**Nowe technologie redukują korzyści wynikające z ekonomii skali**

Autor: Łukasz Blichewicz - współzałożyciel i prezes zarządu grupy Assay, ekspert w zakresie rozwoju i finansowania spółek technologicznych.

***Wygląda na to, że w najbliższym czasie w bardzo wielu gałęziach gospodarki możemy się spodziewać rozproszenia struktur rynkowych. Widać to wyraźnie w branżach, w których tradycyjnie powstawały naturalne monopole.***

Najlepszym przykładem jest rynek energii. Przez dziesiątki lat uważano, że zbudowanie na danym terenie elektrowni oznacza, że w określonym promieniu budowa drugiej będzie nieopłacalna. Gdyby powstała druga, nierentowne byłyby obie. Elektrownie stawały się więc naturalnymi, lokalnymi monopolistami, co – nawiasem mówiąc – doprowadziło do konieczności daleko idących regulacji rynku energetycznego.

Podobna sytuacja miała miejsce na rynku sklepów wielkopowierzchniowych. W Stanach Zjednoczonych zawsze uważano, że otwarcie pełnowymiarowego hipermarketu ma sens tylko w miejscowościach, które mają co najmniej 20 tysięcy mieszkańców. Charles P. Rumelt w swojej doskonałej książce „Good Strategy / Bad Strategy” opisuje, w jaki sposób ta reguła została złamana przez Walmart. Dzięki innowacyjnym na owe czasy procedurom oraz ekonomii skali sieć do tego stopnia ograniczyła koszty operacyjne, że zaczęła otwierać sklepy w znacznie mniejszych miejscowościach, stając się lokalnym monopolistą.

Te reguły gry zmieniają się wraz z pojawieniem się nowych technologii. Na rynku energetycznym coraz ważniejszą rolę pełnią drobni wytwórcy. Proces ten będzie postępował wraz ze wzrostem wydajności paneli fotowoltaicznych oraz pojawieniem się elektrowni wiatrowych dużej mocy. Giganci rynku e-commerce tacy jak Amazon bez kompleksów rywalizują z Walmartem i innymi dużymi sieciami handlowymi.

Przeniesienie procesów biznesowych do Internetu powoduje, że będą się musiały zmienić struktury przedsiębiorstw. Przede wszystkim swoją przewagę konkurencyjną stracą firmy, które mają rozbudowane struktury regionalne. Do tej pory lokalne oddziały były świetnym narzędziem do pozyskiwania klientów. Obecnie, gdy klientów pozyskuje się przez internet, stają się głównie źródłem kosztów. Wzrastające możliwości w zakresie zdalnej obsługi klienta spowodują, że firmy ograniczą zatrudnienie i skoncentrują obsługę klienta w wyspecjalizowanych centrach.

W kolejce do zmian stoją branże, które do tej pory miały strukturę oligopolu (kilku dominujących dostawców). Drobni producenci zaczną wkrótce atakować koncerny motoryzacyjne. Rozwój komunikacji bezprzewodowej spowoduje, że startupy telekomunikacyjne będą odbierać klientów wielkim telekomom. Koncerny medialne już od dawna tracą na znaczeniu, a korzystają z tego blogerzy oraz inni niezależni twórcy ciekawych treści.

Ekonomia skali jako źródło przewagi konkurencyjnej będzie tracić na znaczeniu, a najszybciej stanie się to w państwach najbardziej rozwiniętych. Trudno o dokładne statystyki, ale według różnych źródeł w USA małe przedsiębiorstwa w 2019 roku wypracowały od 44 proc. do 50 proc. produktu krajowego brutto. Tworzą one miejsca pracy, są niezastąpionym źródłem innowacji, przyczyniają się do aktywizacji zawodowej kobiet czy mniejszości etnicznych.

Bez wątpienia czekają nas zmiany na lepsze. Miejmy nadzieję, że dzięki nim światowe i lokalne struktury gospodarcze staną się bardziej demokratyczne, a podział produktu krajowego bardziej zdywersyfikowany.