

Tisková zpráva

ze semináře v Evropském domě na téma:

Pracuji ve velké firmě a dolehla na nás krize...



Informační kancelář
Evropského parlamentu



Zastoupení
Evropské komise
v České republice

Ve středu 7. dubna 2010 se v Evropském domě uskutečnil pátý ze série pravidelných seminářů na aktuální témata evropské integrace. Věnoval se dopadům krize na velké firmy, Strategii EU 2020 a podpory výzkumu a vývoje.

Dopad ekonomické krize na velké firmy je v porovnání s malými a středními podniky strukturálně odlišný. Některé sektory jsou postiženy výrazně více (automobilový průmysl) než jiné (energetika). Pokles poptávky vede k úsporným opatřením a šetření nákladů, ale zároveň automaticky nevede k výraznému poklesu investic do inovací. Velké firmy, především v oblasti informačních technologií, investují do inovací, aby po oživení poptávky měly konkurenční výhodu. Dopad krize na český bankovní trh byl minimální. V tomto ohledu je Česká republika jednou z mála zemí, kde nebyly státní zásahy nutné. Kromě relativně konzervativního chování českých bank pomohlo i to, že velké banky jsou vlastněny silnými zahraničními vlastníky. „Důvodem je ale také fakt, že mateřské banky si chtěly samy pro sebe ponechat velké zisky, které plynou z rizikových investic a své české „dcery“ k riskantním, ale výnosným, operacím víceméně nepustily,“ uvedl Karel Mráček z Asociace výzkumných organizací. Dodal, že krize může ještě české banky zasáhnout díky špatné situaci jejich klientů, tj. především velkých firem.

I když s cyklickými krizemi Škoda Auto počítá, tato konkrétní krize je specifická ze tří hlavních důvodů. Jednak kvůli rychlosti, se kterou přišla. Dále svou globální povahou, kdy nebylo možné dopady krize na jednom trhu kompenzovat jinde, s výjimkou Číny, kde prodeje rostly. Třetím důvodem je, že krize byla extrémně hluboká a propady prodejů v některých zemích dosáhly až 50%. Proto bylo především nutné zareagovat rychle. Škodě Auto i celé skupině Volkswagen se to podařilo díky rychlému uvolnění skladů, které přineslo nutnou likviditu. Škoda Auto byla také jedna z mála automobilových firem, která během krize přišla s novými modely. Uspěla také její taktika otevírání nových závodů v zemích blíže novým trhům na východě. V bezprostřední reakci na krizi firma zavedla úsporný program, který ušetřil až 170 milionů euro. Díky těmto opatřením zůstala Škoda Auto v zisku, i když ten celkově klesl přibližně o 60%. „Samostatná koruna v globalizovaném světě české ekonomice neprospívá, protože při volatilitě kursu o 10-15% je podnikání těžko předvídatelné. Konkrétním dopadem je například to, že absence eura byla jedním z hlavních důvodů proč Škoda Auto prohrála vnitrokoncernovou soutěž o výrobu malého rodinného automobilu, kterou získala Bratislava,“ uvedl Radek Špicar ze Škody Auto.

Program dalších seminářů a prezentace expertů je možné stáhnout na:

<http://www.evropska-unie.cz>

<http://www.evropsky-parlament.cz/view/cs/events/seminars.html>