

Extraprofit Covid idején - 10 cég és 10 következtetés

Kelemen Zoltán - 2021-02-20 19:29:45

Minden kataklizma komoly veszteségekkel jár, ám mindegyiknek vannak nyertesei is. A koronavírus járvány esetében sincs ez másképp. Megvizsgáltuk kik a világméretű káosz haszonélvezői és levontuk saját konzekvenciáinkat.

Miközben a 2019 végén kirobbant koronavírus-járvány szorongást keltő hatásainak következtében a világ jelentős részének átstrukturálódó társadalmi a járvány súlyos következményeivel viaskodnak, addig vannak olyanok, akik köszönik szépen nagyon is jól vannak, az új helyzetet felismerve és kihasználva bravúrosan és ügyesen halászgatnak a zavarosban.

A 2020-as, minden szempontból, így gazdaságilag is rossz és balszerencsés év, a világ legtöbb vállalkozása számára komoly nehézségeket okozott, sőt sokak számára végzetes volt. Működnek azonban olyan cégek, vállalatok, akik a járványügyi helyzet ódiúmainak ellenére, vagy pont azért, elképesztő eredményeket értek el. Úgy is lehetne fogalmazni, hogy a járvány által gerjesztett megváltozó társadalmi és gazdasági szerkezet a malmukra hajtotta a vizet.

Nézzük a 2020-ban - az emelkedést tekintve - legjobban teljesítő tíz vállalatot, ami alapján megpróbálom levonni szubjektív, ezen belül mégis objektivitásra törekedő tíz következtetésemet:

1. TESLA: Az extravagáns zseni, Elon Musk elektromos autókat gyártó cége, 787%-os emelkedés után 669 milliárd dolláron zárta az évet. Azaz a befektetők szerint ennyi most az összeértéke a cégnek. Decemberben a vállalat e mutató alapján kilencszer akkora volt, mint az őket követő 7 autógyártó összesen.

2. SEA GROUP: A fő profilját tekintve elsősorban játékfejlesztéssel foglalkozó szingapúri vállalat 446%-ot emelkedett, 102 milliárd dolláron fejezte be 2020-at.

3. ZOOM VIDEO: Az e-konferencia platformokat fejlesztő amerikai cég 413 %-ot emelkedve, 96 milliárdon zárta a tavalyi évet.

4. PINDUODUO: A kínai e-kereskedelmi vállalat 396%-kal növelte értékét tavaly, 218 milliárdos piaci kapitalizációja volt a cégnek 2020 végén.

5. BYD: Az elektromos autókat gyártó kínai vállalat egy kezdeti visszaesés után, végül 359 %-os emelkedéssel, 78 milliárd dolláron abszolválta 2020-at.

6. CROWDSTRIKE: A kiberbiztonsági technológiákra szakosodott kaliforniai cég 357 %-ot emelkedett tavaly.

7. SHANXI XINGHUACUN FEN WINE FACTORY CO. : A kínai (Shanghai) székhelyű vállalat fő tevékenysége szeszes italok leparlása és forgalmazása. A társaság főként Fen likőr, Zhuyeqing

szeszes ital és a kapcsolódó szeszes italok gyártásával és értékesítésével, valamint italtechnológia és termékek kutatásával és fejlesztésével, gyártásával, alkalmazásával foglalkozik. Termékeit főleg hazai (kínai) piacon értékesíti. Értéke tavaly 346 %-ot emelkedést produkált.

8. LONGI GREEN ENERGY TECHNOLOGY: A világ vezető integrált napenergia-szolgáltatója (monokristályos technológia) kínai székhelyű (Shanghai), de jelenléte már az afrikai kontinensen is erős, 296 %-os emelkedést ért el 2020-ban.

9. PINTEREST: Az amerikai képmegosztó weboldal növekedése 291 %-os volt.

10. TWILIO: Az amerikai (San Francisco) felhő kommunikációs szolgáltató platform tavalyi emelkedése 279 %-os volt.

A tíz következtetés:

1. A tíz legjobban teljesítő és legnagyobb piaci növekedést produkáló cég közül egy kivételével (a szingapúri Sea Group) mindegyik amerikai (5), vagy kínai (4). Ez, valamint a cégek profiljai arra engednek következtetni, hogy az átstrukturálódott világgazdasági folyamatokra, szinte csak a stabil külső, vagy belső piacokkal (vagy mindkettővel) rendelkező, más gazdasági eseményeknek és elmozdulásoknak kevésbé kitett (tehát nem bedolgozó, hanem önálló gyártással és termékportfólióval, valamint fejlesztési potenciállal rendelkező), erős ökonómiai környezetben működő, a 21. század igényeinek, elvárásainak és kihívásainak legjobban megfelelő és magas szintű, jól képzett humán erőforrást alkalmazó, az igényekhez hatékonyan és rugalmasan alkalmazkodó, fejlett technikai tartalommal bíró vállalatok képesek igazán jól reagálni, jelentős emelkedést produkálva.

2. Az említett cégek egyike sem alapvető szükségleteket kielégítő termékekkel, szolgáltatásokkal foglalkozik, ellenkezőleg. Ez, valamint a kínálatukra megnövekedett speciális (gyakran réteg) igény azt is jelentheti, hogy a világjárvány járulékos gazdasági hátrányai nem a társadalmak felső és középosztályát érintették leghátrányosabban, hanem az eleve leszakadóban lévő alsóbb, szegényebb rétegeket.

3. A 10 cég termékportfóliója (annak összetétele) iránt megnövekedett keresletben felfedezhető korunk felgyorsult dehumanizálódási folyamata, mely egyre jobban háttérbe szorítja az emberi (mint „fogyasztói”) tulajdonságot és tényezőt.

4. Az adatok egyértelműen jelzik a járványhelyzet miatt (is) átalakuló, elmozduló fogyasztói szokások hirtelen felgyorsulását.

5. A felsorolt statisztikai mutatók (a világméretű egészségügyi krach által megtámogatva) utalhatnak egyfajta radikális értékrend váltásra is, mely a klasszikus közösségi és társas érintkezéseket, kapcsolatokat, szokásokat, terminusokat váltja le, a technológia mindenhatóságát éreztetve.

6. Az internet, a virtuális valóság és az erre szakosodott hálózatok (most már gazdasági értelemben is) a világ vezető szereplői közé (ha nem vezetőié) sorakoztak fel, immár úgy tűnik, végérvényesen.

7. A szabadság, mint fogalom, mint idea a korábbi klasszikus módon már egyre kevésbé értelmezhető, jelenleg inkább csak a (luxus) fogyasztás szabadsága marad, melyet az emberiség „önszabályoz” a kibertérben, némi külső segítséggel természetesen.
8. A high-tech szektor (elektronika, energetika, stb.) és az e-kereskedelem a megváltozott és ez által megnövekedett fogyasztói igények miatt sosem látott fejlődésen és növekedésen ment (és fog is menni) keresztül, korábban klasszikusnak mondható piaci szegmensek szűkültek, szűkülnek, vagy egészen egyszerűen eltűnnek idővel.
9. Az emberiséget elképzelhető, hogy a mostani Covid 19-nél sokkal jobban megrendítené, ha a „virtuális fogyasztói életüket” befolyásolná egy még nem ismert „virtuális valótlanágot” okozó vírus, egy kibertámadás. A kérdés költői: Vajon ebben az esetben is el lehetne-e húzni több mint egy évig és még ki tudja meddig a válságkezelést? És ha így történne, felállnának-e az emberek a foteljeikből, a számítógépeik, okostelefonjaik, játékkonzoljaik mögül?
10. A jelenlegi helyzet (karantén, kijárási tilalom, otthoni munkavégzés, az ezek által megnövekedett energiafogyasztás, a szórakozási, kulturális lehetőségek, igények, társas kapcsolatok szűkülése, virtuális térbe kényszerülése, megváltozott kereskedelmi szokások, a folyamatos stressz kezelésére szolgáló fogyasztói technikák, stb.) gyors feloldása, megváltozása - természetesen gazdasági értelemben - nem feltétlenül szolgálja a felsorolt cégek érdekeit. Mint tudjuk, az idő olyan megkérgesedő szokásokat alakít ki, melyet csak még több idő tud ellágyítani, megváltoztatni.
- A felvázolt következtetések, ez a furcsa „diagnózis” együttes nem kevésbé nyomasztó, mint a jelenlegi járványhelyzet és annak jövőbeli alakulása, de sajnos az is lehet, hogy még annál is nyomasztóbb.