

Patronat:



Co trzeba zrobić, byśmy w Polsce zarabiali lepiej?

Artykuł, który masz przed sobą – Drogi Czytelniku – jest szóstym z serii dwunastu, które odpowiadają na pytania: „Dlaczego w bogatych krajach Europy Zachodniej zarabia się 4 razy więcej niż u nas? Jaki ja mam na to wpływ?” Pytania te są też tytułem raportu Fundacji Pomyśl o Przyszłości, który stanowi punkt wyjścia do rozważań i jest dostępny na stronie internetowej Fundacji Pomyśl o Przyszłości www.pomysloprzyszlosci.org w zakładce „publikacje”.

ZADANIE 6 – Efekt skali warunkiem globalnego sukcesu

Efekt skali polega na tym, że im więcej się produkuje i sprzedaje, tym niższa może być cena produktu. Dzieje się tak dlatego, że przy większej produkcji i sprzedaży można taniej projektować, kupować surowce, stosować nowsze technologie, automatyzować linie produkcyjne oraz mieć dużo niższe jednostkowe koszty sprzedaży. Korzyści z efektu skali polegają na efektywniejszym wykorzystaniu dóbr. W zależności od branży efekt skali ma większe lub mniejsze znaczenie. Mówi się np., że pierwszy chip kosztuje dziesięć mln dolarów, każdy następny już tylko dziesięć centów. W budownictwie ten rozrzut nie jest już tak ogromny, ale też jest znaczny, tym większy, im bardziej skomplikowany technicznie jest dany produkt.

Czy efekt skali w branżach mniej innowacyjnych ma znaczenie?

Efekt skali najlepiej zobrazuje przykład z taksówkarzem, który chce zaoferować usługę transportu z Nowego Sącza do Krakowa. Jeżeli będzie miał tylko jednego klienta, to zapłaci on za tę usługę 300 zł. Jeśli znajdzie dodatkowo dwie osoby na ten kurs, to taksówkarz będzie mógł wziąć od nich nie po 100 zł, ale nawet po 120 zł. Jak widać, efekt skali spowoduje, że usługa taksówkarza będzie tańsza dla klienta, a taksówkarzowi będzie łatwiej zdobyć nowych klientów. Dodatkowo taksówkarz będzie mógł więcej zarobić, a jeżeli zatrudnia kierowcę, to będzie mógł mu więcej zapłacić.

W dzisiejszej niezwykle konkurencyjnej gospodarce rozwój firm i uzyskiwanie korzyści z efektu skali jest warunkiem niezbędnym do utrzymania się przedsiębiorstwa na rynku. Konieczność walki o efekt skali wymusza rozwój firm. Zwiększona sprzedaż sprawia, że przedsiębiorca uzyskuje jeszcze większe korzyści z tytułu efektu skali, w ten sposób może podnieść wynagrodzenia, nie tracąc konkurencyjności.

Innowacje wymagają dużych nakładów finansowych. Aby te nakłady mogły się danemu przedsiębiorcy zwrócić, powinien on sprzedać określoną ilość produktów zawierających innowacyjne rozwiązania. Nasz rodzimy polski rynek, na którym naturalnie polskim firmom najłatwiej jest sprzedawać swoje produkty, jest w większości przypadków zbyt mały, aby mogły się zwrócić nakłady poniesione na innowacyjność. Trzeba więc te innowacyjne produkty oferować na dużo większym obszarze, a więc za granicę. Innymi słowy polskie firmy muszą mieć tzw. efekt skali.

Gdzie efekt skali ma największe znaczenie?

Jak widać, im produkty są bardziej złożone technicznie, trudniej je wyprodukować, a uruchomienie produkcji wymaga znacznych nakładów finansowych, tym korzyści skali są dużo większe. W tych

branżach istnieją firmy międzynarodowe, które walczą o kolejne rynki zbytu, aby powiększać swoje korzyści skali. W takich właśnie biznesach polskie firmy nie są w stanie przebić się przez barierę efektu skali, dlatego też tak mało mamy rodzimych firm globalnych. Wiele polskich firm traci korzyści skali na rynku polskim na rzecz zachodnich konkurentów, którzy wchodzą na nasz rynek i nawet przez kilka lub kilkanaście lat sprzedają produkty poniżej kosztów. Wszystko po to, aby zlikwidować lokalną konkurencję, zdobyć znaczny udział w polskim rynku, powiększyć korzyści skali w dystrybucji, co w przyszłości zapewni im większe zyski. Mogą sobie na to pozwolić, ponieważ mają ogromny, własny kapitał.

Są branże, w których koncern posiadający efekt skali może mieć dużo niższe koszty (przeszło 20%) niż jego mniejsi konkurenci. W takiej sytuacji nowym, polskim firmom trudno jest konkurować z zagranicznymi gigantami. Polska jest dużym krajem i w wielu branżach polskie firmy byłyby w stanie uzyskać odpowiednie korzyści z efektu skali, oferując produkty na naszym rodzimym rynku. Umożliwiłoby to im zagraniczną ekspansję i dało szansę na budowanie dobrobytu w naszym kraju. Do tego potrzebna jest jednak świadomość polskich konsumentów i zrozumienie zasad funkcjonowania globalnej gospodarki wolnorynkowej. Często zamiast wspierać polską wspólnotę ekonomiczną, powiększamy efekt skali zachodnich konkurentów, a nie naszych rodzimych firm.

W polskich firmach kapitał przypadający na jednego zatrudnionego jest kilka razy mniejszy, w porównaniu z kapitałem przypadającym na jednego pracownika w firmach z państw Europy Zachodniej. Często proporcje te są nawet zbliżone do różnic w średnich wynagrodzeniach, czyli czterokrotne. Taka dysproporcja ma miejsce szczególnie w branżach, w których duże znaczenie ma efekt skali. Kapitał jest potrzebny do stworzenia nowych miejsc pracy, które w polskiej firmie produkcyjnej, mogącej konkurować na rynku globalnym, kosztuje od 100 tys. do kilku milionów złotych.

Zdarza się, że zachodnie koncerny, wchodząc na nowe rynki, nawet przez 10 lat sprzedają swoje produkty poniżej kosztów. Wszystko po to, aby zlikwidować lokalną konkurencję, podbić rynek w danym kraju, osiągnąć efekt skali na dystrybucji, a następnie czerpać zyski. Mogą sobie na to pozwolić, bo mają ogromny, własny kapitał.

Polska potrzebuje firm zdolnych do zainwestowania w badania oraz rozwój eksportu. Potrzebne są więc rozwiązania ułatwiające budowanie rodzimego, polskiego kapitału. Jednym z takich rozwiązań powinno być przyjęcie zasady opodatkowywania zysku przedsiębiorstw dopiero wtedy, gdy jest on z firmy „wyjmowany” i przeznaczany na konsumpcję. Zysk reinwestowany w rozwój przedsiębiorstwa, w tworzenie wydajnych, konkurencyjnych i dobrze płatnych miejsc pracy nie powinien być opodatkowany.

dr Paweł J. Dąbrowski
ekspert Fundacji Pomyśl o Przyszłości; p.dabrowski@pomysloprzyszlosci.org