# Medzinárodnejšia, elektrifikovanejšia a digitálnejšia – ŠKODA AUTO predstavuje novú firemnú stratégiu

* Nová firemná stratégia NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030 sa zameriava na úspešné zvládnutie dekády spojenej s významnými zmenami
* Posilnenie v Európe: ŠKODA sa stane jednou z piatich najpredávanejších značiek v Európe
* Viac elektromobility: najmenej tri ďalšie čisto elektrické modely; podiel elektromobilov na predajoch značky ŠKODA v Európe má do roku 2030 vzrásť na 50 až 70 %
* Nové odbytiská: cieľom je stať sa vedúcou európskou značkou v Indii, Rusku a v severnej Afrike
* Simply Clever 2.0: ŠKODA AUTO ako meradlo Simply Clever User Experience, teda zákazníckej skúsenosti
* Výrazné zvýšenie ekologických cieľov: do roku 2030 dôjde k obmedzeniu flotilových emisií o viac ako 50 % v porovnaní s rokom 2020
* Ambiciózne finančné ciele: najnižšie náklady medzi hlavnou európskou konkurenciou, rentabilita tržieb vo výške minimálne 8 %

Bratislava 24. jún 2021 – ŠKODA AUTO si pre nasledujúcu dekádu stanovila novú stratégiu ďalšieho rozvoja, nazvanú NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030, ktorej cieľom je úspešný rozvoj v oblasti internacionalizácie, elektrifikácie a digitalizácie. Česká automobilka plánuje, že sa do roku 2030 stane jednou z piatich najpredávanejších značiek v Európe a vedúcou európskou značkou v Indii, Rusku a severnej Afrike. Spoločne s ďalšími obchodnými partnermi, so zástupcami politickej sféry a s koncernom Volkswagen plánuje spoločnosť ŠKODA AUTO premeniť Českú republiku na centrum rozvoja elektromobility a zaistiť tak existujúce pracovné miesta a vytvoriť nové. V novej stratégii sú pevne zakotvené aj konkrétne ciele na podporu ekológie a diverzity. Realizácia sa zameria na dva hlavné motívy - efektivitu a zjednodušenie.

Predseda predstavenstva spoločnosti ŠKODA AUTO Thomas Schäfer vysvetľuje: „*Našou novou stratégiou NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030 dávame konkrétne odpovede na otázky, ako spoločnosť ŠKODA AUTO úspešne prevedieme procesom transformácie a ako zabezpečíme, aby bola v roku 2030 ešte silnejšou ako dnes. Značka ŠKODA má neuveriteľný potenciál. Ten v najbližších rokoch ešte viac zužitkujeme, a podľa neho sme si stanovili ambiciózne ciele: chceme sa vypracovať medzi päť najpredávanejších značiek v Európe, hodláme sa stať vedúcou európskou značkou v perspektívnych regiónoch Indie, Ruska a severnej Afriky a z domovskej Českej republiky plánujeme vybudovať centrum elektromobility, aby sme zaistili existujúce pracovné miesta a vytvorili nové. ŠKODA AUTO do tejto zaujímavej budúcnosti vstupuje zo silnej pozície a ja sa teším na to, že spoločne s viac ako 43 000 škodovákmi na celom svete a s naším sociálnym partnerom Odbory KOVO túto spoločnosť v najbližších rokoch posunieme na vyššiu úroveň."*

Nová stratégia NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030 stavia na úspechoch doterajšej Stratégie 2025. Pre cestu do budúcnosti automobilka definuje novú víziu aj misiu. Nová vízia znie: "We will help the world live smarter", nová misia potom: "Modern accessible mobility with everything you need and surprises you love." Spoločnosť ŠKODA AUTO súčasne aj do budúcnosti stavia na svojich preverených hodnotách "simplyfiying", "human "a" surprising ".

**Tri hlavné priority, ktoré udávajú smer: EXPAND, EXPLORE a ENGAGE**

Stratégia NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030 sa zameriava na tri priority, ktoré možno zhrnúť do hesiel EXPAND, EXPLORE a ENGAGE. Cieľom, ktorý je nadradený priorite EXPAND, je povýšiť značku ŠKODA medzi päť najpredávanejších značiek automobilov v Európe. To chce značka dosiahnuť posilnením pozície v segmente cenovo dostupných vozidiel. Príkladom je model ŠKODA FABIA so základnou cenou pod hranicou 14 000 eur. Ďalej sa portfólio produktov do roku 2030 rozšíri o minimálne tri ďalšie čisto elektrické modely, ktoré budú cenou a veľkosťou pod úrovňou modelu ŠKODA ENYAQ iV. Spoločnosť ŠKODA AUTO sa bude - v závislosti od rozvoja trhu - usilovať o to, aby podiel plne elektrických modelov na predajoch značky ŠKODA v Európe predstavoval 50 až 70%.

**Zaistenie budúcnosti na domácom trhu: Česká republika sa má stať centrom elektromobility**

Aby spoločnosť ŠKODA AUTO, ako aj jej tuzemský trh Česká republika, vyšli z procesu transformácie posilnené, pracuje automobilka spoločne so svojimi partnermi na tom, aby sa krajina stala jedným z centier elektromobility. Konkrétne sa majú do roku 2030 vo všetkých troch českých výrobných závodoch spoločnosti ŠKODA AUTO, v Mladej Boleslavi, Kvasinách a Vrchlabí, vyrábať elektrické vozidlá alebo elektrické komponenty. Aktuálne sa v Mladej Boleslavi už vyrábajú vysokonapäťové trakčné batérie pre plug-in hybridné modely ŠKODA SUPERB iV a OCTAVIA iV, ako aj pre modely ďalších koncernových značiek. Začiatkom budúceho roka bude navyše v Mladej Boleslavi zahájená výroba batériových systémov pre koncernovú platformu MEB, na ktorej je postavený model ŠKODA ENYAQ iV. Česká automobilka navyše spoločne s partnermi pracuje na posilnení stabilnej dodávateľskej štruktúry pre ďalší rozvoj elektromobility.

**Na ceste k vedúcej európskej značke v Indii, Rusku a severnej Afrike**

Súčasťou priority EXPLORE je zámer, aby sa ŠKODA do roku 2030 stala vedúcou európskou značkou na perspektívnych trhoch Indie, Ruska a severnej Afriky. To prispeje ku globálnemu predajnému potenciálu vo výške 1,5 milióna vozidiel ročne. Automobilka ŠKODA AUTO prevzala za tieto regióny zodpovednosť v rámci koncernu Volkswagen. Nedávno bola zahájená výroba modelu ŠKODA KUSHAQ - prvého automobilu značky ŠKODA, ktorý bol v rámci projektu INDIA 2.0 uvedený na indický trh. V strednodobom horizonte sa plánuje uvedenie modelu ŠKODA KUSHAQ aj na ďalších rastových trhoch.

**Simply Clever 2.0: ŠKODA zostáva funkčnou aj v digitálnej dobe**

Tretia priorita ENGAGE zahŕňa špecifické ciele pre oblasti digitálnej zákazníckej skúsenosti, ekológie, diverzity a vzdelávania. Česká automobilka sa tak chce okrem iného stať meradlom pre Simply Clever User Experience, teda zákaznícku skúsenosť. Každý zákazník má byť schopný hneď na prvýkrát a intuitívne ovládať svoje nové vozidlo alebo službu od značky ŠKODA. Prvým takýmto projektom je PowerPass umožňujúci jednoduché a pohodlné nabíjanie elektrifikovaných modelov značky ŠKODA. Bude k dispozícii na viac ako 30 trhoch a umožní nabíjanie na viac ako 210 000 nabíjacích staniciach v Európe. Ešte príjemnejší má byť aj samotný nákupný proces vozidla značky ŠKODA. Automobilka ďalej rozširuje koncept virtuálneho showroomu a vytýčila si za cieľ predávať už v roku 2025 každé piate vozidlo online. V Belgicku, Holandsku, Poľsku a v Českej republike využívajú zákazníci túto možnosť už dnes.

**Výrazne vyššie ekologické ciele: zníženie flotilových emisií o viac ako 50%**

Spoločnosť ŠKODA AUTO zintenzívnila svoje úsilie v oblasti ekológie a výrazne sprísnila svoje ekologické ciele. Automobilka plánuje v porovnaní s rokom 2020 znížiť flotilové emisie o 50% a do roku 2030 prejde vo všetkých českých a indických závodoch na uhlíkovo neutrálnu výrobu. Výroba vo Vrchlabí je uhlíkovo neutrálna už od konca minulého roka. Stratégia NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030 stavia do popredia tiež oblasť rozmanitosti: do roku 2030 má každú štvrtú pozíciu v manažmente zastávať žena. Pre spoločnosť ŠKODA AUTO sú diverzita, inklúzia a rovnoprávnosť samozrejmými súčasťami podnikovej kultúry, ktorá sa vyznačuje otvorenosťou a toleranciou. Česká automobilka ďalej v rámci procesu transformácie bude podporovať vzdelávanie zamestnancov a v rokoch 2022 až 2030 do tejto oblasti bude investovať takmer 500 miliónov eur s hlavným cieľom zabezpečiť pracovné miesta i v budúcnosti.

**Efektivita a zjednodušenie ako hlavné princípy na dosiahnutie strategických cieľov**

ŠKODA AUTO v snahe dosiahnuť ciele stratégie NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030 vsádza na efektivitu a zjednodušenie - to sú dve tradične silné stránky, ktoré českej automobilke priniesli celý rad úspechov v jej dlhej histórii. Cieľom je dosiahnuť najnižšie náklady medzi európskymi konkurentmi, a to v spojení s trvalo udržateľnou rentabilitou tržieb vo výške minimálne 8%. Automobilka už začala kroky na zjednodušovanie svojich procesov a zníženie byrokracie a komplexnosti, aby aj naďalej zvyšovala schopnosť pružne reagovať na aktuálne výzvy. Príkladom môže byť úprava ponuky verzií či výbavy na želanie: s ďalším rozširovaním elektrifikácie modelovej ponuky by malo v strednodobom horizonte dôjsť k zníženiu počtu dostupných kombinácií o 40%.

**Pre ďalšie informácie, prosím, kontaktujte:**

Lenka Kalafut Lendacká, PR manager, ŠKODA AUTO Slovensko s.r.o.

T +421 904 701 339

[](https://www.skoda-storyboard.com/sk/odber-noviniek/)[lenka.kalafut.lendacka@skoda-auto.sk](mailto:lenka.kalafut.lendacka@skoda-auto.sk)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| [Výsledek obrázku pro twitter facebook instagram logo](https://www.facebook.com/skoda.cz) | [/SkodaAutoSK](https://www.facebook.com/SkodaAutoSK) | [Výsledek obrázku pro twitter facebook instagram logo](https://www.instagram.com/skodacr/) | [/SkodaAutoSK](http://www.instagram.com/SkodaAutoSK) |

Infografika a fotografie k téme:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Medzinárodnejšia, elektrifikovanejšia a digitálnejšia – **ŠKODA AUTO predstavuje novú firemnú stratégiu**  ŠKODA AUTO si pre nasledujúcu dekádu stanovila novú stratégiu ďalšieho rozvoja, nazvanú NEXT LEVEL - ŠKODA STRATEGY 2030, ktorej cieľom je úspešný rozvoj v oblasti internacionalizácie, elektrifikácie a digitalizácie.  [Download](https://cdn.skoda-storyboard.com/2021/06/210624-NEXT-LEVEL-Infografika_SK.pdf)  **Zdroj: ŠKODA AUTO** |
|  | Medzinárodnejšia, elektrifikovanejšia a digitálnejšia – **ŠKODA AUTO predstavuje novú firemnú stratégiu** Oficiálne logo „NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030“  [Download](https://cdn.skoda-storyboard.com/2021/06/210617-SKODA_Strategy-2030.jpg) **Zdroj: ŠKODA AUTO** |
|  | Medzinárodnejšia, elektrifikovanejšia a digitálnejšia – **ŠKODA AUTO predstavuje novú firemnú stratégiu** Predseda predstavenstva spoločnosti ŠKODA AUTO – Thomas Schäfer  [Download](https://cdn.skoda-storyboard.com/2021/06/RFL3698.JPG.jpg)  **Zdroj: ŠKODA AUTO** |
|  | Medzinárodnejšia, elektrifikovanejšia a digitálnejšia – **ŠKODA AUTO predstavuje novú firemnú stratégiu** Predseda predstavenstva spoločnosti ŠKODA AUTO Thomas Schäfer na predstavení „NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030“ v Prahe.  [Download](https://cdn.skoda-storyboard.com/2021/06/RFL3889.JPG.jpg) **Zdroj: ŠKODA AUTO** |

**ŠKODA AUTO**

* sa v rámci programu “NEXT LEVEL ŠKODA” zameriava na tri priority: rozšírenie modelového portfólia smerom k vstupným segmentom, pôsobeniu na nových trhoch pre ďalší rast vo veľkoobjemovom segmente a konkrétne pokroky v oblasti ekológie a diverzity.
* v súčasnosti ponúka zákazníkom 10 modelových radov osobných automobilov: CITIGOe iV, FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA, SUPERB, KAMIQ, KAROQ, KODIAQ a ENYAQ iV,
* v roku 2020 dodala zákazníkom celosvetovo viac než jeden milión vozidiel.
* Je už 30 rokov súčasťou koncernu Volkswagen, jedného z globálne najúspešnejších automobilových výrobcov. ŠKODA AUTO v koncernovom zväzku samostatne vyrába a vyvíja popri vozidlách tiež komponenty ako motory a prevodovky.
* Prevádzkuje tri výrobné závody v Českej republike; vyrába v Číne, Rusku, na Slovensku a v Indii, väčšinou prostredníctvom koncernových partnerstiev, ďalej tiež na Ukrajine v spolupráci s lokálnom partnerom.
* Zamestnáva celosvetovo zhruba 42 tisíc pracovníkov a je aktívna na viac než 100 trhoch.