

Sto lat mitu o Standard Oil

23 maja 2012

15 maja 2011 r. przypadła setna rocznica najsłynniejszego wyroku w sprawie o praktyki monopolistyczne w historii USA – w sprawie Standard Oil. Niestety, mity narosłe wokół tej sprawy ciągle szkodzą konsumentom.

Najgłośniej rozpropagowała je dziennikarka Ida Tarbell (której ojciec i brat bez powodzenia konkutowali ze Standard Oil) w rozdziale „Cutting to Kill” ze swojej książki The History of the Standard Oil Company, nazwanej przez Thomasa DiLorenzo „klasykiem propagandy antybiznesowej”.

Jak brzmi mit, który skłonił Sąd Najwyższy do podziału Standard Oil dla ochrony konkurencji? Jak to wyraził ekonomista zajmujący się monopolami, Dominic T. Armentano:

„Popularne jest wyjaśnienie, według którego Standard Oil zmonopolizował przemysł paliwowy, niszcząc konkurencję poprzez agresywną politykę cenową. Gdy to już osiągnął, zaczął podnosić ceny dla konsumentów. Za te praktyki został jednak ukarany przez Sąd Najwyższy. Ładna historia, ale zupełnie fałszywa.”

Mit Standard Oil sugerował, że nasz system konkurencji może zostać osłabiony przez drapieżnictwo cenowe (ang. predatory pricing), polegające na tym, że duże firmy niszczą te mniejsze poprzez niskie ceny, a następnie, korzystając ze swojej pozycji monopolisty, podnoszą ceny dla konsumentów. W połączeniu z obawami, że taka drapieżna taktyka może zostać użyta także w innych branżach, mit doprowadził do uchwalenia kilku ustaw antytrustowych, by chronić konsumentów przez tymi rzekomymi nadużyciami.

Wśród nich są:

– Clayton Act z 1914 r., który zakazał drapieżnictwa cenowego;

- Federal Trade Commission Act z 1914 r., powołujący Federalną Komisję Handlu w celu zapobiegania „nieuczciwej konkurencji” (majstersztyk braku precyzji, gdyż trudno sobie wyobrazić, w jaki sposób oferta dobrowolnie akceptowana przez konsumentów mogłaby być wobec nich nieuczciwa, pomijając przypadki użycia siły lub oszustwa);
- Robinson-Patman Act z 1936 r., który wprowadził ograniczenia dotyczące obniżek cen i rabatów ilościowych.

John McGee, który zbadał sprawę Standard Oil z bezprecedensową dokładnością, zaprezentował wyniki swoich badań w dwóch artykułach w „Journal of Law and Economics”. Skontrastował „archetyp drapieżnego monopolisty”, jakim jest w powszechnym wyobrażeniu Standard Oil, z danymi empirycznymi i ustalił, że „Standard Oil nie stosował agresywnej polityki cenowej w celu zdobycia lub utrzymania pozycji monopolistycznej”.

McGee sięgnął dalej niż tylko po dane dotyczące sprawy Standard Oil, aby wykazać, że nawet jeśli firma chciałaby zmonopolizować branżę, to „historyjka” o stosowaniu drapieżnictwa cenowego dla osiągnięcia tego celu ma braki logiczne. (To znaczy: drapieżnictwo cenowe kosztowałoby drapieżnika dużo więcej niż kosztuje ofiarę, która może zwiększać różnicę kosztową poprzez czasowe zamknięcie działalności. Jeżeli drapieżnik nie może kupić doprowadzonej do bankructwa ofiary, to inni mogą tanio kupić te aktywa, dzięki czemu mogą znów konkurować z drapieżnikiem. Jeżeli nie można powstrzymać konkurencji przed wejściem na rynek, to próba ustalenia wygórowanej ceny kończy się zniknięciem zysków monopolistycznych. Innymi słowy: finansowanie drapieżnictwa wymaga posiadania pozycji jedyne go dostawcy, więc drapieżnictwo nie może być źródłem przewagi monopolistycznej).

McGee wyciągnął ze swoich badań dwa szczególnie ważne wnioski:

„1. Wątpię, czy drapieżnictwo cenowe jest, ma szansę być albo kiedykolwiek było znaczącym problemem dla zjawiska

konkurencji.

2. Jeżeli popularna interpretacja sprawy Standard Oil jest w ogóle odpowiedzialna za nacisk, który polityka antytrustowa kładzie na „nieuczciwe” i „monopolistyczne” praktyki biznesowe, to nacisk ten jest źle skierowany.”

Co więc się tak naprawdę stało, jeżeli konsumenci wcale nie ponieśli szkód wskutek agresywnej polityki cenowej firmy Standard Oil?

Mechanizm wyzyskiwania konsumentów wymaga znacznej siły monopolisty, która służy podniesieniu cen przy jednoczesnym ograniczeniu podaży. Ale Standard Oil nie miał początkowo dużej siły rynkowej, miał tylko ok. 4% rynku w 1870 r.. Jego udział w produkcji i rynku rósł, ponieważ jego wyższa efektywność znacznie obniżyła koszty rafinowania (do 1897 r. zmalały one ponad dziesięciokrotnie w porównaniu z 1869 r.) i Standard Oil podzielił się tymi oszczędnościami poprzez gwałtowne obniżenie cen rafinowanych paliw (które spadły z ponad 30 centów za galon w 1869 r. do 10 centów w 1874 r., 8 centów w 1885 r. i 5,9 centa w 1897 r.). Nigdy nie osiągnął pozycji monopolistycznej (w 1911 roku – roku decyzji Sądu Najwyższego – Standard Oil miał około 150 konkurentów, w tym Texaco i Gulf), która pozwoliłaby mu podnieść ceny dla konsumentów. Trudno więc na poważnie dowodzić, że Rockefeller stosował drapieżną strategię, skutkującą potężnymi stratami przez dekady, bez osiągnięcia zysku monopolistycznego, który był źródłem domniemanej szkody dla konsumentów.

Sprawa Standard Oil to nie jedyny przykład mitu o rzekomym drapieżnictwie cenowym, który nie wytrzymał konfrontacji z faktami. I wiadomo o tym od dawna. Trzydzieści lat temu, w badaniu poświęconym stu sprawom o drapieżnictwo cenowe w USA, Ronald Koller nie znalazł ani jednego przypadku monopolu stworzonego w wyniku drapieżnictwa cenowego podczas ośmiu dekad po wprowadzeniu Sherman Act w 1890 r. Poza tym, jak podsumował Thomas DiLorenzo:

„Nigdy nie było nawet jednego przypadku powstania monopolu wskutek stosowania drapieżnictwa cenowego... takie oskarżenia formułują zazwyczaj konkurenci, którzy albo nie chcą, albo nie są w stanie obniżyć swoich cen. W ten sposób ograniczenia prawne co do obniżania cen, podejmowane w imię walki z „drapieżnictwem”, są w nieunikniony sposób protekcjonistyczne i skierowane przeciwko konsumentom.”

W następstwie funkcjonowania mitu o drapieżnictwie cenowym w USA istnieje teraz wiele praw federalnych – i mnóstwo praw dotyczących nieuczciwej konkurencji na poziomie stanowym – by chronić nas przed nieistniejącym zagrożeniem. Wygląda to raczej na przykład potwierdzający pogląd H.L. Menckena, według którego: „Celem polityki jest utrzymywanie ludzi w poczuciu zagrożenia (aby domagali się bezpieczeństwa), nękać ich niekończącą się serią zmyślonych straszydeł”. Jednak o wiele gorsze niż brak korzyści dla konsumentów jest to, że ta cała antytrustowa „ochrona” stała się środkiem, który wykorzystują przegrani w rywalizacji o miejsce na rynku. Oskarżają oni o drapieżnictwo cenowe, by zniwelować przewagę konkurencyjną rywali, z której korzyści są przekazywane konsumentom. Koszt tych oskarżeń jest wielokrotniony przez szkody wynikające z rozpatrzonych pozytywnie skarg o tworzenie monopolu. Obrona w takich sprawach może kosztować dziesiątki milionów dolarów, a oskarżony musi je ponieść, nawet jeśli okaże się niewinny.

Sądy stosują niejasne i arbitralne kryteria (konkurencja przynosząca korzyści konsumentom jest zawsze nieuczciwa z perspektywy tych, którzy zostali wyparci z rynku) i może wymagać od oskarżonego – który jest z założenia winny, póki nie dowiedzie swojej niewinności – żeby wykazał, że obniżając ceny kierował się czystymi intencjami, a nie chęcią zmonopolizowania rynku (monopol mógłby wystąpić na wolnym rynku tylko wtedy, gdyby każdy konsument sądził, że skorzysta na takim rozwiązaniu). Innymi słowy, polityka antymonopolowa jest świetnym narzędziem szantażu, którego koszty poniosą konsumenci – trudno więc uznać ją za środek ich ochrony.

Retoryka antytrustowa jest zawsze prokonsumencka i prokonkurencyjna, w szczególności przy oskarżaniu firm o drapieżnictwo cenowe. Rzeczywistość w przypadku Standard Oil i jemu podobnych wyglądała jednak zupełnie inaczej niż mityczne straszydło, które doprowadziło do uchwalenia wielu praw stanowych i federalnych, by nas przed nim bronić.

Jak streścił to Harold Demsetz: „Próba ograniczenia lub wyeliminowania drapieżnictwa cenowego niesie duże prawdopodobieństwo zredukowania lub usunięcia konkurencji cenowej korzystnej dla klientów”.

Innymi słowy: jeżeli chcielibyśmy na poważnie brać prokonsumencką retorykę antytrustową, odrzucilibyśmy każdą ustawę antytrustową „inspirowaną” przez mit Standard Oil.

Autor: Gary Galles

Tłumaczenie: Wojciech Sabat

Źródło oryginalne: mises.org

Źródło polskie: [Instytut Misesa](https://instytutmisesa.pl)