

Seznam příloh

- Příloha 1 – Přehled předmětových strategických dokumentů z praxe české ekonomické diplomacie
- Příloha 2 – Přehled aktérů španělského systému ekonomické diplomacie
- Příloha 3 – MAEC a související aktéři ekonomické diplomacie
- Příloha 4 – MINECO a související aktéři ekonomické diplomacie
- Příloha 5 – MINETUR a související aktéři ekonomické diplomacie
- Příloha 6 – Instituce, organizace a útvary zastoupené v Radě *Marca España*
- Příloha 7 – Cíle a hodnoticí ukazatele Strategického plánu internacionalizace španělské ekonomiky 2014-2015
- Příloha 8 – Cíle a hodnoticí ukazatele Národního a integrovaného plánu cestovního ruchu 2012-2015
- Příloha 9 – Mezinárodní ukazatele a žebříčky sledované v rámci projektu *Marca España*
- Příloha 10 – Vývoj vybraných makroekonomických ukazatelů španělské ekonomiky v období 2008–2015
- Příloha 11 – Přehled zemí původu a celkového počtu respondentů jednotlivých šetření BIE
- Příloha 12 – Představení metodologie SIDIR (2015) s ohledem na výkon v ekonomické oblasti
- Příloha 13 – Hodnoticí aspekty podle Country Brand Index (2014)
- Příloha 14 – Hodnocené charakteristiky v jednotlivých dimenzích podle Country RepTrak (2015)
- Příloha 15 – Proměnné vstupující do Brand Strength Index v hodnocení Nation Brands (2015)
- Příloha 16 – Postavení Španělska podle jednotlivých ukazatelů GCI (2015)
- Příloha 17 – Hodnoty exportu Španělska do vybraných zemí v období 2008–2015 (tis. eur)
- Příloha 18 – Podíl prioritních zemí podle projektu *Marca España* na celkových exportech Španělska v roce 2015
- Příloha 19 – Nejvýznamnější obchodní partneři Španělska z hlediska podílu na celkovém exportu země v roce 2015
- Příloha 20 – Srovnání vývoje hodnot celkového španělského exportu v eurech a v amerických dolarech
- Příloha 21 – Celkové hodnoty španělského exportu a jeho meziroční vývoj do vybraných skupin zemí v letech 2008–2015

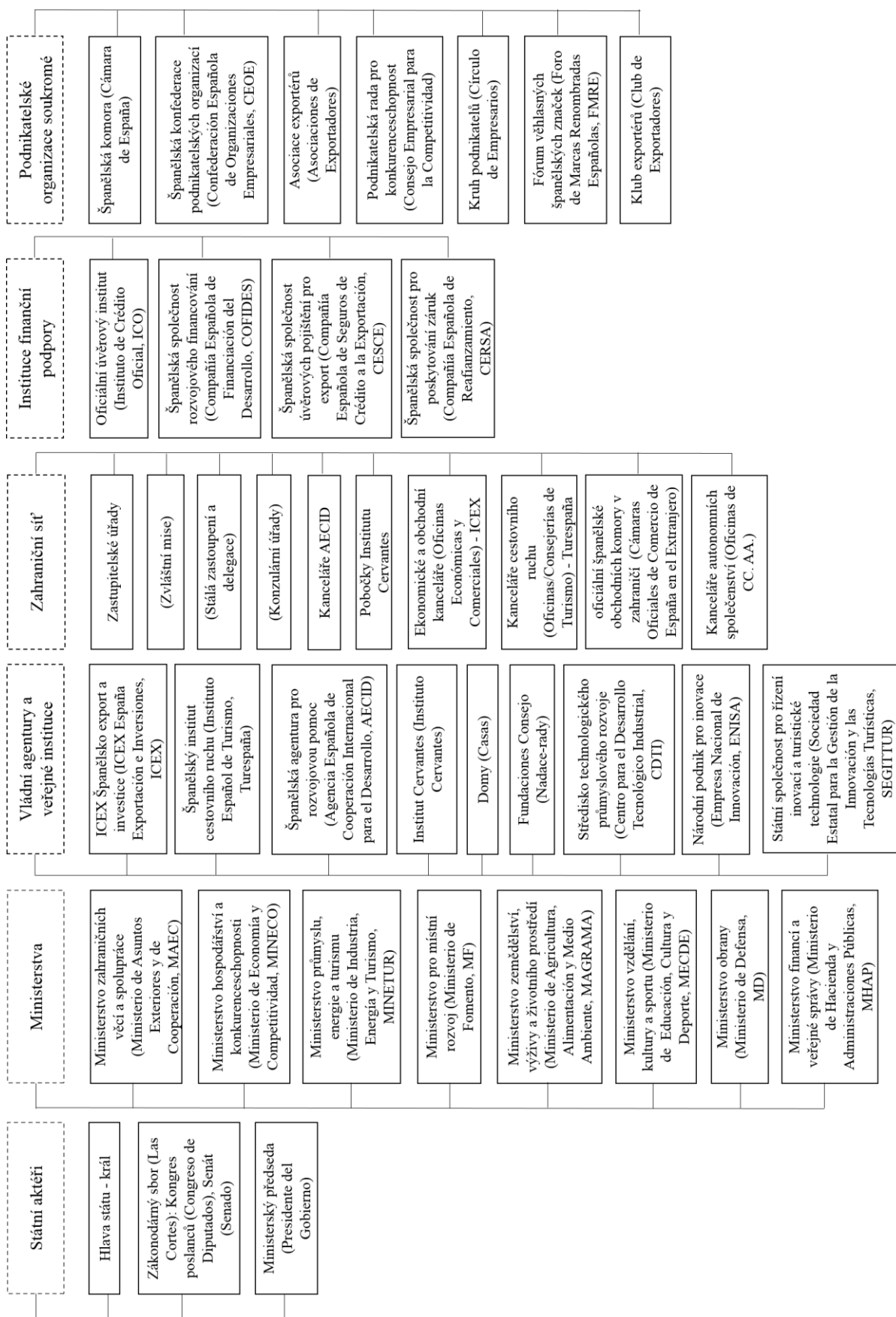
Příloha 1 – Přehled předmětových strategických dokumentů z praxe české ekonomické diplomacie

Předmětová oblast	Autorská instituce	Název dokumentu
Obchod	Ministerstvo průmyslu a obchodu	Exportní strategie České republiky pro období 2012–2020
Všeobecná konkurenceschopnost	Vláda	Zpět na vrchol: Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky pro období 2012 až 2020
Inovace	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy; Ministerstvo průmyslu a obchodu	Národní inovační strategie České republiky
Cestovní ruch	Ministerstvo pro místní rozvoj	Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020
Rozvojová spolupráce	Ministerstvo zahraničních věcí	Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce České republiky na léta 2010–2017
Rozvojová spolupráce	Ministerstvo zahraničních věcí	Strategie mnohostranné rozvojové spolupráce České republiky na období 2013–2017
<i>Nation branding</i>	Ministerstvo zahraničních věcí	Koncepce jednotné prezentace České republiky v zahraničí*

Poznámky:

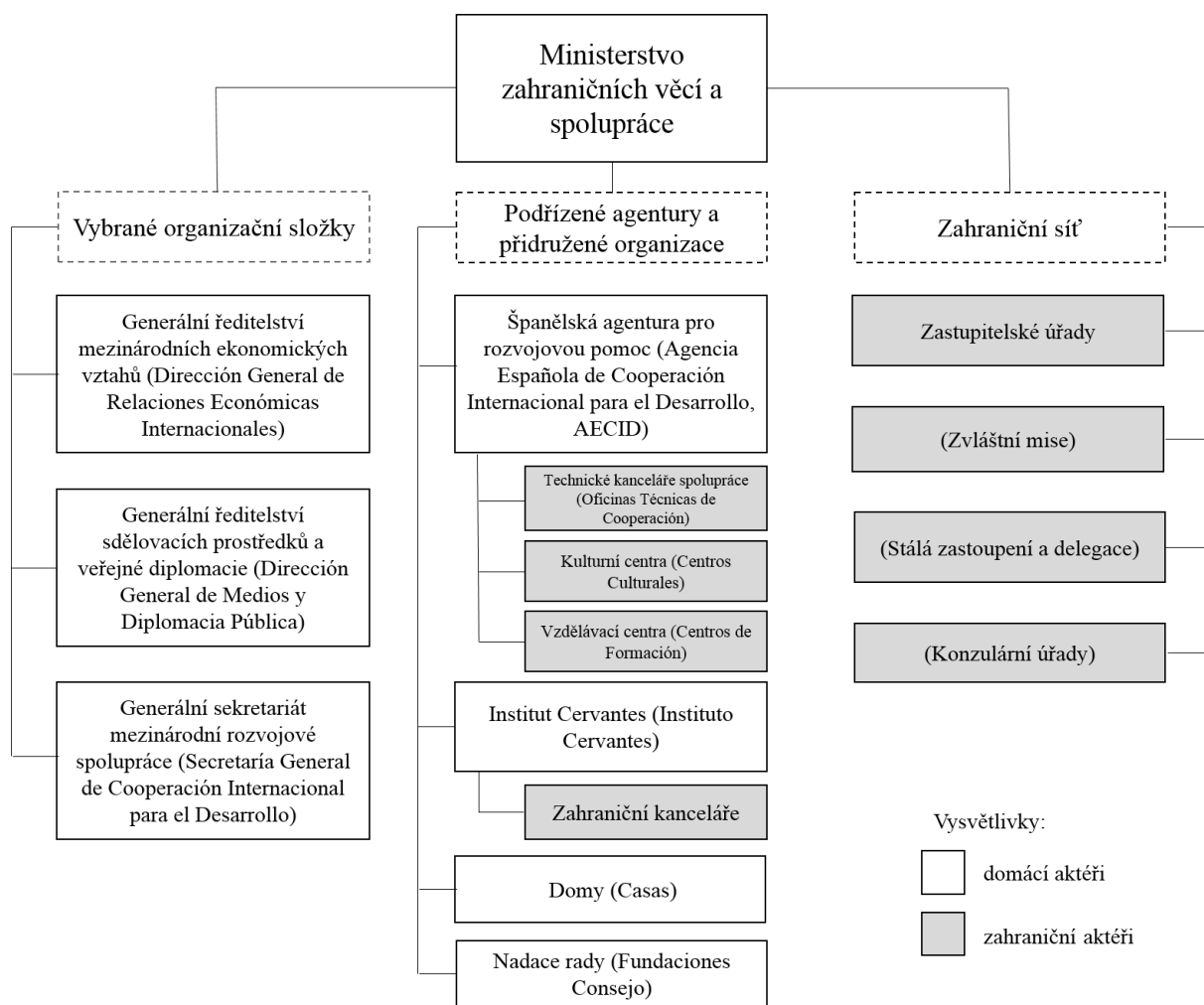
* Tato koncepce není obsažena v jednom dokumentu, ale představuje celistvý soubor doporučení.

Příloha 2 – Přehled aktérů španělského systému ekonomické diplomacie



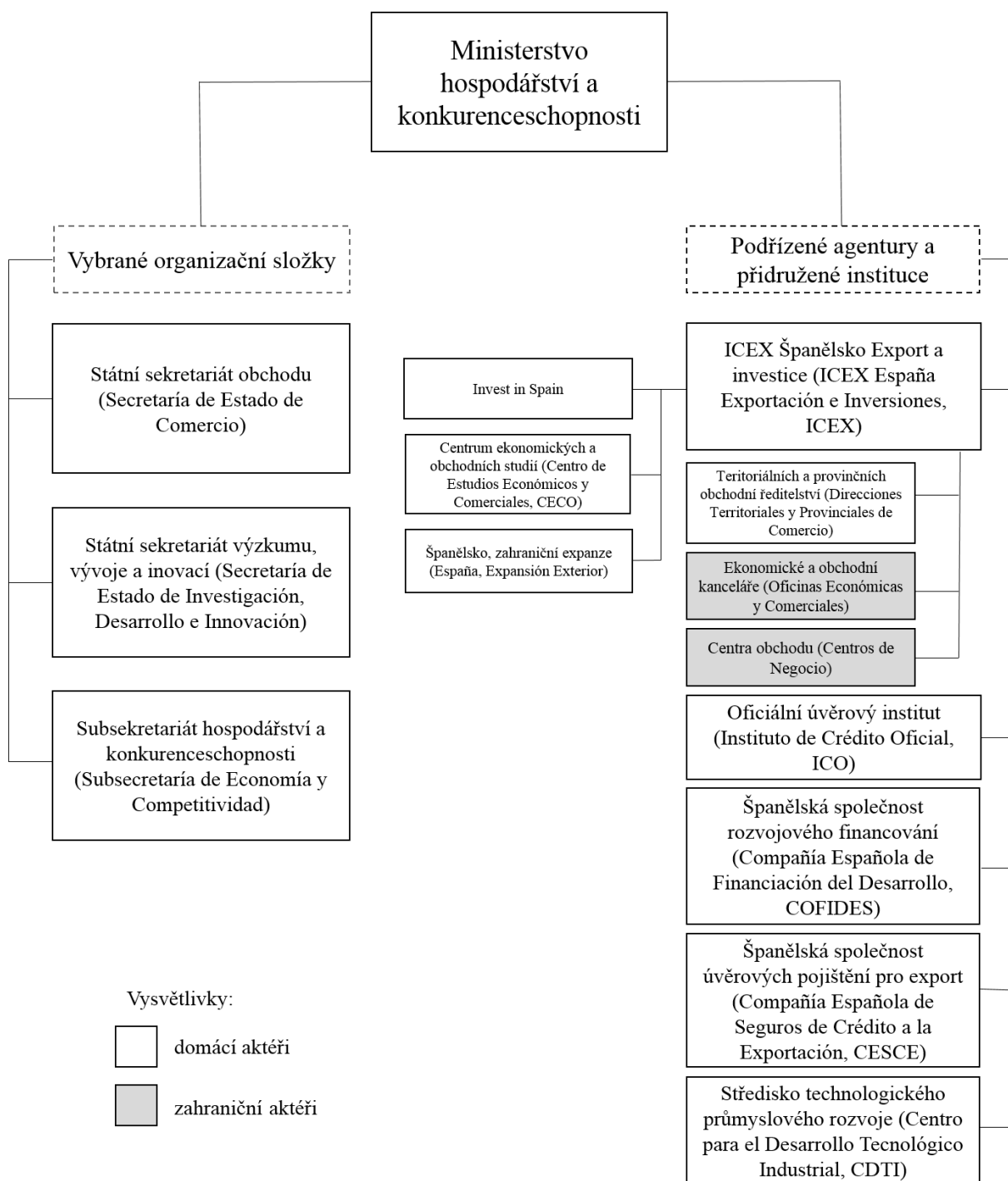
Zdroj: Vlastní vypracování dle příloh 3–5.

Příloha 3 – MAEC a související aktéři ekonomické diplomacie



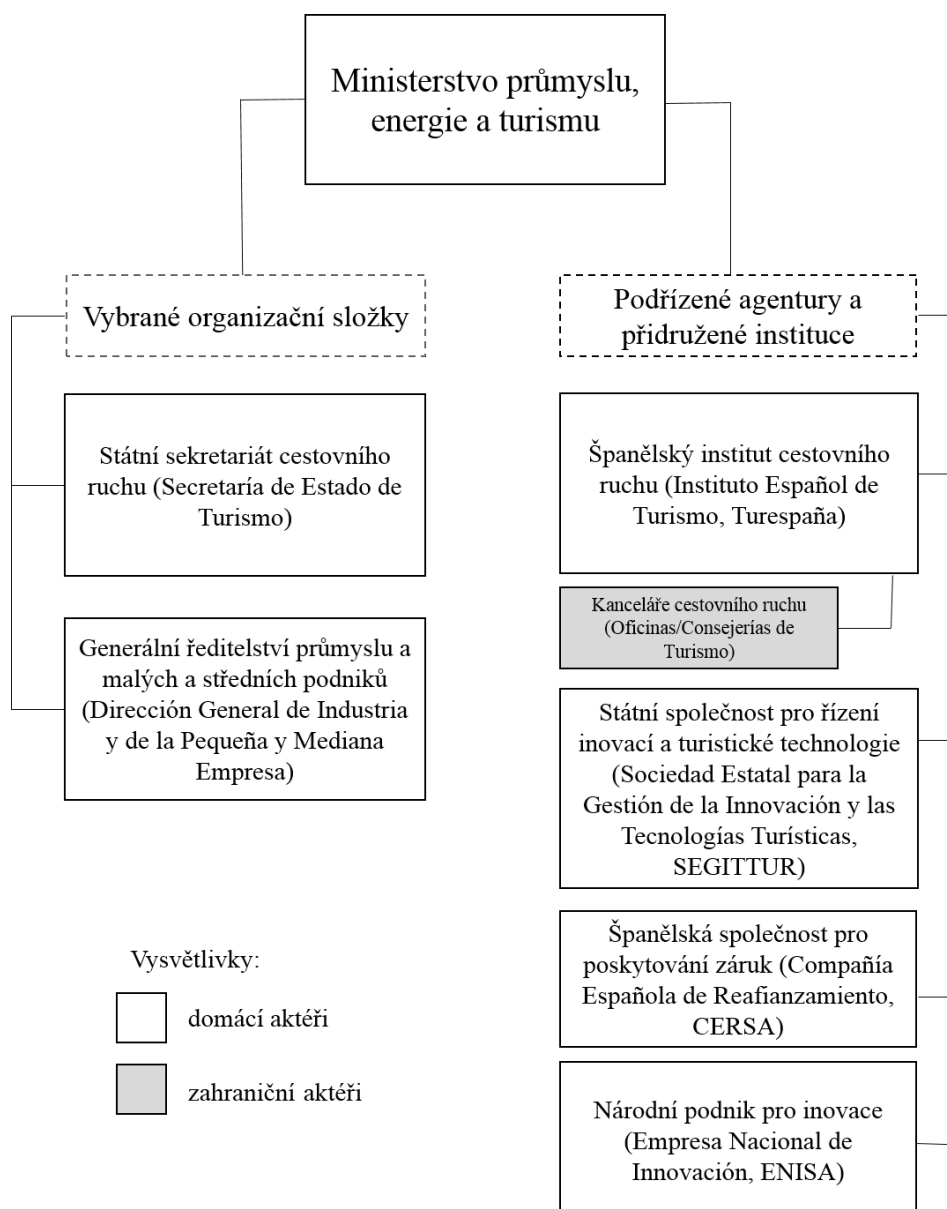
Zdroj: Vlastní vypracování dle informací z textu a dle ŠPANĚLSKO. Real Decreto 342/2012, de 10 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. In: *Boletín Oficial del Estado* núm. 36, s. 12550–12568. AECID [Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo]. *Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo* [online].

Příloha 4 – MINECO a související aktéři ekonomické diplomacie



Zdroj: Vlastní vypracování dle informací z textu a dle ŠPANĚLSKO. Real Decreto 345/2012, de 10 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Economía y Competitividad y se modifica el Real Decreto 1887/2011, de 30 de diciembre, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales. In: *Boletín oficial del Estado* núm. 36, s. 12607–12633.

Příloha 5 – MINETUR a související aktéři ekonomické diplomacie



Zdroj: Vlastní vypracování dle informací z textu a dle ŠPANĚLSKO. Real Decreto 344/2012, de 10 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. In: *Boletín Oficial del Estado* núm. 36, s. 12586–12606.

Příloha 6 – Instituce, organizace a útvary zastoupené v Radě *Marca España*

- Státní sekretariát komunikace předsednictví vlády (Secretaría de Estado de Comunicación de la Presidencia del Gobierno)
- Vrchní rada sportu (Consejo Superior de Deportes)
- Generální sekretariát zemědělství a výživy (Secretaría General de Agricultura y Alimentación) – MAGRAMA
- Generální sekretariát obranné politiky (Secretaría General de Política de Defensa) – MD
- Španělský olympijský výbor (Comité Olímpico Español)
- Institut Cervantes (Instituto Cervantes)
- Královský institut Elcano (Real Instituto Elcano)
- ICEX Španělsko export a investice (ICEX España Exportación e Inversiones)
- Španělský institut cestovního ruchu (Instituto Español de Turismo)
- Nadace Carolina (Fundación Carolina)
- Generální ředitelství mezinárodních ekonomických vztahů (Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales) – MAEC
- Generální ředitelství sdělovacích prostředků a veřejné diplomacie (Dirección General de Medios y Diplomacia Pública) – MAEC
- Generální ředitelství obchodu a investic (Dirección General de Comercio e Inversiones) – MINECO
- Generální ředitelství ekonomické politiky (Dirección General de Política Económica) – MINECO
- Španělska rozhlasová a televizní korporace (Corporación Radiotelevisión Española)
- Agentura EFE (Agencia EFE)
- Španělský velvyslanec pro kulturní diplomacii (Embajador de España para la Diplomacia Cultural)
- Ministerstvo vzdělání, kultury a sportu (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte)

Zdroj: Upraveno dle *Marca España* [online].

Příloha 7 – Cíle a hodnoticí ukazatele Strategického plánu internacionalizace španělské ekonomiky 2014-2015

Zlepšit konkurenční prostředí a obchodní klima.

Ukazatel 1.1	Podnikatelské prostředí, dobrá regulace a přístup k financím na základě Dotazníku podnikatelské důvěry (Encuesta de Confianza Empresarial) od Národního statistického institutu (Instituto Nacional de Estadística)
Ukazatel 1.2	Pozice v ukazateli Doing Business od Světové banky
Ukazatel 1.3	Pozice ve Zprávě o globální konkurenceschopnosti (Global Competitiveness Report) od Světového ekonomického fóra
Ukazatel 1.4	Pozice v Ročence světové konkurenceschopnosti (World Competitiveness Yearbook) od Mezinárodního institutu pro rozvoj řízení (International Institute for Management Development, dále IMD)

Zvýšit přítomnost španělského zahraničního obchodu ve světě.

Ukazatel 2.1	Reálný růst exportů statků a služeb
Ukazatel 2.2	Reálný růst importů statků a služeb
Ukazatel 2.3	Tržní podíl na dovozech, které uskutečňuje svět, EU-28, eurozóna a hlavní ekonomiky EU
Ukazatel 2.4	Relativní ceny ve srovnání s eurozónou, EU-28 a Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)

Zlepšit schopnost přilákat investice do španělské ekonomiky.

Ukazatel 3.1	Hrubé zahraniční investice ve vztahu ke španělskému HDP
Ukazatel 3.2	Zásoba zahraničního kapitálu ve Španělsku ve vztahu ke světové zásobě kapitálu
Ukazatel 3.3	Zásoba zahraničního kapitálu ve Španělsku ve vztahu ke španělskému HDP

Zlepšit stupeň internacionalizace španělské ekonomiky.

Ukazatel 4.1	Podíl objemu exportů na španělském HDP
Ukazatel 4.2	Podíl objemu exportů zpracovatelských výrobků na zpracovatelské produkci autonomních společenství
Ukazatel 4.3	Zásoba španělských přímých zahraničních investic (dále PZI) ve vztahu ke světové zásobě PZI
Ukazatel 4.4	Zásoba španělských PZI ve vztahu ke španělskému HDP

Zvýšit exportní základnu s ohledem na počet podniků a exportní potenciál malých a středních podniků.

Ukazatel 5.1	Počet exportních podniků
Ukazatel 5.2	Počet pravidelných exportních podniků
Ukazatel 5.3	Podíl exportních MSP na celkovém počtu MSP

Otevření španělských prioritních trhů a diverzifikace exportních trhů zejména směrem k nastupujícím/rychle se rozvíjejícím trhům.

Ukazatel 6.1	Procento exportů do zemí třetího světa
Ukazatel 6.2	Procento exportů na prioritní trhy

Zvýšit účast španělských podniků na smlouvách vzešlých z mezinárodních výběrových řízení, se zvláštním důrazem na využívání multilaterálního trhu ze strany podniků.

Ukazatel 7.1	Celková hodnota smluv, kterou získají španělské podniky v mezinárodních výběrových řízeních
Ukazatel 7.2	Podíl hodnoty smluv, které získají španělské podniky a které jsou z části nebo celé financovány z fondů mezinárodních finančních institucí a/nebo z EU
Ukazatel 7.3	Hodnota smluv přidělených španělským podnikům v multilaterálních finančních institucích
Ukazatel 7.4	Odhad podílu hodnoty smluv, které získají španělské podniky a které jsou z části nebo celé financovány z fondů mezinárodních finančních institucí, na celkovém počtu smluv, o které podniky soutěžily během posledního účetního období

Zvýšit stupeň sofistikovanosti a diferenciací španělského exportu.

Ukazatel 8.1	Podíl španělských exportů v odvětvích se střední nebo vysokou technologickou úrovní na celkových exportech
Ukazatel 8.2	Podíl španělských exportů s prvkem značky

Kromě těchto specifických cílů usiluje plán o naplnění i dalších neméně důležitých cílů střednědobého charakteru:

Zajistit finanční pomoc španělským podnikům.

Ukazatel 9.1	Objem finanční pomoci pro internacionalizaci podniků: FIEM, COFIDES, ICO
Ukazatel 9.2	Pojištění na účet státu poskytované prostřednictvím CESCE

Rozvíjet lidský kapitál pro internacionalizaci prostřednictvím vzdělávání studentů a odborníků v oblasti internacionalizace, usnadňování přístupu k informacím a podpoře přítomnosti španělských podniků v mezinárodních a komunitárních finančních institucích.

Ukazatel 10.1	Počet studentů v rámci studia internacionalizace
Ukazatel 10.2	Počet Španělů najatých institucemi EU
Ukazatel 10.3	Počet Španělů najatých mezinárodními finančními institucemi

Usnadnit přístup k informacím.

Ukazatel 11.1	Počet konzultací poskytnutých prostřednictvím Globálního okénka ICEX (Ventana Global ICEX) včetně personalizovaných služeb
---------------	--

Zdroj: Vlastní vypracování dle MINECO [Ministerio de Economía y de Competitividad]. *Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española 2014-2015* [online], s. 27–29.

Příloha 8 – Cíle a hodnoticí ukazatele Národního a integrovaného plánu cestovního ruchu 2012-2015

Zvýšit turistickou aktivitu a její výnosnost.

Ukazatel 1. a	Celkový příjem ze sektoru cestovního ruchu
Ukazatel 1. b	Hrubý provozní přebytek na zaměstnance
Ukazatel 1. c	Průměrná denní útrata turistů

Vytvářet kvalitní zaměstnání.

Ukazatel 2. a	Průměrná hodinová mzda
Ukazatel 2. b	Poměr úvazků na dobu určitou a neurčitou

Podpořit jednotný trh.

Ukazatel 3. a	Transparentnost vládní politiky
---------------	---------------------------------

Zlepšit mezinárodní postavení.

Ukazatel 4. a	Vývoj počtu podniků a objem jejich příjmů
Ukazatel 4. b	Podíl Španělska na investicích obdržенých z evropských fondů

Zlepšit kohezi značky Španělska a povědomí o ní.

Ukazatel 5. a	Pozice Španělska v řebříčku zaměřeném na značku země
Ukazatel 5. b	Pozice Španělska v řebříčku zaměřeném na značku země v oblasti cestovního ruchu
Ukazatel 5. c	Vývoj pozice španělské turistické značky

Podpořit společnou zodpovědnost veřejného a soukromého sektoru.

Ukazatel 6. a	Stupeň zapojení soukromé iniciativy do rozhodovacích procesů
Ukazatel 6. b	Ukazatel soukromého financování propagačních akcí

Podpořit celoroční charakter cestovního ruchu oproti sezónnímu.

Ukazatel 7. a	Doba trvání hlavní turistické sezóny nerezidentů
Ukazatel 7. b	Doba trvání hlavní turistické sezóny Španělů

Zdroj: Vlastní vypracování dle INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA. *Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015* [online], s. 38–46.

Příloha 9 – Mezinárodní ukazatele a žebříčky sledované v rámci projektu *Marca España*

OBLAST	HODNOCENÍ
Obecná	- Country Brand Index (Index značky země) - Índice Elcano de Presencia Global (Index Elcano pro globální přítomnost) - Global Competitiveness Index (Index globální konkurenceschopnosti) - Legatum Prosperity Index (Index prosperity Legatum) - Nation Brand Perception Index (Index vnímání národní značky) - The Anholt – GfK Roper Nation Brands Index (Index národních značek Anholt – GfK Roper) - IMD World Competitiveness Yearbook (Ročenka světové konkurenceschopnosti IMD) - Reputation Institute: Country RepTrak (Institut reputace: Country RepTrak) - Brand Finance: Nation Brands (Brand Finance: Národní značky)
Ekonomické prostředí	- Global Competitiveness Index – makroekonomické prostředí - Global Entrepreneurship Monitor (Monitor globálního podnikání) - Enabling Trade Index (Index umožňování obchodu) - Doing Business – speciální a diferencované zacházení - Global Competitiveness Index – vzdělání - Global Innovation Index (Globální inovační index) - Top 500 Most Valuable Global Brands (Top 500 nejhodnotnějších globálních značek) - Best Countries for Business (Nejlepší země pro byznys)
Cestovní ruch, památky a kultura	- Country Brand Index (Index značky země) – památky a kultura, cestovní ruch - Travel & Tourism Competitiveness Index (Index cestovatelské a turistické konkurenceschopnosti) - Great Nations of Sport Ranking (Žebříček velkých národů sportu) - Legatum Prosperity Index – sociální kapitál, osobní svoboda
Kvalita života	- Country Brand Index – kvalita života - Global Peace Index (Index globálního míru) - Environmental Performance Index (Index výkonu v oblasti životního prostředí) - Legatum Prosperity Index – zdravotnictví - Global Competitiveness Index – efektivnost trhu práce - Human Development Index (Index lidského rozvoje) - Times Higher Education World University Rankings (Žebříček Times – vyšší vzdělání a světové univerzity) - European Business School Rankings (Žebříček evropských byznysových škol) - Programme for International Student Assessment (Mezinárodní průzkum znalostí studentů)

Vládnutí a instituce	• WSI Economic Freedom Index (Index ekonomické svobody) • Corruption Perception Index (Index vnímání korupce) • Global Competitiveness Index – vláda a instituce • World Competitiveness Yearbook – efektivnost vlády • World Giving Index (Index světového dávání) • Cuadro de indicadores de la Justicia (Ukazatele soudnictví)
Infrastruktura	• Global Competitiveness Index – infrastruktura • World Competitiveness Yearbook – infrastruktura • Networked Readiness Index (Index síťové připravenosti) • Travel & Tourism Competitiveness Index – infrastruktura • Global Energy Architecture Performance Index (Index výkonu globální energetické architektury)

Zdroj: Upraveno dle *Rankings Para Marca España* [online].

Příloha 10 – Vývoj vybraných makroekonomických ukazatelů španělské ekonomiky v období 2008–2015

ukazatel/rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Tempo růstu HDP (roční %)¹	1,1	-3,6	0,0	-1,0	-2,6	-1,7	1,4	-
Nezaměstnanost, celková (% pracovní síly)¹	11,3	17,9	19,9	21,4	24,8	26,1	24,4	22,1
Celkový vládní dluh (% HDP)²	47,1	61,7	66,5	77,5	92	103,8	117,8	-
Vládní deficit (% HDP)²	-4,4	-10,9	-9,4	-9,5	-10,4	-6,9	-5,9	-
Export zboží a služeb (% HDP)¹	25,3	22,7	25,5	28,9	30,6	32	32,5	-
Import zboží a služeb (% HDP)¹	30,4	23,8	26,8	29,2	29,1	28,7	30,1	-
Přímé zahraniční investice, čistý tok (% HDP)¹	4,9	0,9	2,9	2,1	1,9	3,3	2,5	-

Zdroj: 1 – WORLD BANK. *World Data Bank* [online databáze]. 2 – OECD [Organization for Economic Cooperation and Development]. *OECD Data* [online databáze].

Poznámky:

* Pro rok 2015 nejsou oficiální data zatím dostupná. V případě nezaměstnanosti se jedná o odhad.

Příloha 11 – Přehled zemí původu a celkového počtu respondentů jednotlivých šetření BIE

Dotazníkové šetření	Země původu respondentů	Celkový počet respondentů
Květen-červen 2012 – první kolo	Brazílie, Německo, USA, Velká Británie	2432
Květen-červen 2012 – druhé kolo	Brazílie, Německo, USA, Velká Británie	1236
Prosinec 2012	Argentina, Itálie, Německo, USA, Velká Británie	2645
Březen-duben 2013	Čína, Mexiko, Německo, Rusko, USA, Velká Británie	3036
Listopad 2013	Brazílie, Francie, Itálie, Mexiko, Německo, Velká Británie, USA	4307
Prosinec 2014 – leden 2015	Alžírsko, Brazílie, Francie, Indonésie, Jižní Korea, Maroko, Mexiko, Německo, Velká Británie, USA	4028

Zdroj: Vlastní vypracování dle REAL INSTITUTO ELCANO. *Barómetro de la Marca España (BME)*. 1^a oleada: resultados de mayo y junio de 2012 [online], s. 3. REAL INSTITUTO ELCANO. *Barómetro de la Marca España (BME)*. 2^a oleada: resultados de diciembre de 2012 [online], s. 2. REAL INSTITUTO ELCANO. *Barómetro de la Marca España (BME)*. 3^a oleada: resultados de marzo-abril de 2012 [online], s. 3. REAL INSTITUTO ELCANO. *Barómetro Imagen de España*. 4^a oleada, trabajo de campo noviembre de 2013 [online], s. 3. REAL INSTITUTO ELCANO. *Barómetro de la Imagen de España (BIE)*. 5^a oleada: resultados de diciembre 2014 – enero 2015 [online], s. 5.

Příloha 12 – Představení metodologie SIDIR (2015) s ohledem na výkon v ekonomické oblasti

Země původu respondentů dotazníkového šetření:

Země G-8 (Francie, Itálie, Japonsko, Kanada, Německo, Rusko, USA, Velká Británie).

Oblasti, ve kterých se zkoumalo vnímání země:

Vojenská spolupráce; technologie a inovace; věda a literatura; země vhodná pro život; země vhodná pro práci; sport; ekonomický a sociální blahobyt; ekonomické prostředí (regulace); znalosti a schopnosti 15letých; politické a institucionální prostředí; rozvojová spolupráce; etika a transparentnost; výdaje na vzdělání; styl života; země vhodná pro studium; ekonomické prostředí (internet); přírodní prostředí; rozšířenost kultury; obchodní značky; ekonomické prostředí (dopravní infrastruktura); země vhodná pro nákup zboží; univerzity; země vhodná pro cestování; země vhodná pro investování; obchodní školy; bezpečnost; země vhodná pro účast na akcích.

Země, které se v rámci průzkumu porovnávaly:

Alžírsko, Argentina, Austrálie, Belgie, Brazílie, Česká republika, Čína, Dánsko, Egypt, Filipíny, Finsko, Francie, Chile, Indie, Indonésie, Írán, Irsko, Itálie, Izrael, Japonsko, Jihoafrická republika, Jižní Korea, Kanada, Katar, Kazachstán, Kolumbie, Kuvajt, Malajsie, Mexiko, Německo, Nigérie, Nizozemí, Norsko, Nový Zéland, Pákistán, Peru, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Rusko, Řecko, Saúdská Arábie, Singapur, Spojené arabské emiráty, Španělsko, Švédsko, Švýcarsko, Tchaj-wan, Thajsko, Turecko, Ukrajina, USA, Velká Británie, Venezuela.

Objektivní ukazatele, na základě kterých se hodnotí realita ve vybraných ekonomických oblastech:

Oblast	Objektivní ukazatele	Zdroj dat
Země vhodná pro investování	Zásoba PZI	Konference OSN o obchodu a rozvoji
Země vhodná pro nákup zboží	Hodnota exportu zboží a služeb	Konference OSN o obchodu a rozvoji
Ekonomické prostředí (dopravní infrastruktura)	Hustota silnic, železniční sítě a letišť	Cetral Intelligence Agency – CIA World Factbook
Značky a známé podniky	Počet značek mezi top 500 na světě	Brandirectory
Ekonomické prostředí (internet)	Počet připojení na internet na 100 obyvatel; celkový počet připojení	Mezinárodní telekomunikační unie
Technologie a inovace	Počet platných patentů/počet obyvatel; celkový počet platných patentů	Světová organizace duševního vlastnictví; Mezinárodní měnový fond
Ekonomický a sociální blahobyt	Index lidského rozvoje upravený podle nerovností	Rozvojový program OSN
Ekonomické prostředí (regulace)	Odhad regulatorní kvality podle Ukazatelů světové governance (Worldwide Governance Indicators)	Světová banka – Ukazatele světové governance

Zdroj: Vlastní zpracování dle REAL INSTITUTO ELCANO. *Sistema de Indicadores de la Distancia entre Imagen y Realidad. Análisis del caso español. Segunda edición – 2015* [online].

Příloha 13 – Hodnoticí aspekty podle Country Brand Index (2014)

Aspekt	Popis
Povědomí (Awareness)	Ví cílová skupina, že země existuje? Jak hluboko ji mají v mysli?
Obeznamenost (Familiarity)	Jak dobře lidé zemi znají a ví, co nabízí?
Asociace (Associations)	Jaké vlastnosti se lidem vybaví, když si vzpomenou na tu zemi?
	V této oblasti jsou asociace zkoumány v pěti dimenzích:
	- Cestovní ruch
	- Dědictví a kultura
	- Příznivé prostředí pro podnikání
	- Kvalita života
	- Hodnotový systém
	- Vyrobeno v
Preference (Preference)	Jak vysoce si cílová skupina zemi cení? Má dobrou pověst?
Zvažování (Consideration)	Jedná se o jednu ze zemí, které by rádi navštívili?
Rozhodnutí/návštěva (Decision/Visitation)	Do jaké míry toto rozhodnutí naplní a skutečně zemi navštíví?
Obhajoba (Advocacy)	Doporučují návštěvníci zemi rodině, přátelům nebo kolegům?

Zdroj: Vlastní vypracování dle FUTUREBRAND. *Country Brand Index 2014-2015* [online], s. 9.

Příloha 14 – Hodnocené charakteristiky v jednotlivých dimenzích podle Country RepTrak (2015)

Dimenze	Charakteristiky
Vyspělé ekonomické prostředí (Advanced Economy)	Zboží a služby vysoké kvality
	Známé značky
	Země významně přispívá ke globální kultuře
	Pokročilé technologické prostředí
	Dobře vzdělaná a spolehlivá pracovní síla
	Země si váží vzdělání
Přitažlivé životní prostředí (Appealing Environment)	Krásná země
	Země, kterou si lidé užijí
	Země nabízí přitažlivý životní styl
	Lidé jsou přátelští a pohostinní
Efektivní vládnutí (Effective Government)	Příznivé prostředí pro rozvoj podnikání
	Institucionální prostředí
	Sociální a ekonomické politiky
	Mezinárodní zapojení
	Bezpečnost
	Efektivní využívání veřejných zdrojů
	Etická země

Zdroj: Vlastní vypracování dle REPUTATION INSTITUTE. 2015 Country RepTrak®. *The World's Most Reputable Countries* [online], s. 4.

Příloha 15 – Proměnné vstupující do Brand Strength Index v hodnocení Nation Brands (2015)

Pilíř	Subpilíř	Proměnná
Investice (Investment)	Governance	Regulace
		Zdanění
		Infrastruktura
		Ochrana investorů
	Trh	Využívání technologií
		Výzkum a vývoj
		Provozování podnikání
		Rozvoj trhu
	Lidé a schopnosti	Vzdělání
		Zachycení talentů
		Využívání talentů
Společnost (Society)		Korupce
		Soudní systém
		Bezpečnost
		Image
		Kvalita života
		Korporátní etika
Zboží a služby (Goods & Services)	Governance	Obchodní pravidla
		Vládní politika
	Trh	Velikost
		Konkurence
		Rozvoj
	Cestovní ruch	Přitažlivost
		Hodnota
		Infrastruktura
		Otevřenost

Zdroj: BRAND FINANCE. *Nation Brands 2015. The annual report on the world's most valuable nation brands* [online], s. 20.

Příloha 16 – Postavení Španělska podle jednotlivých ukazatelů GCI (2015)

INDICATOR	VALUE	RANK/140
1st pillar: Institutions		
1.01 Property rights	4.3	60
1.02 Intellectual property protection	4.0	62
1.03 Diversion of public funds	2.9	98
1.04 Public trust in politicians	2.3	108
1.05 Irregular payments and bribes	4.5	45
1.06 Judicial independence	3.5	84
1.07 Favoritism in decisions of government officials	2.9	78
1.08 Wastefulness of government spending	2.5	111
1.09 Burden of government regulation	2.7	124
1.10 Efficiency of legal framework in settling disputes	3.3	88
1.11 Efficiency of legal framework in challenging regs.	3.5	65
1.12 Transparency of government policymaking	4.0	76
1.13 Business costs of terrorism	5.2	78
1.14 Business costs of crime and violence	5.2	38
1.15 Organized crime	5.6	39
1.16 Reliability of police services	5.8	20
1.17 Ethical behavior of firms	3.8	79
1.18 Strength of auditing and reporting standards	4.6	67
1.19 Efficacy of corporate boards	4.9	54
1.20 Protection of minority shareholders' interests	3.7	94
1.21 Strength of investor protection, 0–10 (best)*	6.4	30
2nd pillar: Infrastructure		
2.01 Quality of overall infrastructure	5.7	14
2.02 Quality of roads	5.8	11
2.03 Quality of railroad infrastructure	5.9	4
2.04 Quality of port infrastructure	5.7	12
2.05 Quality of air transport infrastructure	5.9	12
2.06 Available airline seat km/week, millions*	3,880.3	9
2.07 Quality of electricity supply	6.2	24
2.08 Mobile telephone subscriptions/100 pop.*	107.8	81
2.09 Fixed-telephone lines/100 pop.*	40.6	19
3rd pillar: Macroeconomic environment		
3.01 Government budget balance, % GDP*	–5.8	122
3.02 Gross national savings, % GDP*	19.6	75
3.03 Inflation, annual % change*	–0.2	71
3.04 General government debt, % GDP*	97.7	126
3.05 Country credit rating, 0–100 (best)*	65.4	43
4th pillar: Health and primary education		
4.01 Malaria cases/100,000 pop.*	M.F.	n/a
4.02 Business impact of malaria	N/Apl.	n/a
4.03 Tuberculosis cases/100,000 pop.*	13.0	31
4.04 Business impact of tuberculosis	6.8	6
4.05 HIV prevalence, % adult pop.*	0.4	74
4.06 Business impact of HIV/AIDS	6.5	16
4.07 Infant mortality, deaths/1,000 live births*	3.6	25
4.08 Life expectancy, years*	82.4	5
4.09 Quality of primary education	4.1	66
4.10 Primary education enrollment, net %*	98.4	15
5th pillar: Higher education and training		
5.01 Secondary education enrollment, gross %*	130.8	2
5.02 Tertiary education enrollment, gross %*	84.6	7
5.03 Quality of the education system	3.4	85
5.04 Quality of math and science education	3.8	84
5.05 Quality of management schools	5.8	6
5.06 Internet access in schools	4.3	67
5.07 Availability of specialized training services	4.2	62
5.08 Extent of staff training	3.6	104
6th pillar: Goods market efficiency		
6.01 Intensity of local competition	5.6	19
6.02 Extent of market dominance	4.1	34
6.03 Effectiveness of anti-monopoly policy	4.2	38
6.04 Effect of taxation on incentives to invest	3.0	121
6.05 Total tax rate, % profits*	58.2	122

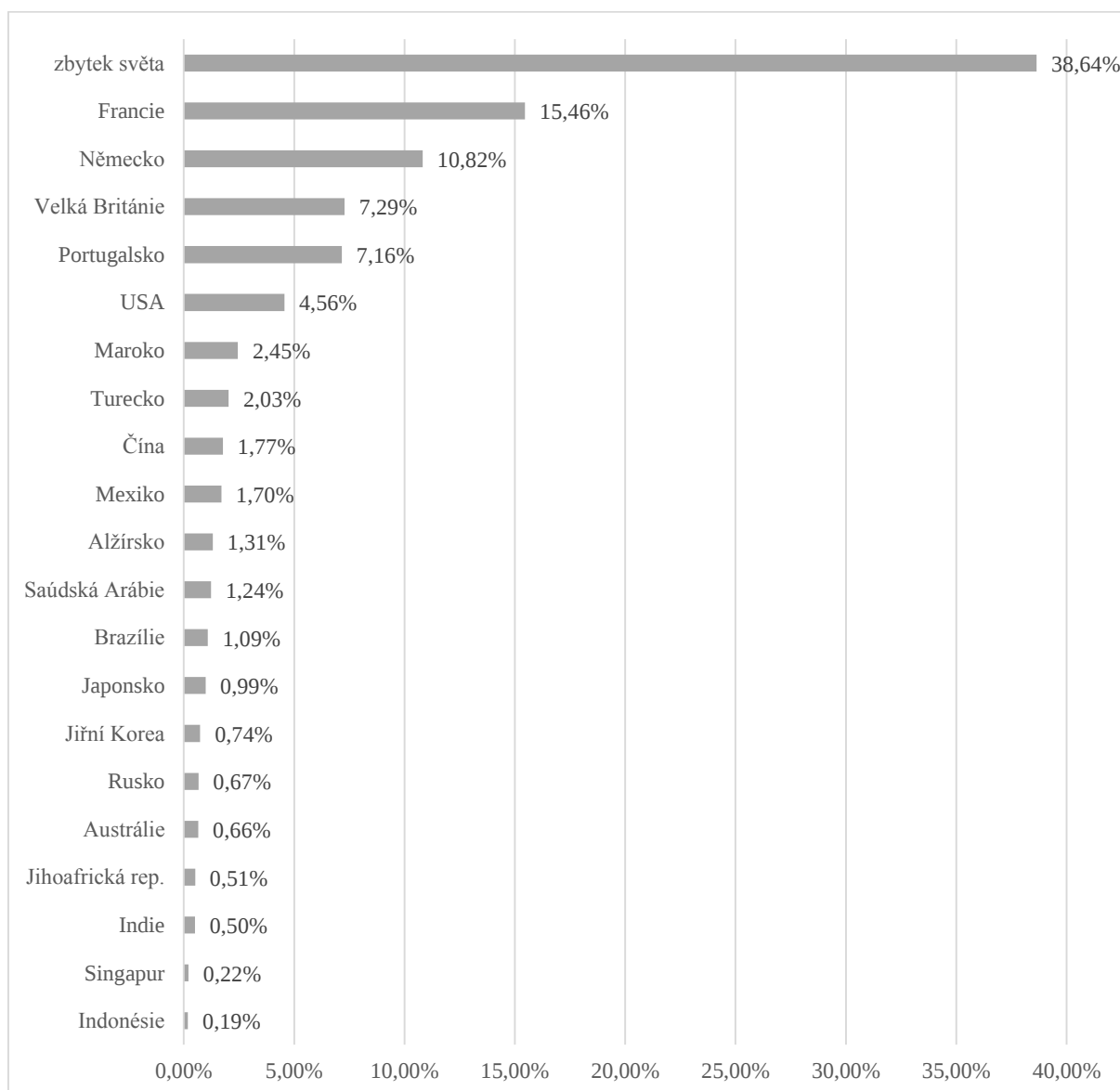
INDICATOR	VALUE	RANK/140
6th pillar: Goods market efficiency (cont'd.)		
6.06 No. procedures to start a business*	6	57
6.07 No. days to start a business*	13.0	74
6.08 Agricultural policy costs	3.7	76
6.09 Prevalence of non-tariff barriers	4.2	86
6.10 Trade tariffs, % duty*	1.2	5
6.11 Prevalence of foreign ownership	5.0	44
6.12 Business impact of rules on FDI	4.6	59
6.13 Burden of customs procedures	4.6	39
6.14 Imports as a percentage of GDP*	30.4	114
6.15 Degree of customer orientation	4.7	64
6.16 Buyer sophistication	3.3	76
7th pillar: Labor market efficiency		
7.01 Cooperation in labor-employer relations	4.2	84
7.02 Flexibility of wage determination	4.6	97
7.03 Hiring and firing practices	3.1	121
7.04 Redundancy costs, weeks of salary*	17.4	79
7.05 Effect of taxation on incentives to work	3.0	124
7.06 Pay and productivity	3.4	115
7.07 Reliance on professional management	4.5	49
7.08 Country capacity to retain talent	3.1	94
7.09 Country capacity to attract talent	2.8	98
7.10 Women in labor force, ratio to men*	0.85	53
8th pillar: Financial market development		
8.01 Availability of financial services	4.9	49
8.02 Affordability of financial services	4.2	60
8.03 Financing through local equity market	3.3	82
8.04 Ease of access to loans	1.7	131
8.05 Venture capital availability	2.7	69
8.06 Soundness of banks	4.7	79
8.07 Regulation of securities exchanges	4.4	59
8.08 Legal rights index, 0–12 (best)*	5	63
9th pillar: Technological readiness		
9.01 Availability of latest technologies	5.5	34
9.02 Firm-level technology absorption	4.9	50
9.03 FDI and technology transfer	4.8	38
9.04 Individuals using Internet, %*	76.2	30
9.05 Fixed-broadband Internet subscriptions/100 pop.*	27.3	28
9.06 Int'l Internet bandwidth, kb/s per user*	111.5	27
9.07 Mobile-broadband subscriptions/100 pop.*	77.1	25
10th pillar: Market size		
10.01 Domestic market size index, 1–7 (best)*	5.3	16
10.02 Foreign market size index, 1–7 (best)*	5.8	22
10.03 GDP (PPP\$ billions)*	1,566.4	16
10.04 Exports as a percentage of GDP*	32.6	88
11th pillar: Business sophistication		
11.01 Local supplier quantity	5.1	18
11.02 Local supplier quality	5.1	31
11.03 State of cluster development	3.9	50
11.04 Nature of competitive advantage	4.1	37
11.05 Value chain breadth	4.7	25
11.06 Control of international distribution	4.4	26
11.07 Production process sophistication	4.7	30
11.08 Extent of marketing	4.7	40
11.09 Willingness to delegate authority	3.5	95
12th pillar: Innovation		
12.01 Capacity for innovation	4.1	55
12.02 Quality of scientific research institutions	4.4	37
12.03 Company spending on R&D	3.3	59
12.04 University-industry collaboration in R&D	3.8	57
12.05 Gov't procurement of advanced tech products	3.2	84
12.06 Availability of scientists and engineers	5.0	16
12.07 PCT patents, applications/million pop.*	38.2	25

Příloha 17 – Hodnoty exportu Španělska do vybraných zemí v období 2008–2015 (tis. eur)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Celý svět	279231467,6	223132207,9	246265330,4	298170964,5	285936445,7	310963647,6	318649311,8	278122010,2
Alžírsko	3191765,2	2922342,8	2700010,1	3456444,1	4453164,9	5124762,4	4913208,0	3631308,0
Austrálie	1529885,4	1164502,6	1482451,0	2147841,0	2850200,9	3240735,6	1891057,4	1820510,9
Brazílie	2421736,0	1877532,3	2833598,2	3595940,7	3623613,2	4826469,0	4182892,0	3032029,5
Čína	3176694,7	2771723,9	3509995,4	4716906,0	4841063,1	5235946,6	5416586,9	4944051,9
Francie	50896884,4	43150579,8	45008071,3	53510400,6	46380326,6	49958953,6	49979754,0	42997774,8
Indie	1133852,1	1125257,1	1571705,0	1858475,6	1617349,0	1489835,5	1499686,8	1396368,3
Indonésie	293678,6	276602,8	324185,5	409245,2	499505,6	506449,5	516452,0	525834,0
Japonsko	2150880,0	1690498,2	1886454,0	2589837,4	2667378,9	2943498,9	3485199,3	2747359,9
Jihoafrická republika	956595,3	770034,5	1139306,5	1315816,1	1354997,4	1867190,5	1641117,1	1422326,4
Jižní Korea	840413,2	801576,2	1000994,2	1131595,0	1385286,8	1426341,7	2618540,5	2056753,8
Maroko	5406280,4	4318260,5	4571421,5	5724718,7	6806426,2	7315465,7	7745467,8	6810991,1
Mexiko	4141410,9	3446777,5	3719669,5	4092304,5	4206850,9	4277975,7	4655698,8	4749082,8
Německo	29361381,4	24705320,3	25784512,5	30365658,6	29935172,4	31286745,7	33057845,9	30077279,1
Portugalsko	24672319,9	20526611,6	21973470,4	23921861,7	19608556,2	23220259,5	23913649,8	19913784,6
Rusko	4186308,0	2056990,3	2644293,3	3515077,5	3767207,8	3742689,1	3384133,8	1878260,0
Saúdská Arábie	1434860,9	1225953,8	1386211,9	1869461,3	2114244,8	3154682,6	3019783,6	3442020,8
Singapur	555817,4	789973,0	910333,7	637278,6	1078403,5	1051504,3	1072976,5	599175,7
Turecko	4436416,7	3967016,0	4974183,9	6200392,2	5965721,0	6393474,9	6660058,5	5649540,1
USA	11134348,6	7963358,6	8665410,8	11009296,6	11586804,5	11527324,9	14129551,8	12667946,3
Velká Británie	19746340,9	14082910,2	15238339,4	18835403,0	17548284,4	20932601,9	21918185,0	20258010,3
Prioritní země ME	116332145,0	100052432,6	114314579,4	129983664,4	136427602,9	143646169,9	147549557,9	153538804,0
Prioritní země pouze ME	84489032,9	73421755,3	81498379,7	91000986,9	90515134,4	95159040,2	97159884,7	101930290,1
Prioritní země EÚ	31843112,1	26630677,3	32816199,7	38982677,5	45912468,4	48487129,8	50389673,2	51608513,9
Neprioritní země	72895706,4	59837117,6	72465491,2	85246706,3	89686991,1	92167899,1	93032272,3	96702528,1

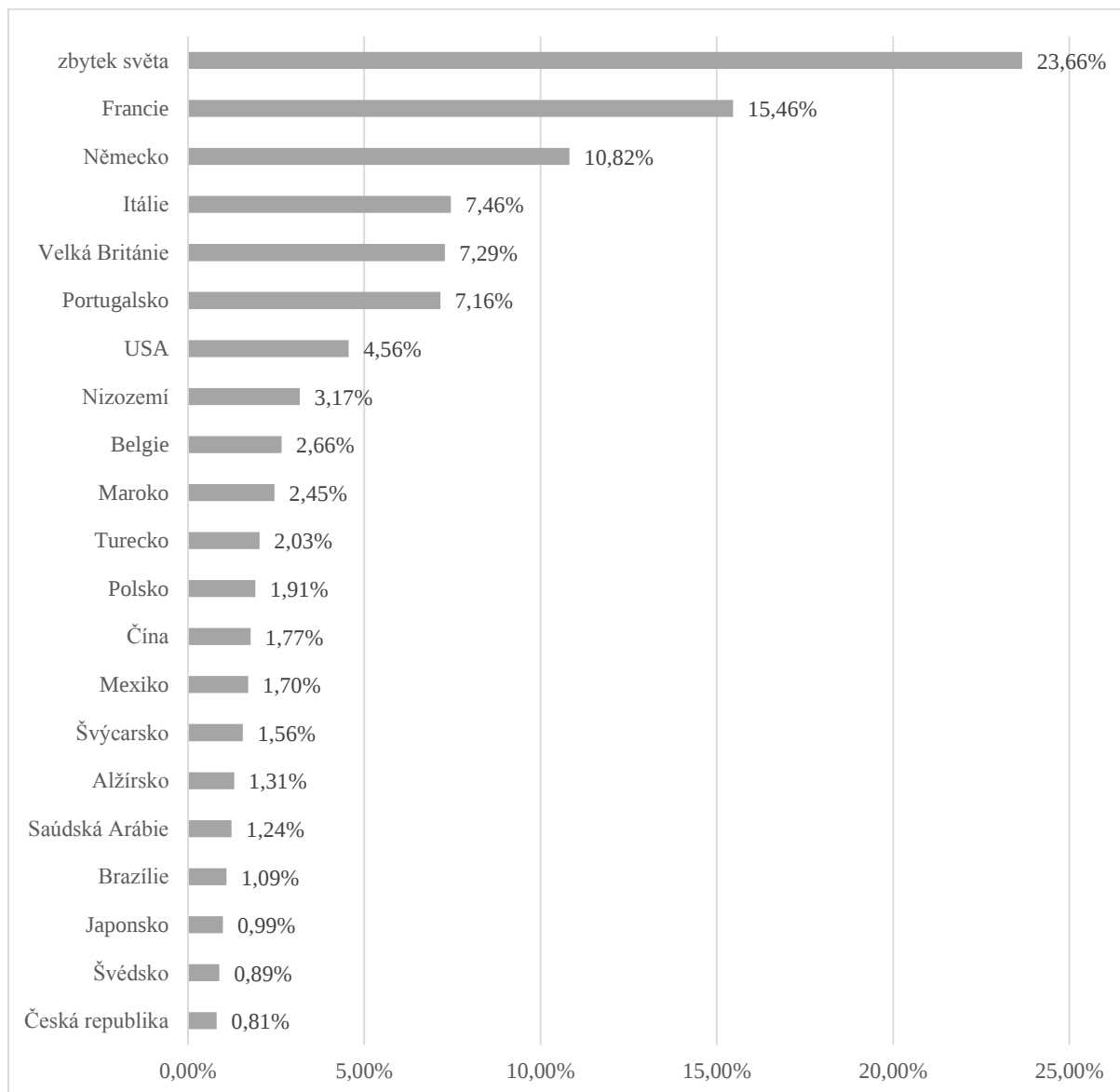
Zdroj: Vlastní vypracování dle MINECO [Ministerio de Economía y Competitividad]. DataComex [online databáze].

Příloha 18 – Podíl prioritních zemí podle projektu *Marca España* na celkových exportech Španělska v roce 2015



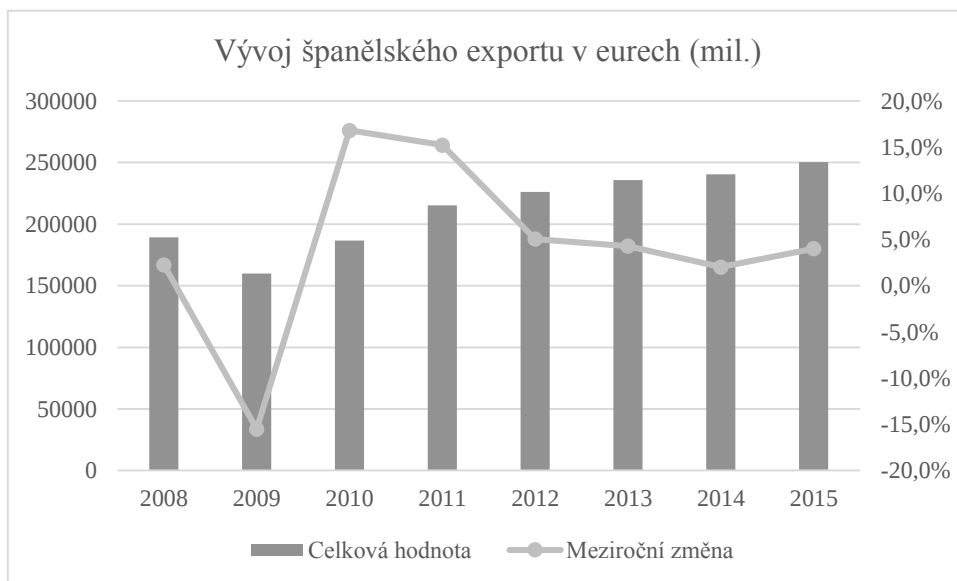
Zdroj: Vlastní vypracování dle MINECO [Ministerio de Economía y Competitividad]. *DataComex* [online databáze].

Příloha 19 – Nejvýznamnější obchodní partneři Španělska z hlediska podílu na celkovém exportu země v roce 2015

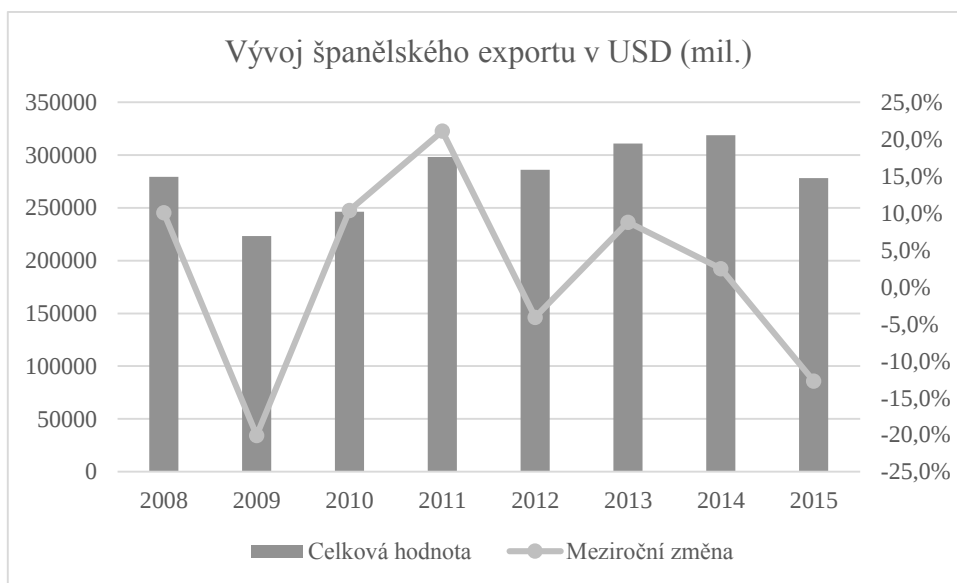


Zdroj: Vlastní vypracování dle MINECO [Ministerio de Economía y Competitividad]. *DataComex* [online databáze].

Příloha 20 – Srovnání vývoje hodnot celkového španělského exportu v eurech a v amerických dolarech



Zdroj: Vlastní vypracování dle MINECO [Ministerio de Economía y Competitividad]. *DataComex* [online databáze].



Zdroj: Vlastní vypracování dle UN [United Nations]. *UN Comtrade Database* [online databáze].

Vývoj průměrného ročního kurzu EUR/USD v období 2008–2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Průměrný kurz EUR/USD	1,47	1,39	1,33	1,39	1,28	1,33	1,33	1,11

Zdroj: Vlastní vypracování dle ECB [European Central Bank]. *Euro exchange rates USD* [statistická data].

Příloha 21 – Celkové hodnoty španělského exportu a jeho meziroční vývoj do vybraných skupin zemí v letech 2008–2015

HODNOTA EXPORTU	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
celkový export	189227851,4	159889550,2	186780070,6	215230370,7	226114594,0	235814069,0	240581830,2	250241332,2
prioritní země ME	116332145,0	100052432,6	114314579,4	129983664,4	136427602,9	143646169,9	147549557,9	153538804,0
prioritní země pouze ME	84489032,9	73421755,3	81498379,7	91000986,9	90515134,4	95159040,2	97159884,7	101930290,1
prioritní země ED	31843112,1	26630677,3	32816199,7	38982677,5	45912468,4	48487129,8	50389673,2	51608513,9
neprioritní země	72895706,4	59837117,6	72465491,2	85246706,3	89686991,1	92167899,1	93032272,3	96702528,1
MEZIROČNÍ VÝVOJ								
celkový export	x	-15,5%	16,8%	15,2%	5,1%	4,3%	2,0%	4,0%
prioritní země ME	x	-14,0%	14,3%	13,7%	5,0%	5,3%	2,7%	4,1%
prioritní země pouze ME	x	-13,1%	11,0%	11,7%	-0,5%	5,1%	2,1%	4,9%
prioritní země ED	x	-16,4%	23,2%	18,8%	17,8%	5,6%	3,9%	2,4%
neprioritní země	x	-17,9%	21,1%	17,6%	5,2%	2,8%	0,9%	3,9%

Zdroj: Vlastní vypracování dle MINECO [Ministerio de Economía y Competitividad]. *DataComex* [online databáze].