

Adresa: Anděl Media Centrum
Karla Engliše 519/11
150 00 Praha 5

e-mail: nazory@mfdnes.cz
čtenářská linka 225 062 121

Evropu si podmaňují USA i Čína

V žebříčku nejhodnotnějších značek světa je stále méně firem z Evropy. Proč? Zaspal se tu nástup IT technologií na konci minulého století a ekonomiky dusí přebujelý sociální systém.



Lukáš Kovanda

hlavní ekonom Czech Fund, Národní ekonomická rada vlády

Evropské firmy a značky povážlivě ztrácejí na světovém významu. Dobře je to patrné z žebříčku BrandZ nejhodnotnějších značek světa pro rok 2020, který byl zveřejněn tento týden. Hodnota značky plyne především z know-how a inovativnosti příslušné firmy a její schopnosti prosadit se na trhu. Země, jejichž firmy se na globálním trhu neprosadí jako dřívě, nemohou pomýšlet na to, že si alespoň udrží dosavadní ekonomické, případně geopolitické postavení. To je dnes bohužel případ celého starého kontinentu.

Úpadek Evropy zažíváme v přímém přenosu, ačkoli mnozí si jej nejsou ochotni připustit. Čím déle si však budeme nalhávat, že starý kontinent zůstává na svém, tím hůře pro nás, naše děti a vnoučata. Světadí, který chřadne ekonomicky a geopoliticky, totiž ztrácí možnost ovlivňovat světové dění a prosazovat na planetární úrovni své hodnoty.

Slabý kontinent si také rozparcelují ti silnější. Můžeme si tisíckrát říkat, že o postavení ve světě rozhodují hodnoty samy o sobě, avšak není-li jim oporou ekonomická a vojenská síla, jde o zbožné přání. Ty

jsou přitom v dlouhodobém ohledu odrazem výše uvedeného, tedy know-how a inovativnosti. Země, které inovují, udávají krok pochopitelně i v oblasti rozvoje vojenské a armádní techniky.

Je škoda, že třeba cloudová centra teď budují firmy jako Microsoft či Google v Polsku, a ne v Česku. Nejchmurnější ale je něco jiného: to, jak si globální cloudoví obři - z USA, případně z Číny - postupně Evropu rozparcelují. Evropě ujel vlak i v cloudu; nemá žádného globálního hráče.

Obrovské peníze z cloudů - a obrovská kvanta dat a informací z něj - budou odtékat na jiné kontinenty. To pochopitelně činí Evropu zranitelnější i bezpečnostně a vojensky. Tím méně tedy bude schopna prosazovat své hodnoty, například hořkou dějinnou zkušeností vypěstovaný humanismus či zřetelný důraz na udržitelný přístup k životnímu prostředí.

Smutný pád

Které evropské značky dnes ve světě budí opravdu respekt? Pohled do první padesátky zmíněného letošního žebříčku BrandZ je tristní. Evropské značky v ní hájí už pouze dvě (německé) firmy, které lze s přimhouřením oka označit za technologické, a sice SAP a Deutsche Telekom. A pak pětice francouzských a italských značek z oblasti módy a luxusního zboží: Louis Vuitton, Chanel, Hermes, L'Oréal a Gucci.

Zatímco ještě v roce 2008 bylo v první padesátce žebříčku šestnáct evropských značek, letos pouze sedm. Navíc luxusní a módní značky těží spíše z historického budování „brandu“ a know-how, nikoli totiž z rozvíjení nových výrobních postupů,

nikoli z inovování, nikoli z vynalézání, tedy z toho, co posunuje ekonomiku dále a přispívá zásadně k růstu její produktivity, a tedy bohatství v přepočtu na obyvatele. Co hůř, zmíněné ikony luxusu by se v žebříčku neumísťovaly tak vysoko, pokud by nebylo mohutného růstu kupní síly jejich čínského zákazníka. Svým způsobem je tak postavení evropských firem typu Louis Vuitton hlavně dokladem probíhajícího nevidaného ekonomického (a tedy i geopolitického) vzruchu Číny.

V čem udělala Evropa fatální chybu? Ze-

Evropa nemá šampiony jako Microsoft, Apple, Google či Amazon, neboť od 70. let postupně leniví.

jména nezachytila nástup IT v 80. a 90. letech. Tehdy se v USA rodili a rostli dnešní šampioni žebříčku, firmy a značky jako Microsoft, Apple, Google či Amazon. Evropa žádné takové šampiony nemá, neboť od 70. let minulého století postupně leniví.

Po druhé světové válce až právě do 70. let Spojené státy ekonomicky doháněla. Dokonce se zdálo, že má před sebou i lepší perspektivu. Pak však dala přednost pohodlí. Rozbujel model evropského sociálního státu. Pracovní příjem je od té doby

v Evropě poměrně vysoce zdaňován, přičemž jsou z těchto daní vypláceny relativně štědré sociální dávky včetně podpory v nezaměstnanosti. Pracovníci a invenční Evropané jsou demotivováni vysokými daněmi, takže mnozí odcházejí třeba do USA, zatímco se rozrůstá parazitická vrstva „nemakačenků“.

Ještě v roce 1973 se v nejvýznamnějších evropských ekonomikách pracovalo průměrně o jedenáct procent hodin na zaměstnanou osobu více než v USA. Tato produktivita, díky níž Evropa Spojené státy doháněla, však vzala zaslouhu. V roce 1995 už se v Evropě pracovalo jen zhruba 84 procent toho co v USA. V té době se rozjížděl Amazon, o trochu později i Google. A spousta dalších méně známých firem a firemiček, které v USA utvořily vysoce produktivní provázanou IT infrastrukturu. V Evropě taková nevznikla, neboť kde se málo pracuje, tam se i málo inovuje a vynalézá.

Evropa se musí vrátit k tomu, na čem vyrostla - k práci. Není možné, jak jsme toho svědky letos kvůli koronaviru, že zlenivělé evropské země si ani neumějí sklidit zemědělskou úrodu a úpěnlivě žadoní, ať dorazí pracanti se severu Afriky.

Samozřejmě je pochopitelné, že kdo byl léta zvyklý na práci v pohodlí kanceláře, tomu se nyní zajídá sběr brambor na poli, který tedy není nijak inovativní. Ale jde o přístup. Je třeba evropský sociální stát osekávat, nikoli ještě dále sebevražedně podporovat jeho bujení. Evropský sociální stát je klíčovým důvodem toho, že starý kontinent nemá Google, Amazony ani Alibaba. Je zásadním zdrojem povážlivého slábnutí Evropy, jak ekonomického, tak bezpečnostního.

Zoopisník

Způsobný orangutan Pagy-Jarkovský

Miroslav Bobek
ředitel Zoo Praha



Ubrousek neváže se nikdy kolem krku, aniž zastrčí se za kabát nebo vestu, vůbec za šat. Dáma nesmí jej dát za živůtek. Ubrousek zůstane na kolenou a není ho dovoleno užívat jinak, než na utírání úst...

A tak dále a tak dále. „Společenský katechismus“ Jiřího Stanislava Gutha-Jarkovského se mi vybavil u sledování videa, které natočila naše chovatelka Vendula Hejná pro YouTube kanál „Krátké ze zoo“. Zachycuje orangutana Pagyho konzumujícího pomeranč. Na tom by nebylo vůbec nic zvláštního - kdyby si Pagy během jídla neval do ruky trochu dřevité vlny a způsobně si jí neotřel ústa. V tom gestu bylo tolik lidského, že se na něj nedá zapomenout.

Jistě. O inteligenci lidoopů a jejich podobnosti lidem byly napsány stohy knih a natočeny spousty dokumentů. Určitě by se našly mnohem výstižnější příklady než otření úst improvizovaným ubrouskem a něčemu jsem byl i sám svědkem, ale marhá sláva, Pagyho způsobnost jako vystřižená z Gutha-Jarkovského na mne silně zapůsobila.

A zjevně nejenom na mne. V jedné z reakcí se objevil dotaz, jestli má Pagy tohle chování odporované, anebo na něj přišel sám. Ačkoli jsem se ihned přiklonil ke druhé z možností, pro jistotu jsem se dotázal kurátora Pavla Brandla i Venduly Hejné.

„Nepřijde mi na tom nic divného,“ napsal mi obratem Pavel. „Orangutani jsou velmi inteligentní, dokážou si pro řešení situací zhotovovat nástroje, dokážou situace řešit vhlédem, takže „vymyslet“ utření obličej dřevítkem pro ně musí být úplně jednoduché. Tradují se historky o tom, jak překonávají elektrické ohradníky s použitím otepí vegetace jako izolační vrstvy, odšroubovávají mřížové kryty, na které několik dní zírají a pak jdou a odšroubojí správný šroub, loví věci z chovatelských uliček