

---

## **Odborný článok**

*Autor* Todd Bradshaw, Country Managing Partner, PwC

*Médium* Hospodárske noviny, rubrika Ako to vidím ja

*Dátum* 11. január 2012

*Online* <http://hnonline.sk/firmyafinancie/c1-54391780-caka-nas-v-roku-2012-kriza>

---

### **Čaká nás v roku 2012 kríza?**

Sviatky sa skončili, opasok na nohaviciach bolo nutné posunúť o jednu dierku ďalej, a je čas vrátiť sa späť do práce. Čo nás čaká v roku 2012? Téma, ktorá bude predmetom debát po celý rok a ktorá vládne aj diskusiám s našimi klientmi, je kríza. Bude, či nebude? Pokiaľ áno, bude dlhá či krátka? Pri poslednej recesii sme sa rozprávali o tom, aký bude priebeh hospodárskeho cyklu: Bude to „V“ či „L“ či snáď „W“. Komentár jedného môjho kolegu bol aj: „...sme v internetovej dobe, tak to bude asi WWW“.

Otázka však nestojí, či kríza bude alebo nebude, ale čo môžem urobiť ja, aby nebola. O kríze nerozhoduje niekto zhora, nie je naplánovaná, jej začiatok sa nedá vyčítať z Mayských kalendárov. Podnikateľ Baťa už v 30. rokoch prehlásil: „Príčinou krízy je morálna bieda. To, čomu sme zvykli hovoriť hospodárska kríza, je iné meno pre mravnú biedu. Mravná bieda je príčina, hospodársky úpadok je následok.“ To je stav, v ktorom sa naša spoločnosť nachádza. Riešenie, o ktorom Baťa hovoril a s ktorým sa aj ja stotožňujem, je obnovenie dôvery. Lahko sa to píše, horšie realizuje.

Prvý krok musí každý urobiť sám. Vyrába moja spoločnosť tie najlepšie a najkvalitnejšie výrobky? Poskytuje najlepšie služby? Sú moji zamestnanci spravodlivo ohodnotení a motivovaní k tomu, aby sa usilovali o neustále zlepšenia? Je moja spoločnosť a som hlavne ja dobrým príkladom pre ostatných? Pokiaľ áno, tak je to ten správny postoj, ako zvládnuť krízové obdobie. Pokiaľ je však moje podnikanie založené na nekvalite, imitáciách a produktoch, ktoré ľudia kupujú len preto, že sú o pár centov lacnejšie, pokiaľ poskytujem služby bez pridanej hodnoty, potom je dôvod mať z budúcnosti obavy.

Prajme si teda do nového roku, a zároveň tak i konajme, aby sa na Slovensku začali presadzovať kvalitné výrobky a kvalitné služby. Zaplaťme o pár centov viac za slovenskú paradajku, ktorú vypestoval svojou usilovnosťou sused vašej starej mamy, než aby sme kúpili lacný produkt umelo vypestovaný kdesi na vzdialených priemyselných plantážach. A nevnímajme toto rozhodnutie ako nacionalizmus, ale ako zdravý sedliacky rozum. Vyplatí sa nám to.