

Sklářský a keramický průmysl v ČR

Firmy, které vyrábějí tradiční české výrobky, se snaží prosazovat hlavně na vzdálenějších zahraničních trzích. Firmy, které se zaměřují výhradně na prodej v zemích Evropské unie, mohou v roce 2012 očekávat obtíže. Podle předběžných odhadů, vytvářených v roce 2011, by tržby tuzemského sklářství a keramického průmyslu měly po třech letech poklesu vzrůst o 1,5 %. Prezident Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR Petr Mazzolini však varuje, že aktuální výhled na rok 2012 je opět pesimistický.

Petr Mazzolini je zároveň ředitelem společnosti AGC Flat Glass Czech (dříve Glaverbel), která je největším výrobcem skla v České republice i v celé střední Evropě. Vývoj v oborech, v nichž působí jeho skupina, očekává Mazzolini odlišný: na výrobu okenních skel podle něho tvrdě dopadá pokračující útlum stavebnictví, naopak se zatím drží značná poptávka po automobilových sklech, a to zvláště v případě mladoboleslavské Škody. Celkové výsledky firmy v prvním pololetí 2011 byly velmi slibné, vývoj v druhém pololetí však nabral opačný směr. Tržby skupiny AGC Flat Glass Czech za rok 2011 tak byly zhruba na úrovni roku 2010, kdy činily 12,5 miliardy korun.

Výrobky tuzemských skláren a keramiček míří především na vývoz. Díky tomu obor, na který připadá jen asi 1,3 % tržeb z českého zpracovatelského průmyslu, v roce 2010 zajistil 8,4 % procenta z přebytku obchodní bilance zpracovatelského průmyslu. Vývoz skla a keramiky se meziročně zvýšil o 6,6 % na 37,6 miliardy korun. V tom je ovšem i reexport zboží, které bylo vyrobeno jinde, a také výprodej výrobků, které v krizovém roce 2010 zbyly na skladu.

Jednotliví čeští výrobci exportují 50 až 97 % své produkce. Zboží jde do devadesáti zemí. Podíl exportu do členských států Evropské unie na celkovém vývozu českého skla a keramiky se však pohybuje kolem 90 %, přičemž hlavním trhem zůstává Německo.

V průnik na nové trhy doufá rovněž výrobce sanitární keramiky Laufen CZ. „V České republice se budeme potýkat s vyšší daní z přidané hodnoty ve stavebnictví, v západní Evropě pak s krizí eurozóny,“ připomíná personální manažer společnosti Miloslav Hambálek. Firma proto hledá skuliny na trhu v bývalém Sovětském svazu, na Blízkém východě, v Africe a Latinské Americe. Z celkového obrátu v roce 2011 ve výši 1,753 miliardy korun připadá na vývoz asi 1,21 miliardy korun.

Celkový počet pracovníků ve sklářském a keramickém průmyslu se v roce 2010 v Česku meziročně snížil o 5 %, v odvětví pracovalo 18 885 lidí. Rok 2011 přinesl podle Mazzoliniho další mírný pokles. Docházelo totiž k dokončování restrukturalizace a snížila se poptávka po zboží, které vyžaduje nejvíce lidské práce, jako je například výroba bižuterních polotovárů. „Rok 2012 přinese podobný vývoj,“ soudí prezident asociace. V roce 2005 byl přitom počet pracovníků téměř dvojnásobný. Mezi jednotlivými podniky jsou značné rozdíly. Pozitivně naladěny jsou firmy, které vyrábějí skleněná vlákna a užitkové sklo. Naopak výrobci obalového a plochého skla čekají značné potíže.

V České republice v současné době působí 132 firem, které vyrábějí a zpracovávají sklo. Dalších 38 podniků produkuje užitkový, sanitární a technický porcelán či keramiku.

Otázky k případové studii:

1. Jaké současné tendence mohou management českých sklářských a keramických podniků podnítit k úvahám o blížícím se krizovém vývoji?
2. Které budoucí události mohou přispět k urychlení a prohloubení krizového vývoje firem?
3. Jaké krizové strategie by mohli formulovat vrcholoví manažeři českých sklářských a keramických podniků? Co by mohlo být jejich obsahem?