

OBSAH

O ZAHRANIČNÍM OBCHODĚ NEMLUVÍME. DĚLÁME HO

Mileta v Hořicích působí nenápadně. Když vjedete do areálu, ani by vás nenapadlo, že za těmito zdmi vznikají luxusní látky, které firma dodává prakticky do celého světa. Nenechte se ale zmást prvním dojmem. Uvnitř se ocitnete ve zcela jiném světě: moderní stroje, čistota, preciznost. A tým lidí, který dělá pro úspěch značky maximum. Však také předseda představenstva Otakar Petráček hrdě říká: „Máme tady hodně šikovných lidí a jsme rádi, že s nimi můžeme spolupracovat.“

12

EXPORTÉŘI MAJÍ V ROCE 2016 NAŠLÁPNUTO K DALŠÍMU RŮSTU

Česká republika je třetí nejotevřenější ekonomikou Evropy. Poměr vývozu k HDP dosahuje 83,6 %. Je proto zřejmé, že růst tuzemské ekonomiky přímo závisí na tom, jak se českým vývozcům daří. Podle propočtů Světového ekonomického fóra je Česká republika z pohledu závislosti české ekonomiky na výkonu exportně orientovaných firem na 11. místě z 215 sledovaných zemí světa. V aktuálním vydání Komory.cz jsme se zaměřili na to, co exportní firmy potřebují, aby byly úspěšné.

16

ČEŠTÍ PRŮMYSLNÍCI JSOU NEJLEPŠÍ NA SVĚTĚ

Hospodářská komora ČR jako největší zástupce podnikatelů má dlouhodobý plán podpory exportu, říká viceprezident HK ČR Bořivoj Minář.

28

MISE HK ČR OTEVÍRAJÍ ČESKÝM PODNIKATELŮM DVEŘE DO SVĚTA

Hospodářská komora ČR je nezpochybnitelným lídrem ekonomické diplomacie již řadu let. Potvrdil to i uplynulý rok, který byl z hlediska aktivit zaměřených na podporu exportu a zpřístupňování zahraničních kontaktů pro domácí firmy bezesporu rokem rekordním.

30

MAPA GLOBÁLNÍCH OBOROVÝCH PŘÍLEŽITOSTÍ JE UNIKÁTNÍ OBSAHEM I STYLEM

Mapa globálních oborových příležitostí přinesla nový pohled na exportní příležitosti pro české vývozce a představuje unikátní nástroj podpory ekonomické diplomacie prostřednictvím hledání oborových příležitostí českého exportu. „Její příprava trvala zhruba rok. Podílelo se na ní několik desítek lidí v ČR a více než stovka lidí v zahraničí,“ říká v rozhovoru pro časopis Komora.cz Martin Tlapa, náměstek ministra zahraničních věcí.

36

KONGRESY A KONFERENCE: FIRMY ŽÁDAJÍ INTERAKTIVITU A NÁVRATNOST INVESTIC

Začátek roku je ideálním obdobím pro plánování nejrůznějších akcí, kterými se firmy prezentují v rámci B2B i B2C sektoru. Některé větší společnosti pořádání eventu zvládnou tzv. inhouse vlastními silami, jiné si přizvou na pomoc specializované agentury a organizátory. Při pořádání konkrétní akce pak záleží především na preferencích pořadatelů.

50
