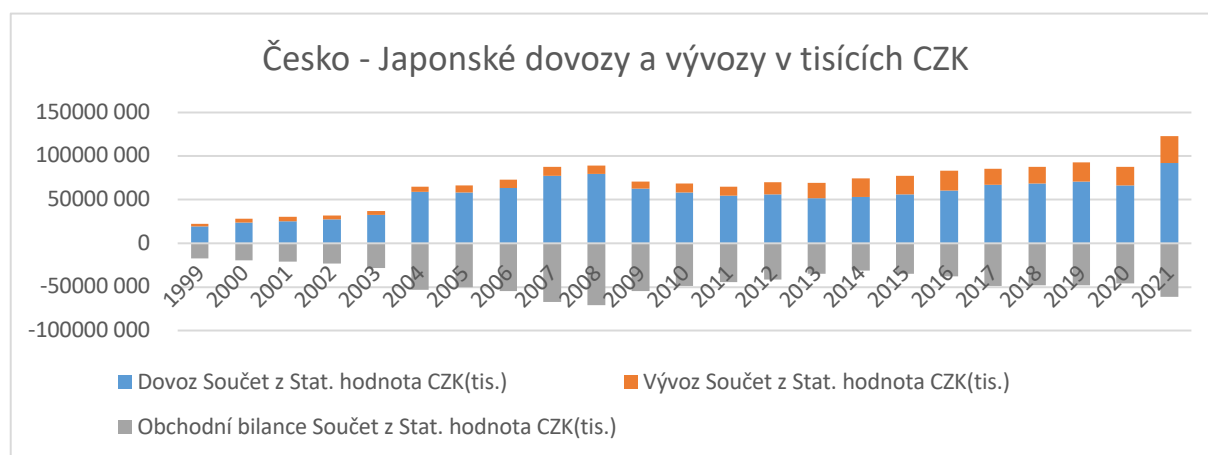
Nejdůležitější export České republiky podle OECD (2021) tvoří automobily, díly vozidel, počítače, vysílací zařízení, díly kancelářských strojů atd., které exportuje převážně do Německa. Z hlediska importu za rok 2020 uvádí stejný zdroj, že má Česká republika 27. světovou příčku. Mezi nejdůležitější položky importu podle stejného zdroje patří broadcasting equipment, díly vozidel, díly kancelářských strojů, počítače a balené léky. Z hlediska důležitosti a velikosti importu za rok 2020 pro Českou republiku jsou podle stejného zdroje nejdůležitější země Německo, Čína, Polsko, Slovensko a Nizozemsko.

2.2.8 Dovoz a vývoz Japonska a České republiky

Online zpravodajství spadající pod Český rozhlas IROZHLAS (2021) uvádí, že obchodní bilance Japonska se dostala do přebytku za rok 2020 a to díky poklesu vývozu z důvodu pandemie covid-19. Jedná se o největší pokles za posledních jedenáct let.

Obchodní bilanci mezi Českou republikou a Japonskem za období 1999 až 2022 je možné vidět na grafu 10. Z grafu je patrné, že Česká republika dováží mnohem více zboží z Japonska, než do Japonska vyváží, což vybízí k úvaze o potenciálu a prozatím nevyužitých příležitostech České republiky uplatnit se na Japonském trhu. Největšími položkami z hlediska objemu dovozu Japonska do České republiky jsou přístroje elektronického záznamu, reprodukce zvuku a TV obrazu, reaktory, kotle, přístroje a nástroje mechanické, vozidla motorová, traktory, kola a jiná vozidla, optické přístroje a jiné. Naopak největšími položkami z hlediska vývozu jsou drahokamy, drahé kovy, výrobky bižuterie, dřevo, uhlí, dřevěné výrobky a chemické organické výrobky.

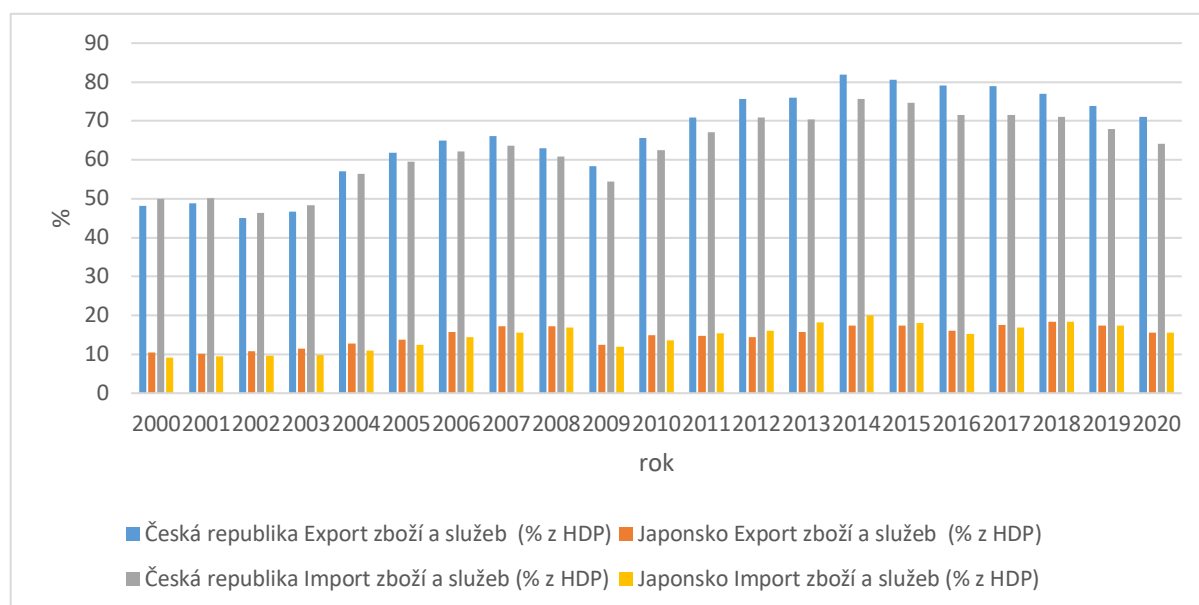
Graf 8 Česko-japonská obchodní bilance 1999–2022



Zdroj: ČSÚ (2021) Vlastní zpracování

Sledováním procentního vývoje HDP u importu a exportu zboží a služeb u ekonomik obou států samostatně jak je patrné na grafu 9 je možné poznamenat, že ekonomika České republiky je mnohem více závislá na dovozech a vývozech než Japonsko.

Graf 9 Export a import Česká republika a Japonsko v % HDP



Zdroj: THE WORLD BANK, (2020) Vlastní zpracování

Podíl importu a exportu České republiky se v posledních dvaceti letech zvyšoval z 50 % až na 80 %, zatímco pro Japonsko se podíl importu a exportu pohybuje v rádech 15 % HDP.

2.3 Mezinárodní obchod mezi Českou republikou a Japonskem

Česká republika a Japonsko mezi sebou udržují dlouholeté obchodní a diplomatické vztahy. V roce 2020 proběhlo 100leté výročí vzájemných diplomatických vztahů. Jejich spolupráci je možné podle ČTK (2021) začlenit do tří časových období. Tak, jak Japonci obvykle označují

období vládnutí jednotlivých panovníků, uvádí zdroj, že i zde lze najít pojmenování období spolupráce dle japonských tradic:

- „*období úsvitu*“ – začátky obchodování, které se řadí zhruba do 90. let;
- „*boom*“ – velký příliv většího počtu investorů od konce 90. let do poloviny 20. století;
- „*doba oživení*“ – nastoupila počátkem finanční krize a trvá až dodnes.

První japonskou společností, která začala působit v České republice, uvádí ČTK (2021), byla od roku 1965 firma Mitsui & Co LTD, věnující se prodeji produktů, logistice a financování, až po rozvoj mezinárodní infrastruktury v oblasti zdrojů nerostů a kovů, chemikálií, výrobků ze železa a oceli atd. Po ní postupně následovaly další firmy. Zájem Japonců o ekonomiku a průmysl v České republice se začal projevovat hojně v 90. letech.

V tomto období začala rozvíjet podporu vzájemného obchodu podle ČTK (2021) mezi Japonskem a Českou republikou vládní agentura JETRO založená japonským Ministerstvem hospodářství, obchodu a průmyslu. Podle zdroje pomáhala a dodnes pomáhá propojovat vzájemný mezinárodní obchod mezi oběma zeměmi, napomáhat navázání obchodních kontaktů a informovat o podmínkách obchodování Čechů v Japonsku a Japonců v České republice. Dále zdroj uvádí, že v posledních letech se více orientuje na dovoz japonských potravin a podporuje malé a střední podnikatele, čímž reaguje na změny a požadavky trhu.

Ve stejném období uvádí ČTK (2021), že přichází na trh i společnost J.I.C.C. – Japonské informační a kulturní centrum, které spadá pod japonské velvyslanectví v České republice. Jeho hlavním úkolem (podle zdroje) je podpora a upevňování obchodních a ekonomických vztahů a spolupráce mezi oběma zeměmi, jako i vzájemné propojování občanů obou států. Také přispívá k šíření japonské kultury, nabízí pro zájemce o japonskou kulturu knihovnu a přednáškový sál, kde je možné se setkat s odborníky i studenty, kteří v Japonsku působili. Společnost, jak uvádí zdroj, dále pomáhá se sdílením informací o Japonsku pro zájemce, kteří tam chtějí cestovat, a napomáhá studentům při získání stipendií, ev. možnosti studia v Japonsku.

České centrum Tokio (2022) uvádí, že v Japonsku na podporu propagace české kultury působí od roku 2006 České kulturní centrum, které spadá pod velvyslanectví České republiky v Japonsku. Podle zdroje je možné v něm nalézt jak výuku českého jazyka v Japonsku, tak i propagaci české kultury, různé druhy výstav, překladatelské soutěže, koncerty oblíbené vážné hudby, umění a podobně. České kulturní centrum, jak uvádí zdroj, se zaměřuje i na rozvoj kulturního dialogu a na propagaci inovací a vědeckých úspěchů České republiky.

V roce 1996 přichází na český trh společnost Matsushita Electric Industrial-Panasonic, která se zabývá telekomunikacemi, IT a domácími spotřebiči. V dnešní době je známá již pod názvem Panasonic Marketing Europe (Panasonic, 2022).

Další firmou je dle ČTK (2021) Toyota Peugeot Citroen jako další z důležitých a významných investorů v České republice, který přichází na trh v roce 2002. Společnost těchto tří výrobců automobilů podle zdroje od roku 2021 plně spadá pod Toyotu a přejmenovává se na Toyota Motor Manufacturing Czech Republic, s.r.o. Stejný zdroj uvádí, že v České republice zaměstnává 3 500 lidí a ročně vyrobí až 230 000 vozidel určených pro evropský trh. Toyota inspirovala další japonské investory k investicím v České republice.

Počet japonských firem postupně narůstal s automobilovým průmyslem a s dalšími příchozími odvětvími, např. s tiskařským průmyslem. V České republice otevírají zastoupení značek Canon, Brother, Konica Minolta, Kyocera, Ricoh apod. Seznam všech japonských firem působících v České republice je možné najít v příloze 1 této práce.

V roce 2017 byl firmou Asahi zakoupen nejznámější a nejoblíbenější český pivovar Plzeňský Prazdroj, u kterého se Japonci zavázali ponechat původní recepturu piva (RozhlasPlus, 2017).

ČTK (2021) uvádí, že současná celosvětová finanční krize zasáhla Japonsko i Českou republiku. Krizi se daří japonským investicím překonat podle zdroje neustálou snahou zefektivňování výroby, procesů i samotných produktů. Stejný zdroj uvádí, že se změnou technologií přišly i požadavky na nové obory, ve kterých je možná vzájemná spolupráce. Díky urychlení digitalizace, jak uvádí stejný zdroj, v posledních dvou letech, podpořených pandemií covid-19, se Japonsko zajímá o projekty v oblasti bezpečnosti IT, ale i oblastí energií, sklářského průmyslu a nerostných surovin, kterých má Japonsko nedostatek. V posledním roce je možné v České republice vnímat zvyšování zájmu o japonskou gastronomii.

Společností na území Japonska, jež se zabývá informacemi o japonské ekonomice, o vzájemném obchodu a s ním souvisejících vztazích, jako i efektivitou vzájemné komunikace vzhledem k rozdílnosti kultur, je Japan Business Solution. Dále bude označována pouze JBS.

V Japonsku působí podle Japan business solution (2012) 7 českých firem:

- Od roku 2004 brněnská softwarová společnost Moravia IT, která působí v oblasti softwaru podle zdroje ITBIZ (2021), jeho lokalizaci, překladu a testování celosvětově až do 300 jazyků (Japan business solution, 2012).
- Od roku 2006, jako první Hi-Tech česká společnost, Elmarco s.r.o. z Liberce, jak uvádí E15 (2012) se zaměřením na nanotechnologii, která se v roce 2012 stala světovým lídrem v této oblasti. V tom samém roce na japonský trh přichází i brněnská společnost Zoner software s.r.o., výrobce softwaru pro úpravu fotografií, jehož EBIT se podařilo za posledních 15 let 3x zvýšit podle ZONER (2020) při neustále rostoucích tržbách (Japan business solution, 2012).
- Od roku 2008 je to ostravská společnost INSTAR ITS Inc., která se zabývá inteligentním energetickým managementem, a další brněnská společnost Y Soft Japan Ltd. orientovaná na dodávky systémů zabezpečující úspory nákladů u digitálního tisku (Japan business solution, 2012). Společnost Y Soft Corporation podle ICT revue (2019) získala, ve fiskálním roce 2019, rekordní miliardu korun v objemu tržeb, který meziročně narostl o 13 %, což jim přivedlo i o 20 % víc zákazníků.
- Od roku 2016 japonský trh a gastronomii obohacuje podle stejného zdroje liberecká společnost RAVY CZ, zabývající se pečenou masovou sekanou, jejíž tradiční receptura sahá do 19. století (Japan business solution, 2012).
- V roce 2017 vstupuje na japonský trh český antivirový gigant AVAST – český výrobce antivirového programu se sídlem v Praze (Japan business solution, 2012).
- V roce 2019 vstupuje na japonský trh podle stejného zdroje brněnský výrobce mikroskopů TESCAN díky své jedinečnosti v oblasti nanotechnologií (Czechinvest, 2019).

Jak uvádí ministr průmyslu a obchodu Jiří Havlíček MPO (2017), Česká republika má zájem spolupracovat s Japonskem v oblasti energetiky, IT, leteckého průmyslu, zbrojního průmyslu a zdravotnictví.

Energetika je oblast, kterou řeší jak Evropská unie, jíž je Česká republika součástí, ale i samotné Japonsko, které má v oblasti energetiky zájem produkovat větší část výroby elektřiny z vodíku, jak uvádí ČTK (2020). Jeho cílem do roku 2030 je, aby tato technologie byla pro výrobu energie v Japonsku klíčovou.

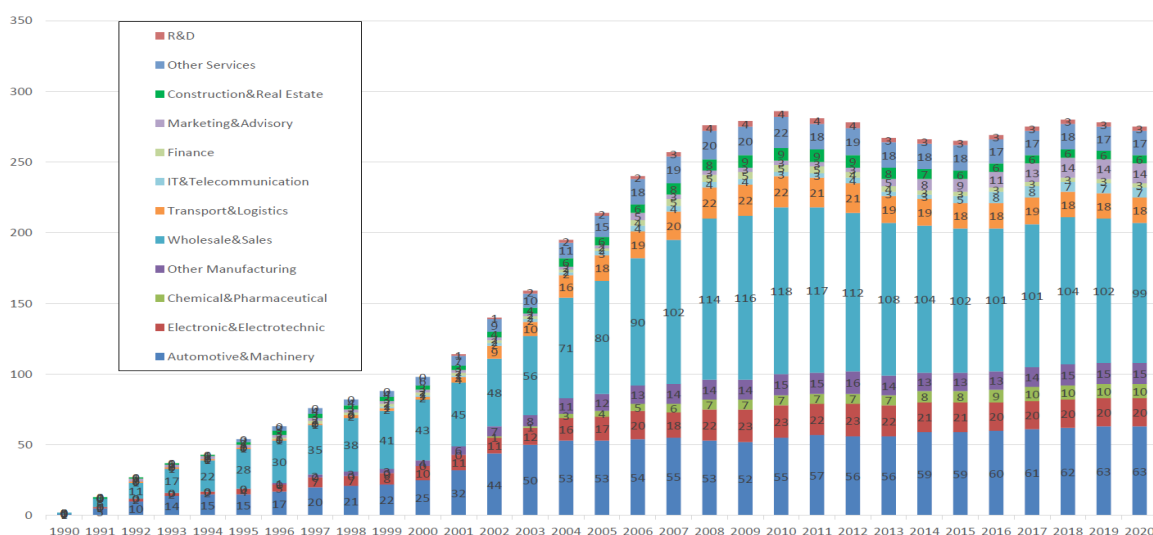
Klíčovými faktory, proč si Japonci vybírají Českou republiku jako investora, je geografická poloha České republiky uprostřed Evropy a vliv na straně nabídky – otevřený přístup

k obchodování s okolními zeměmi, obzvláště západní Evropy, kvalifikovaná pracovní síla, kvalitní infrastruktura, stabilita v oblasti právní i finanční jako komparativní výhoda a účast České republiky v Evropské unii a NATO.

V posledních letech japonské společnosti řešily obchodní inovace zlepšováním efektivity výroby zavedením robotiky a umělé inteligence. Několik společností začalo vyrábět nejprogresivnější produkty pro elektrická vozidla atd. a zřídilo funkci výzkumu a vývoje v České republice. Uprostřed dynamicky se měnící světové ekonomiky začínají japonské společnosti považovat Českou republiku za strategicky důležitou základnu nejen v rámci Evropy, ale i v rámci globálních sítí dodavatelského řetězce.

Vývoj počtu japonských firem je patrný z grafu 10. Počet japonských firem v České republice narůstal do roku 2010, kdy byl zaznamenán mírný pokles, který trval do roku 2015. Po roce 2015 je znatelné mírné zvýšení investic a v posledních dvou sledovaných letech je možné vidět mírný úbytek japonských investorů.

Graf 10 Vývoj počtu japonských společností v České republice v letech 1990–2021



Zdroj: JETRO (2020)

JETRO (2020) uvádí, že v srpnu 2020 působilo v České republice celkem 277 japonských firem, z čehož 108 je výrobních společností, 166 zabývajících se prodejem a službami a 3 firmy působící v oblasti výzkumu a vývoje. Podle stejného zdroje tyto firmy v České republice zaměstnávaly necelých 52 000 osob.

Zájem Japonska i nadále spolupracovat s Českou republikou cílí na oblast automobilového průmyslu, Hi-Tech a v oblasti energetiky, kde má Japonsko zájem podílet se na jaderných elektrárnách České republiky (iRozhlas, 2015).

2.3.1 Dohoda o hospodářské spolupráci mezi Evropskou unií a Japonskem

V roce 2013 se začalo jednat, jak uvádí The EU – Japan Economic Partnership Agreement (2018), o vzájemné dohodě o hospodářské spolupráci mezi Evropskou unií a Japonskem: Economic Partnership Agreement, dále jen EPA, byla ukončena v roce 2017 a schválena oběma stranami v roce 2018. Díky tomu, jak uvádí stejný zdroj, od 1. února 2019 EPA zabezpečila mezi Evropskou unií a Japonskem zónu volného obchodu, jež odstranila až 97 % cel. Stejný zdroj dále uvádí, že tato dohoda je důležitou částí světové ekonomiky, přičemž tvoří až třetinu

světového HDP. Umožnila jednodušší a levnější vzájemné obchodování mezi státy Evropské unie a Japonskem. Díky této zóně volného obchodu podle uvedeného zdroje se zjednodušilo obchodování i mezi Japonskem a Českou republikou, obzvláště v oblasti potravinářství, zemědělství, farmaceutickém, chemickém, sklářském průmyslu a zdravotnických zařízení, a také v oblasti služeb jako finančních elektronickém obchodu, ale i telekomunikace a doprava.

Obchodní bilance podle EU – Japan EPA (2018) mezi Evropskou unií a Japonskem je hodně vyvážená. Jak uvádí stejný zdroj, import z Japonska do EU tvořilo v roce 2016: 80 % zboží a 17,6 % služeb. Stejný zdroj uvádí, že u exportu do Japonska to bylo 65 % zboží a 35 % služeb. Z toho lze usuzovat, že Japonsko má větší zájem o služby než EU, a naopak EU má větší zájem o zboží z Japonska.

Evropská komise (2022) uvádí vyhodnocení prvního roku obchodování mezi Evropskou unií a Japonskem po podepsání a uvedení v platnost dohody o vzájemné hospodářské spolupráci mezi Evropskou unií a Japonskem k výročí podepsání smlouvy 1. 2. 2020. Zdroj uvádí, že meziročně vzrostl vývoz z Evropské unie do Japonska o 6,6 % a dovoz z Japonska do Evropské unie o 6,3 %. Dále zdroj uvádí, že největší nárůsty zaznamenal vývoz masa, mléčných výrobků, především másla, nápojů, vína, ale i čajů, elektrických strojů či koženého zboží. Stejný zdroj uvádí, že EPA zabezpečila úsporu ve výši až 1 miliardy eur, které vznikly na základě zrušení cel.

Evropská komise (2022) uvádí, že tato zóna volného obchodu očekává příspěvek do HDP Evropské unie na základě této dohody ve výši 33 miliard EUR do roku 2035 a zvýšení vývozu do Japonska o 13 miliard EUR.

Dohoda o volném obchodu mezi Evropskou unií a Japonskem podle MPO (2019) má ušetřit exportů v České republice na clech, která byla odstraněna, až 1 miliardu korun českých za rok.

Vzhledem k této dohodě o volném obchodu vznikl portál EU-Japan Centre for Industrial Cooperation v překladu Centrum Evropské unie a Japonska pro podporu průmyslové spolupráce, který informuje zájemce z EU z pohledu institucionální ekonomie o formálních i neformálních pravidlech potřebných pro vzájemnou spolupráci. Nabízí významné informace pro obchodování o investicích, inovacích, importu/exportu, dohodám o volném obchodu, informace o Japonsku a jeho prefekturách, přes možné oblasti obchodování, doplněné o informace o rozdílnosti kultur, pro získání vědomostí o tom, jak obchodovat s Japonci, dodržování japonského obchodního protokolu apod.

2.3.2 Jednoduchost / složitost obchodování s Japonskem

Studie Doing business (2020), vydávaná každoročně Světovou bankou, se zabývá předpisy z dvanácti oblastí, jakými jsou zahájení podnikání, získání elektřiny, získání úvěru, placení daní, přeshraniční obchodování, řešení insolvence, zaměstnávání pracovníků a uzavírání smluv s vládou apod., které posilují či naopak omezují obchodní činnosti. Studie uvádí, jak jednoduché či složité a náročné je časově, finančně i administrativně obchodování v jednotlivých zemích světa a poukazuje i na jednoduchost v začátcích podnikání v těchto zemích. Stejný zdroj srovnává 190 zemí světa, kde uvádí, že u zemí v první dvacítky je začátek podnikání až šestkrát rychlejší než v zemích, které se nachází v hranici spodních padesáti. Studie uvádí, že prvenstvím se pyšní Nový Zéland, za ním Singapur a Hong Kong. Japonsko se umístilo dle stejného zdroje na 29. příčce a Česká republika na místě 41. v založení obchodování v dané zemi. Dá se říci, že podle této statistiky založení obchodu v Japonsku je jednodušší než v České republice z hlediska procesu, dodržení legislativy a veškerých vládních nařízení. Při bližším zkoumání statistiky Doing business (2020) pro Japonsko je možné sledovat, která z výše uvedených oblastí je pro nové podnikatele v Japonsku nejmíň příznivá.

Studie Doing business (2020) uvádí, že náklady na rozběhnutí obchodování s jinou zemí razantně klesly od roku 2005 v procentuálním měřítku k HDP, což umožnilo zrychlit a zjednodušit mezinárodní obchod po celém světě.

DoingBusiness (2020) uvádí informace o obchodování s Japonskem. Vzhledem k importu a exportu poměruje zahraniční obchod v Tokiu ve srovnání s ostatními sledovanými ekonomikami.

Z obrázku 1 je patrné, že největším úskalím při obchodování zahraničního partnera s Japonskem je získání kreditu. Jak uvádí studie DoingBusiness (2020), tato oblast se zabývá úvěrovou politikou společností působících v Japonsku a s ní související účinnosti zákonů na základě dat z května 2019. Stejný zdroj uvádí, že tato oblast, která ze sledovaných skóre dopadla nejhůř, zkoumá právo dlužníků a věřitelů, schopnost a rozsah získávání dat o úvěrech a ochranu práv věřitelů díky zákonům o úpadku i schopnost získání informací o úvěrech.

Další zajímavostí, kterou je možné pozorovat na obrázku 1, je relativně nízké skóre u ochrany menšinových investorů. Jak uvádí studie Doing Business (2020), toto skóre vyhodnocuje schopnost ochrany menšinových akcionářů proti možnému zneužití podnikových aktiv řediteli a práv akcionářů. Tyto informace může být jedním z parametrů, který ovlivní vstup zahraničního investora na japonský trh.

Obrázek 1 Obchodování s Japonskem podle Doing business



Zdroj: Doing Business (2020)

Tato metodika však nepoukazuje na spoustu dalších faktorů, které z důvodu zjednodušení a jednotnosti statistiky nebylo možné zahrnout. Těmi jsou kulturní rozdíly, nasycenost trhu, potenciál daného oboru, ale také jak je např. v Japonsku silně konkurenční trh velice vyspělé ekonomiky, na kterém je prorazit složitější než v České republice.

2.3.3 Organizace podporující vzájemný obchod

Důležitou osobností působící v České republice, reprezentující Velvyslanectví Japonska v České republice a snažící se o propojování vzájemného obchodu, je japonský velvyslanec Suzuki Hideo. Účastní se jak obchodních, tak diplomatických i kulturních setkání v České republice, navazuje kontakty a vztahy pro budoucí spolupráci a podporuje i japanologii a japanistiku na Vysokých školách Univerzita Palackého (2021). Japonský velvyslanec vnímá nezbytnost využívání sociálních sítí, je aktivní na Twitteru a japonské velvyslanectví sdílí důležité informace i skrze sociální síť Facebook, kde informuje o všech novinkách.

Jak uvádí Velvyslanectví Japonska v České republice (2022), v letošním roce již proběhlo několikero setkání mezi velvyslancem Japonska v České republice a důležitými vládními představiteli České republiky, například:

- S náměstkem ministra zahraničních věcí Jiřím Kozákem ohledně prohlubování bilaterálních vztahů v oblasti výzkumu, bezpečnosti hospodářství, energetiky a vzájemných kontaktů (Velvyslanectví Japonska v České republice, 2022).
- S ministrem školství, mládeže a tělovýchovy Petrem Gazdíkem o možnostech prohlubování vědeckotechnické spolupráce v oblasti zelených technologií. (Velvyslanectví Japonska v České republice, 2022).
- S místopředsedou a ministrem práce a sociálních věcí Marianem Jurečkou o podpoře vzájemných ekonomických vztahů, ale i oblasti digitalizace a její strategií apod. (Velvyslanectví Japonska v České republice, 2022).
- S náměstkem ministra průmyslu a obchodu Eduardem Muřickým, ohledně možnosti transformace průmyslu a dopravy s důrazným ohledem na snižování emisí skleníkových plynů (Velvyslanectví Japonska v České republice, 2022).
- S hejtmankou Středočeského kraje Petrou Peckovou ohledně možnosti podpory japonských firem ve středočeském kraji a možnosti posilování vzájemné kulturní výměny (Velvyslanectví Japonska v České republice, 2022).
- S vedoucí úřadu vlády České republiky Janou Kotalíkovou a náměstkyní ministra pro Evropské záležitosti Jolanou Mungenovou, kde si vyměnili informace o možnosti posílení vzájemných bilaterálních vztahů, ale i na téma bezpečnosti a lidských práv (Velvyslanectví Japonska v České republice, 2022).
- S ministryní pro vědu, výzkum a inovace Helenou Langšádlovou, aby se vzájemně informovali o možnostech navázání spolupráce České republiky a Japonska v oblasti energetiky, vědy, techniky apod. (Velvyslanectví Japonska v České republice, 2022).

V České republice se propojováním obchodních vztahů mezi Českou republikou a Japonskem a propagací japonské kultury, jenž umožňuje zvýšit zájem o vzájemné propojování kultur, který přispívá i obchodním vztahům, věnuje několik společností, organizací i vládních institucí (viz část 2.3). Mezi nejdůležitější z nich rozhodně patří JETRO a CzechInvest.

JETRO

Jak uvádí JETRO (2021), Japonská vládní agentura JETRO působí v České republice a je zřízená za účelem podpory vzájemného zahraničního obchodu obou těchto zemí, vede statistiky o japonských firmách v České republice. Zdroj uvádí, že příliv počtu japonských firem do České republiky rostl až do roku 2008, po roce 2010 pak nastal mírný odliv, který se dá zdůvodnit následky Velké recese z let 2008–2009, a v roce 2015 opět dochází k oživení trhu a přílivu japonských investic. V posledních třech letech počet japonských firem v České republice spíše stagnuje. Kompletní seznam japonských firem v České republice i včetně jejich geografického umístění je obsažen v příloze 1 této práce.

JETRO (2021) uvádí, že se snaží o propojování obou kultur v zájmu navázání vzájemných obchodních vztahů v oblasti ICT a start-up, kultury a designu, potravin a služeb a také v oblasti strojírenství a technologií. Jak uvádí zdroj, napomáhá firmám z obou stran s navázáním prvních kontaktů i zpřístupněním informací potřebných pro obchodování. Společnost každoročně organizuje několik setkání, jak doplňuje stejný zdroj, většinou ve spolupráci s CzechInvest i s Velvyslanectvím Japonska v Praze a Velvyslanectvím České republiky v Tokiu, na kterých se mohou představit české firmy japonským investorům a naopak. Jedním z posledních setkání byly Česko-japonské inovační dny (MZV, 2022).

MZV (2022) uvádí, že se druhým rokem konaly Česko-japonské inovační dny a představily japonským investorům možnosti obchodování s českými společnostmi v oblasti udržitelnosti a snahy o hledání řešení na téma snížení uhlíkové stopy. Zdroj uvádí, že tam byly představeny firmy v oblasti chytrého zemědělství a měst, cirkulární ekonomiky, a v neposlední řadě z oblasti energetiky vodíkových technologií. Podle stejného zdroje se další plánované akce pro rozvoj vzájemných obchodních vztahů do konce roku 2022 budou věnovat oblasti seafood a technologiím ve strojírenství.

Od ledna 2022 provozuje společnost JETRO matchingovou platformu e-venue, jak uvádí JETRO (2022), pro navazování obchodních vztahů a facilitace mezinárodních obchodních nabídek. Jedná se o nástroj určený pro obchodníky z více než 150 zemí, kde se prostřednictvím registrace na webových stránkách mohou vyhledávat obchodní nabídky, čímž se vzájemně propojí a urychlí komunikace mezi zájemci nabízejícími zboží a obchodníky, kteří s tímto zbožím chtějí obchodovat na lokálních trzích. Zdroj uvádí, že díky lokalizaci ze strany JETRO je toto další krok, který prospívá k urychlení mezinárodního obchodu.

Jedním z faktorů, které hrají roli pro vstup nových investorů do České republiky, včetně těch japonských, je nízká nezaměstnanost, zmiňovaná v teoretické části práce. Tento faktor způsobuje nedostatek pracovních sil na straně jedné a na druhé straně zároveň zvyšuje tlak na navyšování mezd, ze kterého lze vyčíst, že průměrná mzda v roce 2021 činila podle českého statistického úřadu 37 839 Kč (ČSÚ, 2022).

Dalším z hledisek, na které se dívají investoři při vstupu na český trh, je aktuální navyšování cen energií. Všechny tyto zmíněné faktory mohou rozhodnout o tom, zda se japonský investor rozhodne v České republice investovat, či nikoliv.

CzechInvest

Czechinvest (2021) udává, že historie agentury CzechInvest začíná v 90. letech 20. století. V době pádu komunismu dále uvádí zdroj, že Česká agentura CzechInvest pomáhá s rozvojem mezinárodního obchodu v České republice. Dále zdroj uvádí, že díky CzechInvestu vstupují na český trh firmy jako Panasonic, Mitsubishi, Accenture, Foxconn, Siemens a jiné. V letech 2000 a 2001 získává podle stejného zdroje ocenění „*Nejlepší investiční agentura v Evropě*“ udělené prestižní britskou institucí Corporate Location.

CzechInvest (2021) uvádí, že v roce 2003, kdy se Česká republika stává součástí Evropské unie, se působnost agentury CzechInvest ještě více rozšiřuje za účelem možnosti podpory malých a středních podnikatelů ze strukturálních fondů EU. Rok poté zdroj uvádí, že se spojuje s Agenturou pro rozvoj a podnikání ARP a s Agenturou pro rozvoj průmyslu CzechIndustry a vystupuje pod novým názvem Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest. Její působnost, podle stejného zdroje s již tak širokým záběrem aktivit, se v roce 2015 rozšiřuje na 263 zaměstnanců a může se chlubit přílivem 1 628 úspěšných investic v hodnotě 896 miliard korun. O rok později se na základě legislativních změn znovu odděluje CzechInvest od Agentury pro podnikání a inovace (API) a společnost se navrácí ke svému původnímu účelu fungování – podpoře mezinárodního obchodu, tuzemských i zahraničních investic. CzechInvest

se věnuje technologickým misím. V případě Japonska se například jedná v roce 2017 o Robotiku a průmysl 4.0, v roce 2018 o lasery a optoelektroniku a v roce 2019 oblast vodíkových technologií.

CzechInvest (2021) uvádí, že sám nabízí podporu v oblasti nabízených služeb, a to jak pro investory, tak i pro start-upy, a věnuje se investicím do / z jednotlivých regionů České republiky. Za tímto účelem ve spolupráci se společností JETRO a EU Japan center organizoval CzechInvest v roce 2020 V4 Japan technology webinář a v letech 2021 a 2022 Česko-japonské inovační dny, na kterých byly představeny inovace v zájmových oblastech. CzechInvest informuje i o nově přichozících investorech, a to jak ze zahraničí do České republiky, tak i naopak – např. v roce 2017 informoval o příchodu nového investora, o společnosti Nippon Paint, který měl na český trh přijít v průběhu 2 let (CzechInvest, 2017).

2.4 Metodologická část práce

Práce se v teoretické části zabývá vysvětlením definic základních pojmů spojených s mezinárodním obchodem, představením směrů ekonomického myšlení v rámci mezinárodního obchodu nazývaných školami, jako jsou merkantilismus, absolutní, komparativní a konkurenční výhody, ve kterých uvádí příklady. Uvádí faktory, které ovlivňují mezinárodní obchod a představuje typy rozdílů globálního prostředí. Informace jsou čerpány ze sekundárních zdrojů formou literární rešerše z knihovny Akademie věd, která je propojena s vyhledávači www.bookport.cz či www.google scholar.com, ale i z vlastních zakoupených zdrojů.

Vzhledem k návaznosti práce a k získávání informací bylo zapotřebí mírně přizpůsobit názvy kapitol tak, aby na sebe logicky navazovaly a aby správně popisovaly jejich obsah. Do práce byl přidán další primární zdroj vypovídající o kulturních rozdílech zemí světa, který byl v průběhu práce zakoupen.

Další část práce uvádí pohled na ekonomická data České republiky i Japonska, která byla získána převážně z online zdrojů poskytovatelů statistických údajů, jako je OECD, World Economy Bank, Statista a ČSÚ. Porovnává ukazatele HDP, inflace, míry nezaměstnanosti, průměrných mezd obou zemí, věkovou strukturu obyvatelstva a také se věnuje rozboru importu a exportu obou zemí a analyzuje jejich vzájemnou obchodní bilanci z pohledu jejich vývoje za posledních 20 let.

Práce se dále věnuje mezinárodnímu obchodu mezi Českou republikou a Japonskem. Popisuje postupný příchod japonských investorů do České republiky a českých investorů do Japonska v čase na základě dostupných dat společností JETRO, ČTK a CzechInvest. Uvádí světové srovnání obou zemí v založení podniku ve druhé zemi díky primárnímu zdroji Doing business. Popisuje organizace, které napomáhají vzájemnému obchodu od aktivit ambasády a velvyslance Japonska v České republice, přes popis společností JETRO a Czech Invest. Uvádí zdroj informací, které napomáhají navázání spolupráci mezi Evropskou unií a Japonskem, tedy EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, která se věnuje sdílení informací o vzájemném obchodu mezi Evropskou unií a Japonskem. Ta dále nabízí krom obchodních informací i informace o rozdílnosti japonské kultury a obchodování s ní vůči kultuře evropských zemí, a to pro zjednodušení navázání obchodních vztahů.

Pro mezinárodní obchod je významná znalost pravidel obchodování jednotlivých zemí, tedy jakými pravidly se řídí s ohledem na regule jednotlivých institucí, jaká mají omezení a postupy. I s touto problematikou jsou ochotni pomoci společnosti JETRO a CzechInvest, které umí poradit s požadovanými náležitostmi pro obchodování v dané oblasti ve druhé zemi. Instituce

určují jistá pravidla, strukturu či omezení pro možná obchodní jednání. Každý stát má vlastní legislativu a podmínky pro obchodování v dané zemi.

„Formální pravidla mohou doplňovat a zvyšovat účinnost neformálních omezení“ z anglického originálu „*Formal rules can complement and increase the effectiveness of informal constraints*“ (North, 2003, s. 46).

Jak uvádí North (2003, s. 115), ekonomiky celého světa jsou vedeny institucionální maticí tvořenou nastavenými pravidly a omezeními jednotlivých zemí, a to jak na úrovni formálních, tak i neformálních pravidel. Omezení formálního charakteru mohou být např. zákony, pravidla, vyhlášky apod, které jsou v případě nedodržování vymahatelné soudní cestou. Na druhé straně se jedná o neformální limity jako například tradice dané kultury, zvyklosti, jisté normy chování, jejichž nedodržování nelze vymáhat úředními institucemi. Oba typy pravidel pomáhají nastavit strukturované jednání jednotlivých kultur, ekonomik či společností.

Práce se věnuje neformálním pravidlům institucionální ekonomie. Popisuje změnu způsobu komunikace a specifika kulturních odlišností české a japonské kultury podle primárního zdroje Richarda D. Lewise. Informuje, kde se seznámit s japonskou kulturou v České republice na základě online zdrojů velvyslanectví, vysokých či středních škol, které nabízí výuku japonského jazyka i kultury. Doplňuje pravidla, která je doporučeno dodržovat při jednání s Japonci, jež jsou formulována společností CzechTrade, která má v této oblasti bohaté zkušenosti.

Práce ústí do možností potenciálních vzájemných obchodních vztahů České republiky a Japonska v 21. století na základě analýzy získaných dat v předchozí části práce, což je doplněno o akční plán spolupráce mezi oběma zeměmi, který byl podepsán vládními představiteli obou zemí a který informuje o možných oblastech budoucí vzájemné spolupráce v letech 2021–2025. Doplňuje dva scénáře možnosti potenciálního obchodu – optimistický a pesimistický, a to na základě získaných dat, odhadů vycházejících z historie, ale i nově podepsaných dohod mezi oběma zeměmi.

V závěru práce jsou zmíněna rizika, která plynou ze zkoumání ekonomických a historických dat, ale také rizika, která mohou nastat při vzájemné spolupráci obou kultur. Ukončení práce shrnuje důležitá zjištění v průběhu práce a navrhuje doporučení pro vzájemnou spolupráci obou zemí jak v obchodní, tak ale i v kulturní oblasti.

3 Praktická část – kulturní specifika v praxi

Praktická část práce se zabývá neformálními aspekty institucionální ekonomie. Věnuje se způsobu komunikace a definuje specifika kulturních odlišností podle Richarda D. Lewise. Podává informace o tom, kde je možné se v České republice setkat s japonskou kulturou, uvádí důležitost vybraných kulturních rysů, které je doporučeno znát českým zájemcům pro obchodování v Japonsku, ale také sumarizuje potenciál vzájemných vztahů a doporučení pro vzájemná obchodování.

Geert Hofstede definoval kulturu jako „*kolektivní programování mysli, které odlišuje členy jedné kategorie lidí od druhé*“. Jedná se o jistý druh chování, který je typický pro danou společnost – typické znaky vystupování, jednání, dodržování jistých tradic apod. (Lewis, 2018, s. 15)

Komunikace jako základní požadavek pro fungování ve společnosti, doplněná o znalost kultury je jedním z nejdůležitějších faktorů, který je kromě rámce ekonomických, právních a obchodních povinností zapotřebí vnímat, znát a respektovat v případě zájmu o budování a udržování obchodních vztahů s firmami a s jejich zástupci z jiných zemí.

Změna způsobu komunikace od roku 2019: V době pandemie covid-19, kdy většina států světa zavedla tzv. lockdown a možnost cestovat se minimalizovala, začali být lidé nuceni využívat i jiné cesty komunikace, než byla ta tradiční – osobní, doprovázená cestováním. Obrátili se tedy na možnosti digitální komunikace jak v psané, tak ve video formě. Za poslední 2 roky podle ČSÚ (2021) se zvýšil počet telefonátů prostřednictvím internetu o 12 % procent, přičemž nejvíce on-line komunikaci využívají mladí lidé ve věku 16–34 let, nejméně pak starší generace ve věku 55+. Změna komunikace se projevila i v obchodním styku, kde se většina obchodování přesunula do on-line prostředí, jak již bylo míněno v teoretické části této práce. Kdo měl z hlediska obchodu zájem přežít, byl nucen se této změně přizpůsobit a zdigitalizovat si nejen komunikaci, ale také vytvořit on-line obchody, bez kterých by bylo velice obtížné v období pandemie a lockdownu zabezpečovat prodej.

V dnešním moderním digitálním světě se můžeme propojit téměř odkudkoliv a téměř s kýmkoliv, přičemž pandemie covid-19 tento proces vzájemného on-line propojování světa ještě urychlila. Důležitost komunikace a sdílení informací nabývá čím dál více na významu.

Globalizace a internet propojují celý svět, ale kultury, jejich zvyky a tradice zůstávají stále specifickou odlišností. I z toho důvodu je doporučeno dříve, než se jakýkoliv investor či podnikatel rozhodne investovat do jiné země, mít znalost společného jazyka a nahlédnout do kultury, se kterou chce spolupracovat, aby se minimalizovalo riziko nedorozumění. Pro každou kulturu je specifický jejich jazyk, písmo, vyjadřování se, ale i zvyky a tradice, které je možné vnímat v konverzaci, jež je požadovaným prostředkem dorozumívání se, a tedy i důležitou součástí obchodování.

Pro navázání obchodních vztahů a začátek obchodního jednání s japonskou kulturou je vzhledem k rozdílnosti kultur, ekonomik, ale i znalosti tržního prostředí, doporučeno oslovit společnosti, které se touto tematikou zabývají a ideálně mají i kontakty v Japonsku, což je pro Japonce velice důležité. Těmito jsou dříve zmíněné společnosti JETRO, CzechInvest, JBS apod. V případě, že český zájemce o obchodování v Japonsku nedisponuje jazykovým vybavením jejich kultury, se doporučuje disponovat znalostmi anglického jazyka a přizvat na jednání překladatele, nebo ideálně konzultanta se znalostí japonské kultury, jež v rámci jednání pomůže se vzájemným porozuměním i s případnými kulturními specifiky. V případě japonských zájemců o spolupráci se pro společnou komunikaci doporučuje alespoň znalost anglického jazyka. I v tomto případě je nápomocná společnost JETRO působící v Japonsku i v České republice.

V čem se liší česká kultura od japonské, je možné zkoumat na základě třídění kultur podle anglického lingvisty Richarda D. Lewise, který sestavil tři klíčové kategorie kultur a uvádí jejich specifika, podobnosti a rozdílnosti.

3.1 Specifika kulturních odlišností

V globalizaci dnešního světa je snaha o sjednocování. Stírají se rozdíly mezi jednotlivými kulturami, ale pro oblast obchodu je důležitá komunikace a znalost typických znaků pro dané kultury. To umožňuje minimalizovat riziko nedorozumění v případě snahy o navázání a budování obchodních vztahů.

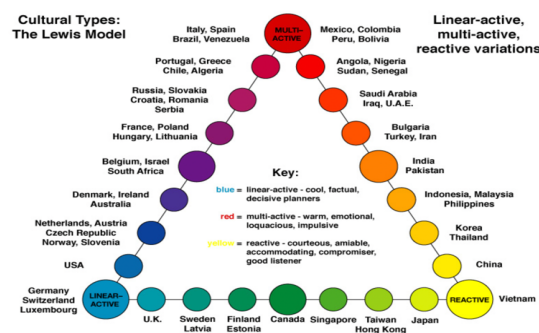
Vzhledem k odlišnostem jednotlivých kultur, které pramení z historie daných zemí, jejich ekonomické situace i geografické polohy, je možné vnímat rozdíly kultur České republiky a Japonska. Kulturními rozdíly většiny států po světě se v Evropě zabývá Richard D. Lewis, který cestoval po světě, aby mohl zanalyzovat jednotlivé kultury, jejich vnímání mluveného slova v pracovním prostředí, jejich naslouchání versus komunikaci, jejich způsoby vedení, ale i způsoby jakými jednotlivé kultury rozhodují v rámci managementu. Tento přední britský lingvista, Richard D. Lewis, je autorem mnoha publikací. Jak uvádí Crossculture (2022), Richard D. Lewis šíří výuku cizích jazyků do východní Asie, Finska a Portugalska, také několik let strávil v Japonsku, kde osobně vyučoval císařovnu Michiko a další členy japonské císařské rodiny. Dlouhodobě se věnuje tématu mezikulturních vztahů.

Model Richarda D. Lewise vznikl na základě údajů získaných od 50 000 pracovníků na vedoucích pozicích, kteří absolvovali pobytové jazykové kurzy v kombinaci s dalšími 150 000 on-line dotazníky vytvořenými pro 68 typů národností (Crossculture, 2015).

Jedním z nejdůležitějších znaků kultury je jazyk a komunikace. Pokud komunikace nefunguje, a to jak v osobních, tak i obchodních vztazích, narušuje to i důvěru, která je základním kamenem mezilidských i obchodních vztahů. Richard D. Lewis ve svých publikacích pomáhá pochopením druhých kultur si vzájemně lépe porozumět a tím i vytvářet lepší mezilidské a obchodní vztahy založené na důvěře.

V mezinárodních jednáních podle Lewise (2018, s. 12) dochází častokrát k velkým nedorozuměním právě z důvodu rozdílnosti kultur. Rozdílnost nastává i v oblasti samotných firemních kultur, jak uvádí zdroj, kde je například pro Japonce důležitý podíl na trhu, kdežto například v americké kultuře je důležitý zisk. Lewis (2018, s. 27) rozděluje svět kultury na linear-active, multi-active a reactive, což lze do češtiny volně přeložit jako přímočaré, multiaktivní a naslouchací. Tyto typologie jsou zobrazeny na obrázku 2, kde je možné vyčíst i postavení jednotlivých národností, přičemž Češi mají podle autora nejbliže ke kultuře linear-active a Japonci ke kultuře reactive.

Obrázek 2 Rozdělení typologie kultur podle Richarda D. Lewise



Zdroj: CROSSCULTURE (2022)

Crossculture (2015) uvádí, že každá barva v trojúhelníku zobrazujícím typologii kultur je vybrána z konkrétních důvodů. Jak uvádí zdroj, pro takzvané přímočaré lidi (linear-active) je vybrána barva modrá. Jedná se o barvu studenou, reprezentující klidné, diskrétní lidi, kteří rádi plánují a mají rádi věci pod kontrolou.

Červená barva pro multiaktivní kultury vypovídá o kultuře plné emocí, vřelosti, srdečnosti, intenzivní komunikace až upovídání a impulzivnosti, neustálé zvědavosti a aktivitě (Crossculture, 2015).

Žlutá kategorie pro naslouchací kultury vyjadřuje harmonii, úctu, zdvořilost a aktivní posluchače, kteří neradi skáčou druhým do řeči a plně se věnují řečníkovi (Crossculture, 2015).

3.1.1 Kulturní klasifikace „*Linear active*“ – přímočarý

Kulturní klasifikace: Linear active můžeme volně přeložit. Proto budeme dále používat pouze tento přeložený výraz, tedy přímočaří lidé. Lewis (2018, s. 24) uvádí, že v této kategorii kultury jsou lidé orientovaní na úkoly a výsledky. Rádi postupují rychle vpřed. Podle autora jsou v případě potřeby ochotní přistoupit ke kompromisu. Autor dále uvádí, že jsou to organizovaní plánovači, kteří dělají věci postupně a chronologicky jednu za druhou tak, jak mají na sebe navazovat postupně s cílem dosažení stanoveného úkolu. Například v případě obchodování v jiné zemi si nejprve zanalyzují daný trh v oblasti, ve které mají zájem podnikat, zjistí, jaké jsou možnosti, ale i povinnosti a regule daného regionu či státu, právní, obchodní, ale i administrativní náležitosti pro možnost podnikání na daném trhu. Připraví si podnikatelský záměr, na základě kterého zhodnotí, jestli pro ně má smysl podnikat v daném oboru, na daném trhu v daných podmínkách s možnostmi, které má daný podnikatel k dispozici. Také si nastudují základní kulturní odlišnosti při vzájemném obchodním jednání, aby byli připraveni a minimalizovali riziko neúspěchu, ať již při obchodním jednání, nebo při samotném podnikání. Dále autor uvádí, že tento typ lidí upřednostňuje přímou diskuzi, respektuje a drží se faktů a čísel ze spolehlivých zdrojů. Podle autora pro ně komunikace slouží k výměně informací, mluví a naslouchají zhruba ve stejném poměru. Dále autor uvádí, že tím, jak jsou přímí, jsou spíše pravdomluvní než diplomatičtí, drží se více logiky než emocí, nebojí se konfrontace a své pocity nedávají úplně najevo a oceňují jistou míru soukromí. Podle autora tento typ lidí věří, že dobré služby a produkty na trhu si vytváří vlastní cestu. Občas si neuvědomují, že v jiných kulturách jsou prodeje založené na vztazích. Přímočaří lidé podle autora využívají oficiální komunikační kanály pro dosažení svých cílů a nemají potřebu používat různé zkratky v komunikaci skrze ovlivňování lidí dary a pohostinností. Podle autora mají tendenci dodržovat zákony a důvěřují pravidlům a nařízením, podle kterých se řídí. Autor doplňuje, že tento typ kultury obvykle dodržuje domluvené smlouvy a nemá tendenci nepřiměřeně zdržovat platby za přijaté zboží či služby.

Lewis (2018, s. 27) udává, že v případě obchodování je pro ně důležitá přesnost, kvalita a spolehlivost např. i v oblasti dodacích lhůt. Rovněž jsou orientovaní na procesy. V telefonické komunikaci jsou podle autora struční a na písemnou komunikaci reagují rychle. Svůj status získávají úspěchem. Podle autora jsou pro ně důležité peníze a v jejich myšlení převládá více věda než náboženství či víra. Autor dále uvádí, že nemají rádi lehkovážný a nezodpovědný přístup, ani přílišnou výstřednost. U přímočarých lidí je podle autora dobré to, že u nich ostatní lidé ví, na čem jsou, jelikož si neberou takzvané servítky. Do této kategorie patří podle autora kultury Německa, Švýcarska, Lucemburska, ale i USA a UK. Česká kultura má nejbliž k přímočarým kulturám.

3.1.2 Kulturní klasifikace – „*Multiactive*“ – Multikomunikativní

Jak uvádí Lewis (2018, s. 25), jedná se o lidi impulzivní, aktivní, upovídané kultury, která klade velký důraz na city, vztahy a orientují se více na lidi. Jejich oblibou je podle autora dělat několikero věcí najednou a mají tendenci cítit se omezeni počtem činností, které vykonávají. Dále autor uvádí, že jejich komunikace je aktivní, živá. Autor uvádí, že se snaží najednou mluvit i poslouchat, co je celkem náročné. Tento typ kultury se necítí příjemně, když je ticho. Jak dále autor uvádí, v konverzaci dělají častá přerušení, ale pauz v konverzaci se nachází málo. Pro tento typ kultury autor udává, jsou vztahy na prvním místě, dokonce i v oblasti podnikání pro ně mají vyšší váhu než produkty. Autor uvádí, že skrze tyto vztahy si následně zabezpečují cestu k těm druhým. Také upřednostňují v obchodním jednání a komunikaci osobní přístup tváří v tvář a nevyhovuje jim komunikace pouze korespondenční či telefonická. Písemná komunikace pro ně podle autora má nižší váhu než osobní. Autor dále uvádí, že se snaží získat informace přímo od lidí a jsou orientovaní na komunikaci – dialog. Tato typologie ráda obchoduje s fámami a svým protějškům projevuje menší respekt k oficiálním pravidlům, nařízením, než to mají přímočaří lidé. Autor uvádí, že mají limitovaný respekt také k autoritám. Rovněž akceptují své místo ve vlastní společenské či firemní hierarchii a mají rádi silné šéfy, od kterých očekávají i podporu a ochranu.

Lewis (2018, s. 25) uvádí, že multiaktivní kultury to mají více benevolentní s přesností. Často krát se podle autora stává, že se opoždují s platbami za produkty či služby, nebo nedodržují termíny dodání. Jejich orientace není tak upřena na termíny, jak je tomu u přímočarých lidí. Autor dále uvádí, že častokrát se pustí do samotné akce, až když vnímají, že jsou na to připraveni. Typickým znakem těchto kultur je podle autora prokrastinace a lze se u nich setkat i s nedochvilností. Jejich pojetí času podle autora neladí s pojetím času lineárních kultur. Jsou flexibilní, často a rádi mění své plány a jsou schopni se rychle přizpůsobit změnám. Autor uvádí, že neradi plánují tak detailně, jak tomu je u přímočarých kultur, na druhou stranu jsou výborní v improvizaci a lépe zvládají chaos než ti přímočaří. Dále autor doplňuje, že soukromí si cení míň než společnost. Podle autora se jedná o společenské a zvědavé kultury, které jsou obvykle emocionální a rodinní.

Podle Lewise (2018, s. 27) využívá tato kulturní klasifikace v obchodních vztazích své charisma a rétoriku. Jsou taktní a diplomatictí a stává se, že obcházejí zákony a oficiální či úřední postupy, také se rádi se baví. Autor dále uvádí, že v obchodních vztazích rádi dávají dárky, aby si zabezpečili rychlejší a příjemnější cestu k obchodování. Velký důraz podle autora kladou na soucit a lidské teplo. Podle autora jsou typickými představiteli multikomunikativních kultur Mexiko, Kolumbie, Španělsko, Itálie, Brazílie, Bolívie apod. Podle autora se jedná o kultury jižní Evropy, jižní Ameriky, středomořských zemí, ale i subsaharské Afriky, kultury na Středním východě, Indie, Pákistán, ale i slovanské národy. Autor uvádí, že i když jsou tyto národy velice rozmanité, a to jak ve svých náboženstvích, tak i geograficky, důležitým prvkem, který je vzájemně propojuje, jsou společné rysy: emoce komunikativnost, přesvědčivost, nestálost, kolektivismus, družnost, ale i orientace na lidi a vztahy. Z nejbližších zemí České republiky mají této kulturní specifikaci nejbliž Slováci.

3.1.3 Kulturní klasifikace – „*Reactive*“ – naslouchající

Poslední kategorií je podle Lewise (2018, s. 26) klasifikace takzvaných naslouchajících kultur. Tyto kultury podle autora jen málokdy iniciují akci nebo diskusi. Většinou nejdříve poslouchají a tím se plně soustředí na komunikátora a snaží se pochopit jeho názory a postoje, až poté na ně reagují a formulují vlastní názory, jak udává autor. Nedovolí vlastní mysli bloudit jiným směrem. Zřídka přerušují řečníka v jeho projevu, jestli vůbec. Autor dále uvádí, že když řečník domluví, nastává chvíle ticha pro naznačení respektu k mluvenému slovu a k řečníkovi.

Neodpovídají hned. Podle autora získané informace zpracovávají a zvažují s patřičnou úctou, než se k přednesu vyjádří. V případě reakce na projev, jak uvádí autor, tyto kultury odpovídají, ale obvykle nevyjadřují hned jakýkoliv svůj názor. Podle autora se jedná o velice přemýšlivé kultury. Jednou z taktik, které využívají, je kladení dalších otázek na to, co bylo řečeno, pro lepší pochopení a objasnění aspirace řečníka. Obzvláště Japonci rozebírají každý bod podrobně tak, aby zamezili jakémukoliv nedorozumění. Číňané si také po přijímání informací berou čas pro nastavení strategií tak, aby se vyhnuli neshodám.

Základním prvkem kultury je jazyk. Je to nástroj komunikace. Již jen při pohledu na český a japonský jazyk je možné vidět obrovský rozdíl v psaném jazyce, počtu znaků, rozdílnosti směru čtení. Richard D. Lewis se ve svých knihách zabývá i dalšími oblastmi.

Za hodnoty české kultury podle Lewise (2018, s.253) jsou uváděny individualismus, kreativita, smysl pro humor, loajalita, tolerance, pořádek, šetrnost, láska k učení, hudbě a divadlu a jiné. Češi jsou podle autora svědomití posluchači, vždy zdvořilí. Málokdy vyrušují. Jejich jednání jsou praktická a racionální. Uvažují více lineárním způsobem, je jim nepříjemná rozvětvená diskuse, která je obvyklá u jižanských států. Tuto vlastnost mají společnou s Japonci. Mají nízkou toleranci k nejednoznačnosti. Nemají rádi hlasitost.

Japonská kultura podle Lewise (2018, s. 475–476) je velice unikátní od všech ostatních kultur. Tuto rozdílnost připisuje autor třem aspektům: jejich jazyk, izolovanost Japonska z pohledu historie a geografické podmínky a s nimi spojená přelidněnost velkých měst. Mezi japonskými hodnotami uvádí autor ultraupřímnost, skromnost, plachost, pohostinství, snahu neztratit tvář, čestnost i dochvilnost. Japonský jazyk je velice specifický a tomu je přizpůsobena i jejich komunikace. Autor uvádí, že jejich jazyk je velice neosobní a tuto vágnost používají Japonci za účelem prokázání zdvořilosti a možnosti zproštění jakékoliv viny. V rámci komunikace podle autora pečlivě poslouchají, co se říká. Není pro ně obvyklé přerušovat prezentujícího. Mlčení u Japonců podle autora znamená, že osoba se soustředí na to, co říká. Pokud má daná osoba zavřené oči, podle autora se bere to za to, že daná osoba poslouchá intenzivně. Japonci ve společnosti podle autora nechtějí vyčnívat a nezpochybňují autority, vzhledem k hierarchickému systému, ve kterém fungují.

Lidé mohou být odlišní jeden od druhého a všechny lidi formuje jak kultura, ve které vyrůstají, tak i rodina a okolí. Nejde tedy tuto metodologii úplně zobecňovat. Vzájemné propojování kultur napomáhá v osobních, ale i v obchodních jednáních k diverzitě a k vnímání společných problémů z různých úhlů pohledu.

Oba národy mají společné: zdvořilost, naslouchání, nepřerušování přednášejícího, jemnější až minimální míru vyjadřování se neverbální komunikací, která je více jednoznačná u multikomunikativních kultur. Obě kultury, jak česká, tak japonská, nerady ztrácí tvář při komunikaci, působí spíše introvertně a konzervativně.

Na druhou stranu je odděluje: naslouchací kultury mají tendenci v komunikaci číst mezi řádky a vyjadřovat se symboly a obrázky, zatímco přímočaré kultury jednájí přímo bez náznaků vnímání podtextu či domýšlení si. U přímočarých kultur je větší orientace na práci, zatímco u naslouchajících je větší orientace na lidi. V přímočarých kulturách se mnohem častěji odděluje pracovní a soukromý život, jak je možné vidět v běžné české společnosti, zatímco v naslouchajících kulturách se propojuje sociální a profesní život.

I z působení japonských firem v České republice jsou patrné kulturní rozdíly (IDNES, 2017), které upozorňují na japonskou disciplínu, dochvilnost, smysl pro kolektivní zodpovědnost, ale i na smysl pro pravidla a jejich dodržování. Na druhou stranu Japonci oceňují na české kultuře kreativitu, flexibilitu a schopnost improvizace.

Rozdílnost kultur je dobré znát pro možnost budoucí spolupráce a je třeba ji respektovat. Na druhou stranu tyto rozdíly je skvělé využít pro doplňování kultur vzájemně.

Japonská kultura je dlouhodobě známá tím, že zaměstnanci v japonských firmách pracují celý život. Tento druh loajality jim dává stabilitu na trhu práce a zabezpečení rodiny, vzhledem k tomu, že dlouhá léta byla japonská společnost rozdělena tak, že pracovali převážně muži a ženy zůstávaly doma a staraly se o rodinu a děti. Pro jejich kulturu to představuje jistý druh jistoty. V posledních letech se tyto trendy postupně mění. Vzhledem ke konzervativnosti japonské kultury (Hošov, 2020) je možné očekávat, že tyto trendy potrvají delší dobu, než se stanou novými standardy. Situace s japonskou nezaměstnaností začínají měnit pravidla. Vzhledem ke stárnoucí populaci se japonská vláda snaží čím dál více zapojovat do pracovního procesu nejen starší generaci, ale i ženy.

Další z důležitých informací z oblasti kultury pro investory do Japonska je respekt vůči výše postavenému ve společnosti. Japonci nezpochybňují rozhodnutí hierarchicky výše postavených. Co ale není úplně zvykem v japonských společnostech, jsou ženy ve vedení společností. Tyto trendy se postupně mění vzhledem k tlaku na diverzitu ve světových korporacích. Každopádně při obchodování s japonskou kulturou v oblasti malých a středních podniků je dobré mít toto na mysli v případě, že chtějí s Japonskem obchodovat ženy z České republiky.

3.1.4 Kde se seznámit s japonskou kulturou v České republice

Pro seznámení se s japonskou kulturou v České republice je možné navštívit některé z akcí pořádané Česko-japonskou společností, která má za cíl s podporou Japonského informačního a kulturního centra, dále jen J.I.C.C. (Velvyslanectví Japonska, 2021), propojovat tyto dvě kultury a přispívat ke zlepšení vzájemných vztahů mezi Čechy a Japonci. Z širokého okruhu aktivit je možné si vybrat od studia japonského jazyka, přes přednášky o japonských mečích, japonské filmy, které se každoročně představují na japonském filmovém festivalu Eigasai, případně využít svátky jara: tzv. hanami, a svátky podzimu. tzv. akimatsuri, kde zájemci o tuto kulturu mají možnost vidět japonskou kulturu z širší perspektivy formou gastronomie, divadla, hudby, tance, ale i společenských her či výuky kaligrafie.

V České republice se oblibě japonské pop kultury těší čím dál tím víc lidí. Rostoucí popularitu anime je možné pozorovat i na počtech návštěvníků anime festu. V roce 2010 tento festival navštívilo 1300 fanoušků anime, o 9 let později to bylo již 5x víc, celkem 7200 návštěvníků (animefest, 2019).

Ze statistik, které prováděla Nikola Pokorná, studentka magisterského studia v roce 2017 na vzorku 381 lidí (Vyplnto, 2017), je v České republice možné pozorovat, že již před 5 lety anime a manga přitahovaly zpravidla mladší lidi. Dotazník vyplňovali lidé ve věku 19 let, kde největší podíl dotazovaných (39 %) tvořili lidé ve věku 19–25 let. Z dotazníkového šetření je možné vidět, že se zájmem o anime a mangu se až 50 % dotázaných propojuje i se zájmem o japonskou kulturu. Dalších 36 % se částečně o japonskou kulturu zajímá.

S rostoucí popularitou anime souvisí i rostoucí zájem o asijské kultury a o jejich studium. Pro zájemce v České republice je možné studovat japonská studia: Na Filozofické fakultě University Palackého v Olomouci, na Filozofické fakultě University Karlovy v Praze (15–20 studentů ročně při zájmu 5–10x větším), na Filozofické fakultě Masarykovy university v Brně. Se studiem japonských studií je možné se potkat i na Fakultě materiálůvě-technické a na Fakultě bezpečnostního inženýrství Vysoké školy báňské i na Technické universitě v Ostravě.

V Praze na Filozofické fakultě University Karlovy přijímají pouze 16–20 studentů ročně, při zájmu někdy až několikanásobně větším. V roce 2021 škola předpokládala počet

přijímaných studentů oboru Japanologie 20 z přihlášených 179. Nakonec bylo přijato 24 studentů, ze kterých se do studia zapsalo 21. Vzhledem ke zvyšování zájmu o japanologii, v zájmu zlepšování obchodní spolupráce mezi Japonskem a Českou republikou, je možné doporučit Filozofické fakultě University Karlovy umožnit většímu počtu studentů japanologii studovat (Filozofická fakulta Univerzita Karlova, 2022).

Vysoké školy v Olomouci, Brně a Ostravě nabízejí větší kapacity pro studium japanologie, než jak je tomu na Univerzitě Karlovy v Praze. Motivaci studovat japonštinu správně předkládají potenciálním studentům pro možnost rozšíření svého uplatnění kdekoli v Evropské unii, jelikož Japonsko je významným partnerem celé Evropské unie.

Pro zájemce o studium japonštiny na střední škole je možné uvést například neziskovou organizaci Camp center international (2022), která nabízí možnosti studia po celém světě. Jednou z možností, kterým se věnují, je i možnost studia střední školy v Japonsku pro děti ve věku 14–18 let.

Šíření informací o japonské kultuře v České republice prospívá obecnému povědomí české kultury o té japonské.

Česká republika je pro Japonce známá dle Magazínu Weilovka (2020) díky české klasické hudbě, která se v Japonsku těší velké oblibě. Dvořák, Janáček či Bedřich Smetana jsou světoznámí skladatelé a častokrát hraní díky japonským umělcům. „*Smetana byl dokonce zařazen do osnov hudební výchovy na japonských školách.*“ Architektura je další stránka, o kterou se Japonci při svých cestách do Čech zajímají. Nejnavštěvovanějšími místy jsou Český Krumlov a Praha. Z hlediska sportu je Česká republika známá v Japonsku díky Věře Čáslavské a jejímu výkonu na olympijských hrách, ale také mají povědomí o výhře českého hokejového týmu na olympiádě v roce 1998.

3.1.5 Jak na jednání s Japonci

Každá kultura má svá specifika, jak bylo zmíněno výše. Česká kultura je tolerantní a flexibilní i vůči japonským investorům. Japonská kultura má mnohem víc neformálních pravidel.

Podle agentury Czech Trade, která pomáhá navazovat obchodní vztahy obou zemí, je doporučeno 10 kroků, tzv. Desatero pro obchodování s Japonskem (CzechTrade, 2016)

1. **Trpělivost:** Vzhledem ke kulturním odlišnostem a tradicím v Japonsku je důležité počítat s tím, že navázání obchodních kontaktů bude trvat delší dobu, ale na druhou stranu je možné očekávat dlouhodobou spolupráci s Japonci jako se spolehlivými obchodními partnery (CzechTrade, 2016).

2. **Jazyková vybavenost:** Znalost japonštiny je nespornou výhodou. Japonci se čím dál tím více vzdělávají v cizích jazycích, ale pořád spousta z nich mluví málo anglicky. Případně proto, že jazyk moc dobře neumí, v něm raději nekomunikují. Z tohoto důvodu je doporučeno v případě, že zájemce o obchodování s Japonci nedisponuje jazykovými dovednostmi této země, využít služeb tlumočnicka. Tak jako ve spoustě jiných zemí znalost základních slov a frází pomáhá při prvních kontaktech s jinou kulturou (CzechTrade, 2016).

3. **Neformální osobní setkání:** Japonsko jako země s velkými tradicemi preferuje osobní setkání vůči e-mailu, telefonu či faxu. Pro účely prohlubování obchodních vztahů jsou doporučeny i neformální setkání, obědy, večeře, karaoke apod., které mají v Japonsku dlouhou tradici (CzechTrade, 2016).

4. **Dochvilnost:** Ta je dalším faktorem, který je u japonské kultury specifický. Je zapotřebí počítat s tím, že japonská kultura klade důraz na dochvilnost a raději přichází na schůzku dříve

než později. V případě, že není možné na schůzku dorazit včas, je doporučeno se omluvit, což je i základní etiketou v České republice (CzechTrade, 2016).

5. Podklady pro jednání vytisknout v japonštině: V případě osobního jednání je doporučeno mít materiály k dané schůzce vytištěné v rodném jazyce pro každého účastníka, ať se jedná o prezentaci, brožury či jiné materiály (CzechTrade, 2016).

6. Dodržování etikety: Před obchodním jednáním s Japonci je doporučeno si nastudovat základní pravidla etikety, která jsou japonskou kulturou striktně dodržována, např. výměna vizitek, zasedací pořádek při jednání, diskuse a dotazování, dělání si písemných poznámek, až po vyprovázení hostů. Tato základní pravidla mají zjednodušit samotné jednání (CzechTrade, 2016).

7. Zdvořilost: Japonská kultura je známá svou slušností, zdvořilostí, a tomu je doporučeno přizpůsobit i obchodní jednání (CzechTrade, 2016).

8. Dodržování dohod a slibů: Je více než doporučeno klást důraz na poctivé jednání a respektování slibů, které se obchodním partnerům dávají. Při jejich nedodržování hrozí riziko ztráty důvěry a narušení obchodních vztahů, což může vyústit až k ukončení spolupráce, i když to na Japoncích není poznat (CzechTrade, 2016).

9. Péče o klienta: Japonci očekávají rychlost, přesnost a pravdivost poskytovaných informací, stejně tak jako důvěru a péči o klienta (CzechTrade, 2016).

10. Sumarizace jednání: Po ukončení jednání je doporučeno shrnout vše, co bylo na jednání domluveno, a dodat slíbené informace, případně navrhnout další postupy řešení (CzechTrade, 2016).

Těchto 10 kroků reflektuje kulturní rozdíly a zjednodušuje vzájemnou spolupráci, pomáhá udržovat dobré obchodní vztahy a vytvářet důvěru z pohledu českého zájemce o obchodování s japonskou protistranou.

Jak bylo zmíněno dříve v práci v kapitole 2.3.1, v jednání s Japonci napomáhá i webový portál Centra Evropské unie a Japonska pro podporu průmyslové spolupráce, kde informují o kulturních rozdílech, pořádají školení o obchodní komunikaci s Japonci a tradicích, které jsou očekávány ze strany Japonců při obchodních jednáních (EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, 2022).

3.2 Potenciál vzájemných obchodních vztahů České republiky a Japonska v 21. století

Obchodní vztahy obou zemí jsou založeny na důvěře a kvalitní spolupráci po dobu delší než 100 let. Toto období založilo pevné základy pro možnosti budoucí spolupráce a jejich další vývoj. Obě země mají zájem i nadále spolu podporovat obchodní spolupráci. Díky podepsané dohodě o volném obchodu 1. 2. 2019 mezi Evropskou unií a Japonskem se možnosti obchodování České republiky a Japonska ještě víc zjednodušily a otevřely prostor další spolupráci. Potenciál obchodních vztahů těchto dvou zemí je možný v několikero oblastech, a to jak obchodních, tak i kulturních. Jedním z dokumentů potvrzující oblasti vzájemného obchodování je tzv. Akční plán pro obě země podepsán ministry zahraničních věcí obou zemí. Dalšími možnostmi je zabezpečování kulturní výměny a vzájemné propagace kultur v druhé zemi.

Akční plán pro Českou republiku a Japonsko 2021–2025

Na zasedání zemí České republiky, Maďarska, Polska a Slovenska, takzvané Visegrádské čtyřky, s japonským ministrem zahraničních věcí v květnu 2021 ve Varšavě se český a japonský

ministr zahraničních věcí dohodli na akčním plánu pro období let 2021 až 2025, jak je patrné z přílohy 2. Tento dokument potvrzuje důležitost strategického partnerství mezi Japonskem a Českou republikou jako členem Evropské unie a možnosti další spolupráce. Akční plán upozorňuje na blížící se EXPO v roce 2025, které bude v japonské Osace a může napomoci k většímu prohloubení vzájemných vztahů a porozumění. Obě strany se dohodly na spolupráci v oblastech podpory kulturní a mezilidské výměny, podpory v oblasti bezpečnosti, včetně kybernetické bezpečnosti, ekonomické, průmyslové a vědecko-technické spolupráce, pokračující podpoře vzájemného mezinárodního obchodu, biomedicíny, ICT, nanotechnologií a umělé inteligence, v oblasti kultury a cestovního ruchu, včetně výstavy EXPO 2025.

Japonsko je pro Českou republiku významnějším partnerem než Česká republika pro Japonsko. Obě země si však mají navzájem co nabídnout, a to jak z hlediska kulturního obohacení, tak obchodního aspektu. Obě země se potýkají s podobnými potížemi, kterými je stárnoucí populace. Z tohoto pohledu je možné očekávat další spolupráci v oblasti zdravotní péče / high-tech, biotechnologie a robotiky.

Ze sledovaných makroekonomických dat a ostatních veličin v předchozích kapitolách je možné usuzovat, že HDP na obyvatele u České republiky rostlo v posledních letech výrazně rychleji než v Japonsku. Z vývoje HDP obou zemí a následného sledování počtu japonských firem ve stejném období je možné usuzovat, že po ekonomické krizi v roce 2009 do roku 2015 nastal mírný odliv počtu japonských investorů, jejichž počet začal znovu mírně růst po roce 2015. Vzhledem k této skutečnosti je v současnosti možné předpokládat obdobnou variantu vývoje vzájemného obchodu vzhledem k poklesu HDP v roce 2020 a tedy, že se trendy z roku 2010 a následujících zopakují, a v následujících letech by mohl nastat mírný odliv počtu japonských firem z České republiky. Tento trend je možné předpokládat i vzhledem k aktuální situaci s válkou Ukrajiny a Ruska. Dalšími z parametrů, které nepřispívají k potenciálu obchodu mezi oběma zeměmi, je zvyšování cen energií znamenající vyšší náklady potenciálního investora do České republiky a nízká nezaměstnanost znamenající jistou míru rizika nedostatečného množství kvalifikované pracovní síly v případě zájmu o většího investora na založení výrobního podniku. V neposlední řadě je to těžší možnost získání úvěru pro českého investora v Japonsku.

Naopak na druhé straně jsou zde faktory, které naznačují pozitivní vývoj vzájemného obchodu. Těmi je EPA – dohoda o volném obchodu, která odstranila většinu cel a umožňuje tak oběma stranám jednodušeji a levněji obchodovat. To přináší České republice možnosti vývozu i dovozu do / z Japonska, na kterém je Česká republika závislá ve velké míře (až 80 %). Česká republika může nabídnout Japonsku na vývoz zboží, které Japonce zajímá, například vyhlášené české pivo či žatecký chmel, ale i mléčné produkty. Česká republika je dlouhodobě známá výrobou skla a bižuterie, o kterou japonská společnost jeví zájem. Další z oblastí možné spolupráce je vzájemný automobilový průmysl, který je důležitým pro obě země, letecký či zbrojní průmysl, ale i zdravotnická technika. Japonsko má zájem spolupracovat s Českou republikou v oblasti energetiky. Nabízí spolupráci v oblasti energie z vodíku, a naopak poptává vodní elektrárny, či má zájem se podílet na dostavbě jaderné elektrárny Temelín. Z oblasti služeb je zájem o bezpečnost a služby v IT oboru, kde Česká republika disponuje množstvím odborníků. Japonsko je napřed v oblasti výzkumu a vývoje i v oblasti digitalizace a robotizace, kterou má Česká republika zájem rozvinout, a je zde tedy potenciál pro vzájemnou spolupráci.

Rozvinutí obchodního potenciálů přináší i kulturní výměna. Česká republika je v Japonsku známá i díky slavným osobnostem, jakými jsou gymnastka a olympijská vítězka Věra Čáslavská, hokejista, který s českou reprezentací vyhrál mistrovství světa v Naganu, Jaromír Jágr, či český architekt Jan Letzel, který postavil v Hirošimě budovu, kdy zde monument zůstává zachovaný dodnes známý jako atomový dům. Rovněž v oblasti hudby jsou Japoncům známá jména jako Bedřich Smetana či Antonín Dvořák. Šíření kultury v této oblasti také

prospívá vzájemným vztahům. V České republice se těší zájmu výuka japanistiky, ale i japonské animované filmy, které si nacházejí oblibu v každé věkové kategorii. Díky sociálním sítím je jednoduché dnes šířit jak japonskou hudbu do České republiky, tak i českou do Japonska, kde si nacházejí své fanoušky. Vzájemná kulturní výměna může probíhat na úrovni umělecké, sportovní, či na úrovni akademické, kde je doporučena výměna umělců, sportovců, ale i studentů např. v době studia japanistiky, o kterou obyvatelé České republiky jeví čím dál větší zájem.

Česká republika je pro Japonce zajímavá i z hlediska architektury, a tak je možno zmínit i podporu cestování lidí vzájemně do obou zemí a tím rozšiřovat své vědomosti, zkušenosti a znalosti jiných kultur.

Obě země si vzájemně mají co nabídnout a můžou se učit a inspirovat jedna od druhé. Japonsko je známé svými pravidly, přesností, mnohdy až perfekcionismem, ale i vytrvalostí a zdvořilostí, naopak česká kultura je Japonci obdivována díky flexibilitě, toleranci a přímému jednání.

Jedním z řešení nízké nezaměstnanosti a stárnoucí populace je zavádění automatizace výroby či digitalizace v průmyslu, který je v Japonsku již v procesu. Jejich inovace v oblasti technologií je daleko napřed před Českou republikou, ve které je teprve snaha o zavedení této digitalizace do průmyslové oblasti (Putnová et al., 2019, s. 1088). Právě rozvoj v těchto oblastech představuje potenciál pro vzájemnou spolupráci.

Na základě analýzy dat HDP a postupného rozvoje japonských investorů v České republice je možné zhodnotit, že úbytek počtu japonských firem na českém trhu nastal po světové krizi v roce 2009, která se promítla i do vzájemné spolupráce obchodních vztahů České republiky a Japonska. Vzhledem k tomu, že světová ekonomika zažívala další ekonomickou krizi v roce 2020, je možné předpokládat, že v dalších letech může znovu nastat mírný odliv počtu japonských firem v ČR, pokud se nebude neustále pracovat na vzájemných vztazích.

3.3 Rizika

Každé obchodní jednání provází rizika a doporučení, které je dobré znát pro usnadnění obchodování s druhou stranou, obzvláště v případě mezinárodního obchodu, a tak odlišných kultur, jakými jsou česká a japonská, které ani jedna nedisponuje světovým jazykem. Tato kapitola vymezuje rizika obchodování těchto dvou zemí vzhledem k jejich ekonomickému vývoji i ke kulturním rozdílům. Z pohledu pravidel doporučených CzechInvest pro obchodování s Japonskem je důležité dodržovat dohody, sliby a závazky a jednat poctivě. V případě nedodržení slova hrozí riziko ztráty důvěry, které může narušit obchodní vztahy a vyústit až k ukončení spolupráce. Český subjekt tento poznatek na první pohled nemusí poznat, protože Japonci své emoce drží hodně na uzdě a jsou naučení vystupovat zdvořile a uctivě ke všem. Jedním z příkladů nedodržování smluv s Japonskem v rámci obchodování zažila Čína, jak uvádí IROZHLAS (2020). Vzhledem k neplnění dohod v oblasti výroby komponentů do automobilového průmyslu zdroj uvádí, že se Japonsko rozhodlo, že raději upřednostní výrobu v domácím prostředí a stahuje výrobu vybraných komponentů z Číny. Rizikem z hlediska investování do České republiky pro japonské společnosti je v tuto chvíli nízká nezaměstnanost, ale i rostoucí mzdy a ceny energií na trhu. Ty zvyšují náklady potenciálním investorům i v kombinaci s rostoucí inflací. Trend stárnoucí populace v České republice kopírují trendy v Japonsku, takže je možné očekávat, že Česká republika bude z dlouhodobého hlediska řešit stejný problém. Země se tím vystavuje riziku nedostatečného počtu kvalifikované pracovní síly v případě zájmu o otevření většího výrobního podniku. Dalším z rizik je možné riziko, obchodování žen z České republiky s Japonskem, vzhledem k tradicím a kulturním odlišnostem, kdy Japonci nejsou zvyklí na postavení ženy na vyšších postech ve společnosti.

4 Závěr a doporučení

Mezinárodní obchod je součástí našich každodenních životů. S čím dál větší globalizací se nám zjednodušuje dostupnost produktů a služeb vyráběných po celém světě a čím dál víc se stírají rozdíly mezi zeměmi jejich původu a jejich prodeje. Dnes jsou známy značky, působící po celém světě, jako například Toyota, Canon a jiné, které se stávají součástí životů a vývoje každé kultury bez ohledu na zemi původu. Produkty jsou lokalizovány domácími zeměmi a mnozí si ani neuvědomují, jak dlouhou cestu si produkty či služby prošly, než se dostaly k samotným zákazníkům.

S globalizací se navíc vytrácí kulturní specifika zemí, ve kterých se produkují, ale lidé, žijící v těchto kulturách, i nadále posouvají a budují své tradice. Tomu je důležité přizpůsobit obchodní jednání mezi různými zeměmi, a to vzhledem k tomu, že kulturní specifika jednotlivých zemí zůstávají hluboko zakořeněny v daných kulturách a ovlivňují jak samotnou komunikaci, tak i obchodní jednání a možný vstup zahraničních investorů do druhé země. Jedním z takových příkladů je spolupráce Japonska a České republiky, které se tato práce věnovala.

Japonsko je významným obchodním partnerem pro Českou republiku a vztahy mezi oběma zeměmi jsou i přes velkou geografickou vzdálenost dlouhodobě kvalitní a na vysoké úrovni.

Obě ekonomiky kopírují trendy meziročního vývoje světového hrubého domácího produktu. Japonsko si udržuje stabilní cenovou hladinu inflace, zatímco Česká republika se v posledních měsících potýká s rostoucí inflací, což není pozitivním znakem pro budoucí investory. Tuto nevýhodu kompenzuje komparativními výhodami v oblasti průmyslu. Obě země mají nižší nezaměstnanost, než je tomu v průměru Evropské unie, což vypovídá o potenciálním riziku zahraničních investorů, vzhledem k limitovanému počtu kvalifikované pracovní síly. Díky sledované míře průměru hrubé měsíční mzdy je možné zhodnotit, že i přes meziročně rostoucí průměrné mzdy v České republice pořád nedosahují na průměrnou mzdu v Japonsku, navíc vzhledem k inflaci a očekávání ekonomů je pravděpodobné, že reálné mzdy v blízké době v České republice neporostou. Tuto situaci může ovlivnit zásah České národní banky, která je zodpovědná za udržování cenové stability.

Jak Česká republika, tak i Japonsko čelí problému stárnoucí populace, ke kterému se staví Japonsko zaměstnáváním žen v domácnosti a lidí ve starším věku, ale i digitalizací a robotizací průmyslu, což České republice nabízí možnosti spolupráce v oblasti digitalizace.

Česká republika je znatelně závislejší na importu a exportu, než je tomu u Japonska, z čehož vyplývá, že saldo obchodní bilance České republiky s Japonskem je dlouhodobě záporné.

Obchodní spolupráci mezi Českou republikou a Japonskem je možné prohlubovat i nadále díky dohodě o volném obchodu podepsané mezi Evropskou unií a Japonskem v roce 2019, které se pozitivně projevuje v Evropě již za první rok platnosti této smlouvy.

V rámci zlepšení obchodní spolupráce obou zemí je možné doporučit použití podpory a informací od vládního zastoupení velvyslanci, agentur a institucí podporujících mezinárodní obchod mezi těmito zeměmi, jakými jsou například JETRO a CzechInvest. Případně je možné získat informace potřebné ke spolupráci na stránkách Centra Evropské unie a Japonska pro podporu průmyslové spolupráce.

Komunikace nejen v oblasti obchodu si prošla za poslední dva roky razantní změnou a přesunula se z větší míry do on-line prostředí díky urychlené digitalizaci způsobené pandemií covid-19. To umožňuje rychlejší a jednodušší získávání informací a obchodních kontaktů mezi oběma zeměmi.

Zkoumáním jednotlivých kultur bylo možné vysledovat odlišnosti obou kultur, ale i jejich společné záměry a hodnoty, na kterých můžou stavět svou spolupráci. Vzhledem ke kulturním odlišnostem České republiky a Japonska je k dispozici řada doporučení, směřujících ke zjednodušení vzájemné komunikace a ke kulturnímu porozumění. Tato doporučení mají za úkol minimalizovat případná nedorozumění v obchodních jednáních a při vzájemné spolupráci.

Kulturní rozdíly obou zemí je možné si nastudovat v této bakalářské práci, v literatuře od Richarda D. Lewise, případně absolvovat některý ze seminářů o kulturních odlišnostech a efektivní komunikaci s japonskými partnery, který organizuje Centrum Evropské unie a Japonska pro podporu průmyslové spolupráce.

Potenciál česko-japonských obchodních vztahů v 21. století je dle akčního plánu podepsaného ministry zahraničních věcí České republiky a Japonska pro období let 2021–2025, který je přílohou této práce, v těchto oblastech:

- Politická a bezpečnostní spolupráce.
- Ekonomická, průmyslová, technologická a vědecká spolupráce.
- Spolupráce v oblasti kultury, vzdělání, turizmu a mezilidské výměny.

Pod těmito oblastmi je možné si představit možnou spolupráci v oblasti energetiky, automobilového průmyslu, zdravotnictví, IT technologií, kyberbezpečnosti, mechanických nástrojů, skla, bižuterie, drahých kovů, ale i v oblasti kultury, kde je možné spolupracovat na vzájemném učení se jazyka a kultury druhé země, mezikulturní výměny, podpory turizmu, a podobně.

V části potenciálních vztahů jsou shrnuty dva scénáře další spolupráce opírající se o získaná data během psaní práce. Pesimistický se zakládá na rostoucí inflaci v České republice, nízké nezaměstnanosti, ale i na historickém vývoji ekonomické krize v roce 2009 a na predikci mírného odlivu japonských investorů z českého trhu, které po období krize může nastat v následujících letech a také složitější získání úvěru pro české společnosti v Japonsku. Druhý scénář je optimistický a opírá se o podepsanou dohodu o volném obchodu EPA mezi Japonskem a Evropskou unií, které je Česká republika součástí. Ta odstraňuje převážnou většinu cel pro podporu vzájemných mezinárodních obchodů či také o akční plán, který byl podepsán zástupci obou zemí, jež nastiňuje možnosti spolupráce do budoucna jak v politické, tak v obchodní spolupráci a také podporu rozvoje spolupráce v oblasti mezilidské výměny a kulturního šíření a komunikace, které mají z dlouhodobého hlediska pozitivní vliv na budoucí potenciální spolupráci těchto dvou zemí.

Pro potenciál vzájemných obchodních vztahů Japonska a České republiky je důležité o aktuální kvalitně vybudované vztahy pečovat a rozvíjet je dál. Zásadní je podporovat nejen oblast obchodní, ale i oblast kulturní výměny v zájmu lepšího dorozumění pěstování budoucích vztahů do budoucna, které bude prospěšné pro obě země.

Literatura

Primární zdroje

D. LEWIS, R. *When cultures collide: Leading across cultures*. 4th ed. London: Nicholas Brealey Publishing, 2018. ISBN 978-1-473-68482-9.

Doing Business 2020: *Economy Profile Japan*. 17th WORLD BANK GROUP, 2020. ISBN 978-1-4648-1440-2.

HOŠOFF, B. et al. *Vývoj a perspektivy svetovej ekonomiky: transformácia počas pandémie koronavírusu SARS-CoV-2*. Bratislava: Ekonomický ústav Slovenskej akadémie vied, 2020. ISBN 978-80-7144-314-8

PUTNOVÁ, A., ZÁKLASNÍK, M. *Digital Society – Opportunity or Threat? Case Studies of Japan and the Czech Republic*. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 2019, 67(4): 1085–1095. DOI:10.11118/actaun20196704108

The EU–Japan Economic Partnership Agreement. Belgium: European Parliament, 2018. ISBN 978-92-846-3879-6

Odborné knihy a časopisy

C. NORTH, D. *INSTITUTIONS, INSTITUTIONAL CHANGE AND ECONOMIC PERFORMANCE*. Cambridge, United Kingdom: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, 2003. ISBN 0 521 39734 0.

FOJTÍKOVÁ, L. *Zahraničně obchodní politika ČR: historie a současnost (1945-2008)*. Praha: C.H. Beck, 2009. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-128-4

JUREČKA, V. *Makroekonomie. 3., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0251-8

SMITH, A. *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů*. Přeložil Vladimír IRGL, přeložil Alena JINDROVÁ, přeložil Josef PYTELKA, přeložil Sergej TRYML. Praha: Liberální institut, 2016. ISBN 978-80-86389-60-8

ŠTĚRBOVÁ, L. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4694-4.

Internetové zdroje

Animefest 2019 [online], 2019 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://www.animefest.cz/cs/Rocnik/Index/2019>

BOSTON CONSULTING GROUP: *Overcoming the Innovation Readiness Gap: Most Innovative Companies 2021* [online], 2022 [cit. 2022-03-12]. Dostupné z: <https://www.bcg.com/publications/2021/most-innovative-companies-overview>

CAMP CENTER INTERNATIONAL: *Studium na střední škole v Japonsku* [online], 2022 [cit. 2022-04-08]. Dostupné z: <https://www.cci.cz/japonsko>

CESKENOVINY: *Advancing together with the Czech people* [online], 2021 [cit. 2022-04-06]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/advancing-together-with-the-czech-people/2009086>

CROSSCULTURE: *About Us* [online]. 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://www.crossculture.com/about-us/>

CROSSCULTURE: *The Lewis Model – Dimensions of Behaviour* [online], 2015 [cit. 2022-04-08]. Dostupné z: <https://www.crossculture.com/the-lewis-model-dimensions-of-behaviour/>

CROSSCULTURE: *The Lewis Model – Dimensions of Behaviour* [online], 2022 [cit. 2022-04-08]. Dostupné z: <https://www.crossculture.com/about-us/our-founder-richard-lewis/>

CUSHMANWAKEFIELD: *MANUFACTURING RISK INDEX* [online], 2021 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: <https://www.cushmanwakefield.com/cs-cz/czech-republic/news/2021/08/manufacturing-risk-index>

CZ.EMB-JAPAN: *Aktivity velvyslance* [online], 2022 [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: https://www.cz.emb-japan.go.jp/cz/info_ambassador_activity.html#k220209

CZ.EMB-JAPAN: *Informační a kulturní centrum* [online]. Embassy of Japan in the Czech Republic, 2021 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://www.cz.emb-japan.go.jp/cz/jicc.html>

CZECHINVEST: *Brněnský výrobce mikroskopů TESCAN expanduje do Japonska: Firma přišla s technicky natolik unikátním řešením, které nedokázaly nabídnout ani domácí firmy* [online], 2019 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/Homepage/Novinky/Brezen-2019/Brnensky-vyrobce-mikroskopu-TESCAN-expanduje-do-Japonska>

CZECHINVEST: *Historie* [online], 2022 [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/Historie>

CZECHINVEST: *Japonská společnost Nippon Paint bude v Kolíně vyrábět barvy pro automobilový průmysl* [online], 2017 [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/Homepage/Novinky/Unor-2017/Japonska-spolecnost-Nippon-Paint-bude-v-Koline-vyrabet-barvy-pro-automobilovy-prumysl>

CZECHTRADE: *Doporučení pro vstup na japonský trh za současné situace a aktuální zpravodajství* [online], 2016 [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: <https://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/asi/japonsko>

ČESKÁ TELEVIZE: *Průměrná mzda v Česku stoupla na 40 135 korun, reálně ale měsíční výdělek klesl* [online], 2022 [cit. 2022-04-11]. Dostupné z: <https://www.czechtelevize.cz/ekonomika/3451570-prumerna-mzda-v-cesku-stoupla-na-40-135-korun-realne-ale-mesicni-vydelek-klesleskenoviny.cz/zpravy/miranezamestnanosti-v-eu-v-unoru-mirne-klesla-na-6-2-procenta/2185980>

ČESKÉ CENTRUM TOKIO: *O nás* [online]. 2022 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://tokyo.czechcentres.cz/about-us>

ČNB: *Současná inflace – Vše, co o ní potřebujete vědět* [online], 2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/inflacni-cil/tema-inflace/index.html>

ČSÚ: *Česká republika od roku 1989 v číslech – aktualizováno 9.12.2021* [online], 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ceska-republika-od-roku-1989-v-cislech-aktualizovano-9122021#06>

ČSÚ: *„Husákovy“ versus „Havlovy děti“* [online], 2014 [cit. 2022-04-06]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/52002e2055>

ČSÚ: *Inflace, spotřebitelské ceny* [online], 2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/inflace_sptrebitelske_ceny

ČSÚ: *KOMUNIKACE NA INTERNETU* [online], 2021 [cit. 2022-04-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/142872020/062004210601.pdf/9683300c-ff66-4bae-b388-0f3801d1d8e0?version=1.1>

ČSÚ: *Míry zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity – září 2021* [online], 2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/miry-zamestnanosti-nezamestnanosti-a-ekonomicke-aktivity-zari-2021>

ČSÚ: *Počet zaměstnanců a průměrné hrubé měsíční mzdy* [online], 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=855&katalog=30852&pvo=MZD01-A&pvo=MZD01-A&evo=v208 ! MZD-LEG4 1>

ČSÚ: *Průměrné mzdy - 4. čtvrtletí 2021: Průměrná mzda klesla reálně o 2,0 %* [online], 2022 [cit. 2022-04-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/prumerne-mzdy-4-ctvrtleti-2021>

ČTK: *Česko udělilo lidem z Ukrajiny přes 250.000 víz, ve čtvrtek skoro 3000* [online], ČTK, 2022 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/cesko-udelilo-lidem-z-ukrajiny-pres-250-000-viz-ve-ctvrtek-skoro-3000/2186426>

ČTK: *Japonsko chce v roce 2030 vyrábět většinu elektřiny z vodíku* [online], 2020 [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://oenergetice.cz/zahranicni/japonsko-chce-v-roce-2030-vyrabet-vetsinu-elekriny-z-vodiku>

ČTK: *Míra nezaměstnanosti v EU v únoru mírně klesla na 6,2 procenta* [online], 2022 [cit. 2022-04-11]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/mira-nezamestnanosti-v-eu-v-unoru-mirne-klesla-na-6-2-procenta/2185980>

Doing Business 2020: *Comparing Business Regulation in 190 Economies* [online]. 2020 [cit. 2022-04-22]. Dostupné z: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>

E15: *Z Česka se stává světový lídr oboru nanotechnologií* [online], 2012 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/z-ceska-se-stava-svetovy-lidr-oboru-nanotechnologii-929631>

EU-Japan Centre for Industrial Cooperation: *Cross-cultural issues* [online], 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://www.eubusinessinjapan.eu/tags/cross-cultural-issues>

EVROPSKÁ KOMISE: *První rok dohody o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem přinesl nárůst vývozu z EU.* [online]. 2022 [cit. 2022-04-22]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/cs/ip_20_161

EVROPSKÁ KOMISE: *THE ECONOMIC IMPACT OF THE EU – JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT (EPA): An analysis prepared by the European Commission's Directorate-General for Trade* [online], 2022 [cit. 2022-04-22]. Dostupné z: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2018/july/tradoc_157115.pdf

Filozofická fakulta Univerzita Karlova: *Asijská studia: Japanologie* [online], 2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://www.ff.cuni.cz/prijimaci-rizeni/studijni-obory/bakalarske-obory/asijska-studia/japanologie/#pocety>

ICTREVUE: *Společnost Y Soft zaznamenala ve fiskálním roce 2019 rekordní hospodářský výsledek* [online], 2019 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: https://ictrevue.hn.cz/c3-66649970-0ICT00_d-66649970-spolecnost-y-soft-zaznamenala-ve-fiskalnim-roce-2019-rekordni-hospodarsky-vysledek

IDNES: *Japoncům to na jihu Moravy svědčí, jejich disciplínu doplňuje kreativita* [online], 2017 [cit. 2022-04-08]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/finance/prace-a-podnikani/na-co-se-pripravit-u-japonskeho-zamestnavatele.A_2002M048Z01A

IROZHLAS: *Japonsko by v Česku mohlo investovat do autoprůmyslu a hi-tech technologií* [online], 2015 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/ekonomika/japonsko-by-v-cesku-mohlo-investovat-do-autoprmyslu-a-hi-tech-technologii_201508031442_dpihova

IROZHLAS: *Silný nacionalismus i diktování světa. Japonsko chce stáhnout své firmy z Číny, další budou následovat* [online], 2020 [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/ekonomika/cina-japonsko-firmy-vyroba_2005041331_pj

IROZHLAS: *Vývoz z Japonska loni kvůli pandemii klesl nejvíce za 11 let. Zahraniční obchod skončil v přebytku* [online], 2021 [cit. 2022-03-12]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/ekonomika/japonsko-vyvoz-koronavirus-zahranicni-obchod_2101211020_pj

ITBIZ: *Moravia IT v uplynulém období navýšila zisk na 375 milionů korun* [online], 2021 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.itbiz.cz/zpravicky/moravia-it-v-uplynulem-obdobi-navysila-zisk-na-375-milionu-korun>

JAPANBUSINESSSOLUTION: *Japonské firmy v ČR* [online], 2012 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://www.japanbusinesssolutions.com/cs/content/zastoupen-na-ich-firem>

JETRO : *Wellcome to e-venue: Deliver your business proposal to the world* [online], 2022 [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: https://e-venue.jetro.go.jp/bizportal/s/?language=en_US

JETRO: *Hlavní aktivity* [online], 2022 [cit. 2022-03-03]. Dostupné z: <https://www.jetro.go.jp/czech/about.html>

JETRO: *Japonské firmy v ČR* [online], 2020 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://www.jetro.go.jp/czech/zdroje/kontakty.html>

MAGAZIN WEILOVKA: *ČESKO JAPONCI MILUJÍ!* [online]. Magazín Weilovka, 2020 [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: <https://casopis.skolahostivar.cz/cesko-japonci-miluji/>

MPO: *Česká republika je pro japonské investice atraktivní lokalitou* [online], 2017 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/ceska-republika-je-pro-japonske-investice-atraktivni-lokalitou-158020/>

MPO: *Obchodní dohoda EU s Japonskem vstupuje v platnost* [online]. MPO, 2019 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/spolecna-obchodni-politika-eu/dohody-o-volnem-obchodu/obchodni-dohoda-eu-s-japonskem-vstupuje-v-platnost--243350/>

MZV: *II. česko-japonské inovační dny* [online], 2022 [cit. 2022-04-07]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/tokyo/cz/obchod_a_ekonomika/ii_cesko_japonske_inovacni_dny.html

OECD: *Average wages Total, US dollars, 2020 or latest available* [online], 2021 [cit. 2022-04-22]. Dostupné z: <https://data.oecd.org/earnwage/average-wages.htm>

OECD: *Czechia* [online], 2021 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://oec.world/en/profile/country/cze>

OECD: *Gross domestic product (GDP) Total: US dollars/capita, 2021 or latest available* [online], 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://data.oecd.org/pinboard-editor/>

OECD: *Japan* [online], 2021 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://oec.world/en/profile/country/jpn>

PANASONIC: *Historie společnosti* [online], 2022 [cit. 2022-03-03]. Dostupné z: <https://www.panasonic.com/cz/corporate/profil-spolecnosti/history.html>

ROZHLASPLUS: *Plzeňský Prazdroj přebírají Japonci. „Nestane se nic mimořádného,“ myslí si expert* [online], 2017 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/plzensky-prazdroj-prebiraji-japonci-nestane-se-nic-mimoradneho-mysli-si-expert-6519354>

STATISTA: *Coronavirus impact on retail e-commerce website traffic worldwide as of June 2020, by average monthly visits (in billions): COVID-19 impact on global retail e-commerce site traffic 2019-2020* [online], 2021 [cit. 2022-03-05]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/1112595/covid-19-impact-retail-e-commerce-site-traffic-global>

Univerzita Palackého: *Univerzita Palackého otevře Japonské centrum* [online], 2021 [cit. 2022-04-22]. Dostupné z: <https://www.ff.upol.cz/nc/zprava/clanek/univerzita-palackeho-otevře-japonske-centrum/>

Velvyslanectví Japonska v České republice : *Aktivity velvyslance* [online], 2022 [cit. 2022-03-12]. Dostupné z: https://www.cz.emb-japan.go.jp/cz/info_ambassador_activity.html

VYPLNTO: *Současný svět mangy a anime v České republice* [online], 2017 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/soucasny-svet-mangy-a-anime/>

ZONER: *Hospodářské výsledky společnosti* [online], 2020 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.zoner.eu/o-spolecnosti/hospodarske-vysledky>

WORLD BANK GROUP: *World Development Indicators* [online], 2022 [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NY.GDP.MKTP.KD.ZG&country=CZE,JPN>

WORLD ECONOMIC FORUM: *These countries spend the most on research and development* [online], 2020 [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2020/11/countries-spending-research-development-gdp/>

THE WORLD BANK: *GDP growth (annual %) - Czech Republic, Japan* [online], 2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CZ-JP>

THE WORLD BANK: *Imports of goods and services (% of GDP) - Japan, Czech Republic* [online], 2020 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.IMP.GNFS.ZS?locations=JP-CZ>

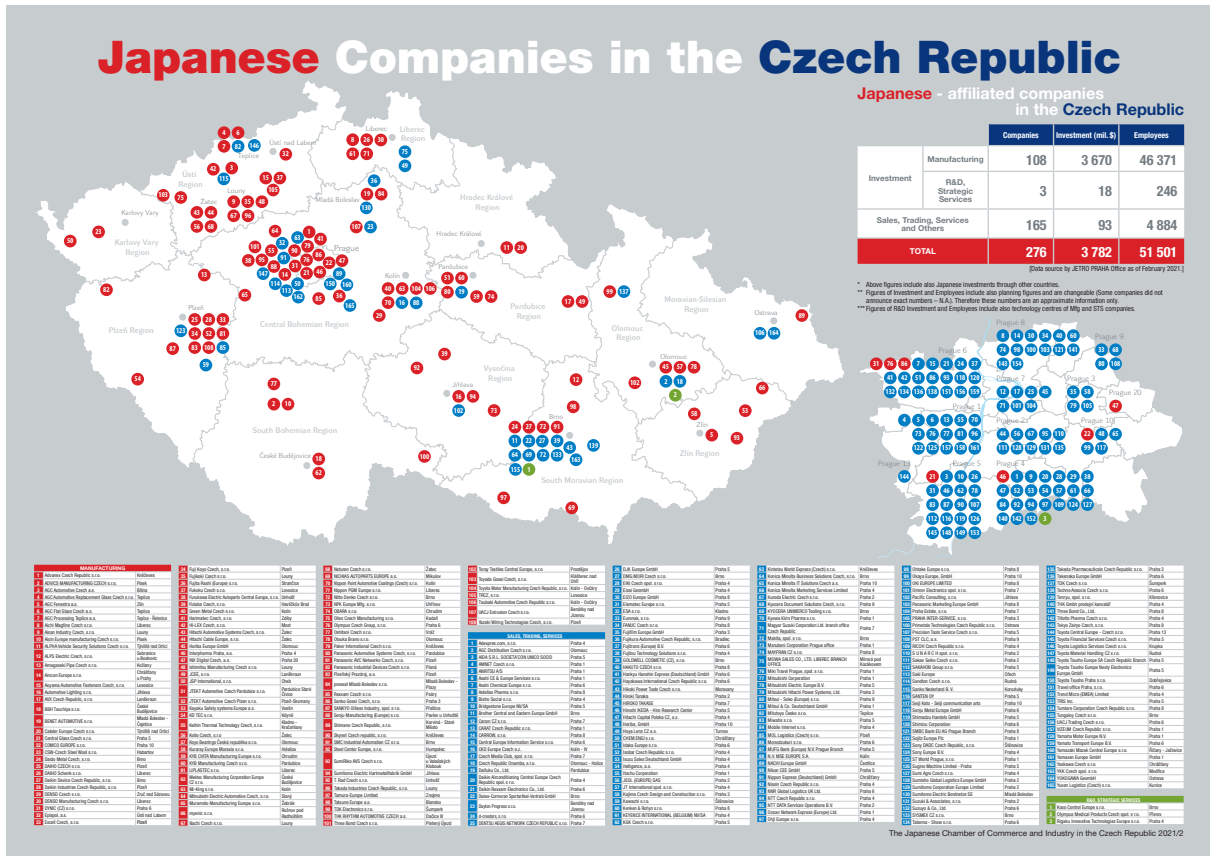
THE WORLD BANK: *Inflation, consumer prices (annual %) - Czech Republic, Japan* [online], 2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://data.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2020&locations=CZ-JP&most_recent_value_desc=true&start=2000&view=chart

THE WORLD BANK: *Population ages 65 and above (% of total population)* [online], 2022 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.65UP.TO.ZS?locations=CZ-JP>

THE WORLD BANK: *Unemployment, total (% of total labor force) (national estimate) - Czech Republic, Japan* [online], 2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.NE.ZS?locations=CZ-JP&most_recent_value_desc=true

Průlohy

Průloha 1 Seznam a rozložení japonských firem působících v České republice v roce 2021



Zdroj: JETRO (2021)

**Action Plan for
Cooperation between the Czech Republic and Japan for the period of 2021 – 2025**

The Minister of Foreign Affairs of the Czech Republic and the Minister for Foreign Affairs of Japan,

recalling the Joint Declaration towards Strategic Partnership between the Czech Republic and Japan, signed in August 2003 in Prague by Prime Ministers Vladimír ŠPIDLA and KOIZUMI Junichiro, and its approaching 20th anniversary in 2023;

recalling the recent 100th anniversary of the relations between both countries;

reaffirming the importance of the EU-Japan Strategic Partnership Agreement (SPA), the EU-Japan Economic Partnership Agreement (EPA) and the Partnership on Sustainable Connectivity and Quality Infrastructure between the EU and Japan;

recognizing that the Czech Republic, as a member of the European Union, has transferred some of its competencies to the EU and thus can act in specific areas only within the EU legal system;

reaffirming the strong commitment to shared values and principles, in particular democracy, the rule of law, human rights, fundamental freedoms, sustainable development and open and transparent markets;

recognizing that the forthcoming Olympic and Paralympic Games Tokyo 2020 and “the EXPO 2025 Osaka, Kansai, Japan” are promising opportunities to bring people together and contribute to further enhancement of mutual understanding between the people of both countries;

determined to support joint efforts to tackle the COVID-19 pandemic and its consequences and to work together to strengthen our future resilience;

determined to further expand and strengthen cooperation on global issues of mutual interest, including the SDGs, climate change, terrorism, cybersecurity and proliferation of weapons of mass destruction;

recognizing the critical importance of the Indo-Pacific region including the East and South China Seas for global stability and prosperity; and

reaffirming the Strategic Partnership between the Czech Republic and Japan,

have reached common recognition to work together in the following areas:

Political and Security Cooperation

1. Exchange of high-level visits.
2. Holding political consultations on current bilateral, regional and global issues at the level of corresponding high-level officials of the Ministries of Foreign Affairs of the Czech Republic and Japan.
3. Promoting defense and security cooperation and exchanges between the respective authorities, including in the area of cybersecurity.

Economic, Industrial, Technological and Science Cooperation

4. In view of the fact that Japan has become one of the most prominent foreign investors in the Czech Republic (270 Japanese companies with almost 51,000 employees are present in the Czech Republic), cooperation in promoting development of mutual trade and investment, facilitating investment in each other's territory.
5. Dialogues between their relevant ministries and other authorities on trade, investment, business cooperation and macroeconomic policies and trends.
6. Exploring the possibilities of dialogues on the protection of strategic sectors and critical infrastructure, on cybersecurity, and on the promotion of cooperation in the field of science and technology including innovation and modern technologies such as biomedicine, ICT, nanotechnologies or artificial intelligence.
7. In doing above, striving to take advantage of positive economic effects of the EU-Japan EPA.

Cultural, Educational and Tourism Cooperation and People-to-People Exchanges

8. Promotion of cultural cooperation and people-to-people exchanges especially in the academic area including by utilizing existing frameworks.
9. Encouraging efforts made by the relevant ministries and academic institutions to promote learning of the other country's language and culture.
10. Cooperation in the field of culture and tourism, including "the EXPO 2025 Osaka, Kansai, Japan".

12. Pursuing projects and consultations within the framework of Visegrad Group (V4) + Japan cooperation.
13. Cooperation within the framework of the United Nations, particularly in the field of human rights and the rule of law as well as in the efforts to achieve an early reform of the UN Security Council.
14. Promotion of cooperation in other international organisations and fora.
15. Exchanging views on the situation in North Korea, and cooperation in achieving, by peaceful means, the complete, verifiable and irreversible dismantlement of all North Korea's weapons of mass destruction and ballistic missiles of all ranges, fully implementing all relevant UN Security Council resolutions, and addressing humanitarian concerns of the international community including the immediate resolution of the abductions issue.
16. Exploring possibilities of mutual co-operation for the development of third countries, particularly in the Western Balkans.
17. Nothing in this Action Plan is construed as legally binding commitment. SIGNED in duplicate in Warsaw on the 7 May 2021 in the English language.

For the Czech Republic's side

For the Japanese side

H.E. Mr. Jakub KULHÁNEK
Minister of Foreign Affairs of the Czech Republic

H.E. Mr. MOTEGI Toshimitsu
Minister for Foreign Affairs of Japan

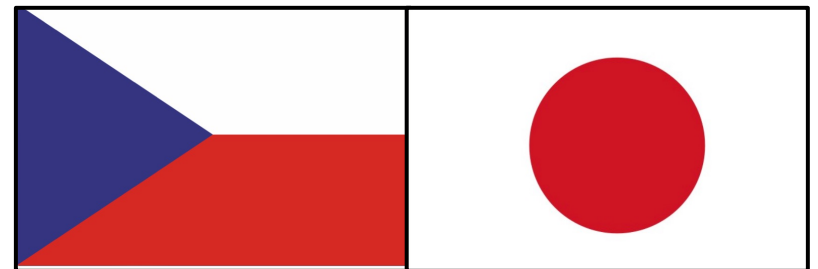


Potenciál obchodních vztahů mezi Českou republikou a Japonskem s ohledem na kulturní rozdíly

Patricia Královičová , KEMBC01

Cíl práce:

- Zjistit možný potenciál obchodních vztahů mezi Českou republikou a Japonskem s ohledem na jejich kulturní odlišnosti
- Poukázat na rizika ve vzájemné komunikaci
- Formulovat doporučení pro další rozvoj vzájemné obchodní spolupráce



Zdroje práce:

- Odborná literatura
- Statistická data: OECD, World Economy Bank, ČSÚ
- Webové stránky:
 - Evropská komise
 - Velvyslanectví Japonska v České republice
 - Ministerstvo průmyslu a obchodu
 - JETRO, CzechInvest

Analytická část práce:

- Analýza ekonomických ukazatelů : HDP, inflace, nezaměstnanost apod.
- Vývoj obchodních vztahů mezi Českou republikou a Japonskem
- EPA
- Organizace propojující vzájemný obchod
- Kulturní specifika

Výsledky:

- Vychází z analýzy ekonomických dat trhů obou zemí
- Predikce možné formy budoucí spolupráce
- Kulturní odlišnosti obou zemí

Rizika:

- V případě nedodržení dohody hrozí riziko ztráty důvěry
- Ekonomické faktory
- Nedorozumění : jazyk, způsob komunikace, zvyky, vedení jednání

Doporučení:

- Dodržovat dohody a jednat poctivě
- Využití EPA pro další vzájemnou spolupráci
- Využití podpory vládních agentur a institucí podporujících vzájemný obchod
- Studium kulturních rozdílů pro minimalizaci nedorozumění
- Oblasti vzájemné spolupráce na základě Akčního plánu
- Budovat a rozvíjet kvalitní obchodní i kulturní vztahy

VŠEM VYSOKÁ
ŠKOLA
EKONOMIE
A MANAGEMENTU



**DĚKUJI ZA POZORNOST
ARIGATOU GOZAIMASU**