

Monopol

Autor: **George J. Stigler**

Autor komentarza: **David R. Henderson**

Źródło: econlib.org

Tłumaczenie: **Tomasz Kłosiński**

Tekst z The Concise Encyclopedia of Economics z 2007 r., za zgodą Liberty Fund

Monopol to przedsiębiorstwo, które jest jedynym sprzedawcą dobra lub usługi. W przypadku braku interwencji rządowej, ma on możliwość ustalania dowolnej ceny i zwykle ustala taką, która da mu największy możliwy zysk. Monopol nie jest jednak gwarancją, że przedsiębiorstwo będzie bardziej zyskowne niż inne firmy, które same stawiają czoła konkurencji — rynek może być na tyle mały, że umożliwia funkcjonowanie zaledwie jednej firmy. Jeśli jednak monopolista rzeczywiście generuje dochód wyższy niż przedsiębiorstwa konkurencyjne, ekonomiści spodziewają się, iż inni inwestorzy wejdą na ten rynek, aby przechwycić część z wyższych zysków. Jeśli pojawi się wystarczająco dużo rywali, ich konkurencja obniży ceny i wyeliminuje siłę monopolu.

Przed i w czasie okresu panowania paradygmatu ekonomii klasycznej (mniej więcej lata 1776-1850) większość ludzi uważała, że ów proces upadania monopoli pod presją konkurencji jest wszechobecny. Uważano, że tylko te monopole, które skłoniły rząd do wykluczenia rywali, mogły przetrwać. Pogląd ten został dobrze wyrażony w znakomitym artykule w *Penny Cyclopaedia* (1839, t. 15, s. 741):

Wydaje się, że słowo monopol nie było nigdy używane w prawie angielskim. Wyjątkiem było istnienie królewskiego przywileju, upoważniającego konkretnie jedną lub więcej osób do handlu lub sprzedaży określonego towaru lub artykułu. Jeżeli pewna liczba osób miałaby się zorganizować w celu wytworzenia określonego artykułu lub towaru, oraz gdyby udało im się zostać wyłącznymi sprzedawcami tegoż artykułu na szeroką skalę, takie osoby — w zwyczajowym rozumieniu — miałyby monopol. Ponieważ jednak osoby te nie mają prawnej przewagi nad innymi, jasne jest, że

jedynym sposobem na sprzedaż większej ilości towarów jest tańsza i lepsza produkcja.

Nawet dzisiaj najważniejsze monopole lub *quasi*-monopole w Stanach Zjednoczonych funkcjonują dzięki polityce rządu. Wsparcie władzy jest odpowiedzialne za ustalanie cen produktów rolnych powyżej poziomu konkurencyjnego, za wyłączną własność systemów telewizji kablowej na większości rynków, za wyłączną franszyzę usług użyteczności publicznej oraz kanałów radiowych i telewizyjnych, za wyłączność usług pocztowych — lista nie ma końca. Monopole, które istnieją niezależnie od wsparcia rządowego, prawdopodobnie wynikają z niewielkiego rynku (np. jedyny aptekarz w mieście) lub z tymczasowej przewagi w zakresie innowacji (np. Aluminium Company of America do II wojny światowej).

Dlaczego ekonomiści sprzeciwiają się monopolowi? Czysto „ekonomiczna” argumentacja bardzo różni się od tej, którą mogliby wysunąć nie-ekonomiści. Monopoliści pobierają ceny wyższe niż konkurencja, przez co klienci płacą więcej, ale przedsiębiorstwo (a może i jego pracownicy) zyskuje. Może się to wydawać dziwne, ale ekonomiści nie widzą powodu, by krytykować monopole tylko dlatego, że przenoszą bogactwo od klientów do producentów. Nie da się obiektywnie — przynajmniej na gruncie ekonomii — stwierdzić, która strona „zasługuje” na owo bogactwo — czy są to producenci, czy klienci. Oczywiście ludzie (w tym ekonomiści) mogą sprzeciwiać się transferowi bogactwa na innych podstawach, w tym moralnych. Ale sam transfer nie stanowi problemu „ekonomicznego”.

Otóż czysto „ekonomiczna” argumentacja przeciwko monopolowi skupia się na tym, że taka struktura zmniejsza zagregowany dobrobyt gospodarczy (w przeciwieństwie do po prostu pogarszania sytuacji niektórych osób i poprawiania sytuacji innych w równym stopniu). Kiedy monopolista podnosi ceny powyżej poziomu konkurencyjnego, aby czerpać zyski z monopolu, klienci kupują mniej produktu, mniej jest produkowane, a społeczeństwo jako całość jest w gorszej sytuacji. Krótko mówiąc, monopol zmniejsza dochody społeczeństwa. Poniżej uproszczony przykład.

Rozważmy przypadek monopolisty, który produkuje swój produkt po ustalonym koszcie (gdzie „koszt” obejmuje konkurencyjną stopę zwrotu z jego inwestycji) w wysokości 5 dolarów za sztukę. Koszt to 5 USD bez względu na to, ile jednostek produkuje monopolista. Liczba sprzedawanych przez niego jednostek zależy jednak od ceny, którą pobiera. Liczba jednostek, które

sprzedaje po danej cenie, zależy od rozkładu „popytu” przedstawionego w Tabeli 1.

Monopolista jest w najlepszej sytuacji, gdy ogranicza produkcję do 200 sztuk, które sprzedaje za 7 dolarów za sztukę. Zdobywa on wtedy zysk monopolistyczny (co ekonomiści nazywają „rentą ekonomiczną”) w wysokości 2 dolarów za sztukę (7 dolarów minus 5 dolarów kosztów, które zawierają konkurencyjną stopę zwrotu z inwestycji) razy 200 sztuk, czyli 400 dolarów rocznie. Jeśli zarabia i sprzedaje 300 sztuk po 6 dolarów każdą, jego zysk monopolistyczny wynosi jedyne 300 dolarów (1 dolar za jednostkę pomnożone przez 300 jednostek). Jeśli sprzedaje 420 sztuk po 5 dolarów za sztukę, to nie zarabia na monopolu — tylko na konkurencyjnym zwrocie z zainwestowanego kapitału. Tak więc monopolista jest bogatszy o 400 dolarów ze względu na swoją monopolistyczną pozycję przy cenie 7 dolarów za sztukę.

Tabela 1. Rozkład popytu

Cena	Liczba, na którą zgłaszany jest popyt (liczba jednostek na rok)
\$7	200
\$6	300
\$5	420

Spółeczeństwo jest jednak w gorszej sytuacji.

Klienci byliby zainteresowani zakupem kolejnych 220 sztuk, gdyby cena wynosiła 5 dolarów: rozkład popytu mówi nam, że konsumenci wyceniają dodatkowe 220 sztuk wyżej niż 5 dolarów — wycena ta nie spada poniżej tego poziomu dopóki nie uzyskają 420 sztuk. Załóżmy, że dodatkowe 220 jednostek ma średnią wartość 6 dolarów dla konsumentów. Te dodatkowe 220 sztuk kosztowałoby tylko 5 dolarów za sztukę, więc konsument uzyskałby satysfakcję wynoszącą 220 razy 1 dolar, gdyby ustalono konkurencyjną cenę 5 dolarów. Ponieważ monopolista pokryłby koszty produkcji dodatkowych 220 sztuk, niczego by nie stracił. Zatem wyprodukowanie owych 220 sztuk przyniesie korzyści społeczeństwu w wysokości 220 dolarów. Ale monopolista nie decyduje się na dodatkową produkcję, ponieważ aby sprzedać ją po 5 dolarów za sztukę, musiałby obniżyć cenę na pozostałych 200 sztukach z 7 do 5 dolarów.

Monopolista straciłby 400 dolarów (200 jednostek razy 2 dolary za jednostkę po zredukowanej cenie), ale konsumenci zyskaliby te same 400 dolarów. Innymi słowy, sprzedaż po konkurencyjnej cenie przeniosłaby 400 dolarów od monopolisty do konsumenta i wytworzyłaby dodatkowe 220 dolarów dla społeczeństwa.

Pragnienie ekonomistów, aby państwo zwalczało bądź kontrolowało monopole przeszło długi cykl zmian. Nawet w 1890 r., kiedy uchwalono ustawę antytrustową Shermana, większość ekonomistów uważała, że jedyną potrzebną polityką antymonopolową jest powstrzymanie rządowej chęci przyznawania wyłącznych przywilejów, takich jak ten dane Brytyjskiej Kompanii Wschodnioindyjskiej dla handlu z Indiami. Uważali, że pozostałe źródła dominacji na rynku, takie jak wyższa wydajność, powinny móc być w pełni wykorzystywane, z korzyścią dla konsumentów, ponieważ konsumenci będą ostatecznie chronieni przed nadmiernymi cenami przez potencjalnych lub rzeczywistych konkurentów.

Tradycyjnie monopol był równoznaczny z jednym sprzedawcą, a konkurencja z istnieniem choćby kilku rywali. Ale ekonomiści stali się znacznie bardziej przychylni polityce antymonopolistycznej, gdy zmieniła się ich wizja monopolu i konkurencji. Wraz z rozwojem idei konkurencji doskonałej, która wymaga dużej liczby rywali tworzących identyczny produkt, wiele branż zostało sklasyfikowanych jako oligopole (tj. z zaledwie kilkoma sprzedawcami). A oligopole, jak sądzili ekonomiści, z pewnością częstokroć mają siłę rynkową — możliwość kontrolowania cen, w pojedynkę lub w zмовie.

W ostatnim czasie, narażając się na zostanie nazwanym niezdecydowanym, wielu ekonomistów (wśród nich ja sam) straciło zarówno entuzjazm dla polityki antymonopolowej, jak i obawę przed oligopolem. Spadek poparcia dla działań antytrustowych wynika z często budzących zastrzeżenia zastosowań tego narzędzia politycznego. Ustawa Robinsona-Patmana, rzekomo zaprojektowana, aby zapobiegać dyskryminacji cenowej (tj. firmom nakładającym różne ceny na różnych kupujących za to samo dobro) była często stosowana w celu ograniczenia rywalizacji, zamiast jej rozwoju. Przepisy antymonopolowe zapobiegły wielu pożytecznym fuzjom, zwłaszcza pionowym. (Połączenie pionowe to takie, w którym firma A kupuje inną firmę, która dostarcza produkty dla firmy A lub sprzedaje produkty firmy A). Ulubionym narzędziem piratów prawnych jest prywatny pozew antymonopolowy, w którym zwycięzcy powoda otrzymują potrójne odszkodowanie.

Jak niebezpieczne są monopole i oligopole? Ile mogą zarobić na nadmiernych zyskach? Kilka rodzajów dowodów sugeruje, że monopole i niewielka liczba oligopoli mają ograniczoną siłę, aby zarobić znacznie więcej niż konkurencyjne stopy zwrotu z kapitału. W wielu badaniach porównano stopę zwrotu z inwestycji ze stopniem koncentracji branż (mierzonych udziałem w sprzedaży w branży, powiedzmy, czterech największych firm). Relacja między rentownością a koncentracją jest niezmiennie luźna: mniej niż 25 procent zmienności stóp zysku w różnych branżach można przypisać koncentracji.

Bardziej szczegółową ilustrację wpływu liczby konkurentów na cenę można znaleźć w opracowaniu Reubena Kessela dotyczącego gwarantowania (tzw. underwriting) emisji obligacji rządowych i samorządowych. Syndykaty bankierów inwestycyjnych ubiegają się o prawo do sprzedaży emisji obligacji przez, na przykład, stan Kalifornia. Zwycięski oferent może licytować 98,5 (lub 985 dolarów za obligację o wartości 1000 dolarów), a następnie sprzedać emisję inwestorom po 100 (1000 dolarów za obligację o wartości 1000 dolarów). W tym przypadku „spread” underwritera wynosiłby 1,5 (lub 15 dolarów za obligację wartą 1000 dolarów).

Po przebadaniu tysięcy emisji obligacji, po korekcie uwzględniającej wielkość, bezpieczeństwo oraz inne cechy każdej emisji, Kessel znalazł schemat określania spreadów underwriterów, jak pokazano w Tabeli 2.

Przy dwudziestu lub więcej licytujących — co jest praktycznie konkurencją idealną — spread wynosił dziesięć dolarów. Zwiększenie liczby oferentów zaledwie z jednego do dwóch wystarczyło, aby zmniejszyć nadwyżkę spreadu o połowę w stosunku do poziomu, jaki byłby na dziesięciodolarowym poziomie konkurencyjnym. W związku z tym nawet niewielka liczba konkurentów może obniżyć ceny blisko poziomu konkurencyjnego. Wyniki Kessela, bardziej niż jakiegokolwiek inne badanie, przekonały mnie, że konkurencja jest bardziej jak nieustępliwy chwast, a nie delikatny kwiat.

Tabela 2. Liczba licytujących i spread underwriterów

Liczba licytujących	Spread underwriterów
1	\$15.74
2	\$12.64

3	\$12.36
6	\$10.71
10	\$10.23

Jeśli społeczeństwo chce kontrolować monopol — lub przynajmniej te monopole, które nie zostały stworzone przez własny rząd — ma trzy obszerne możliwości. Pierwsza to polityka antymonopolowa odmiany amerykańskiej; drugim sposobem jest regulacja publiczna; a trzeci to publiczna własność i zarządzanie. Podobnie jak monopol, żadna z tych opcji nie jest idealna.

Polityka antymonopolowa jest kosztowna w egzekwowaniu: Wydział Antymonopolowy Departamentu Sprawiedliwości miał w 2004 roku budżet 133 milionów dolarów, a budżet Federalnej Komisji Handlu wyniósł 183 miliony dolarów. Oskarżenia (którzy każdego roku również stoją w obliczu setek prywatnych spraw antymonopolowych) prawdopodobnie wydają dziesięć lub dwadzieścia razy więcej. Co więcej, prawo antymonopolowe działa wolno. Potrzeba lat, zanim praktyka monopolistyczna zostanie rozpoznana i jeszcze dłużej by podjąć decyzję; sprawa antymonopolowa, która doprowadziła do rozpadu American Telephone and Telegraph Company rozpoczęła się w 1974 r. i była przedmiotem postępowania sądowego do 1996 r.

Regulacje publiczne były preferowanym wyborem w Ameryce, poczynając od utworzenia Interstate Commerce Commission (Międzystanowej Komisji Handlu) w 1887 r., a kończąc na miejskiej regulacji taksówek i firm produkujących lód. Jednak większość regulacji publicznych powoduje zmniejszenie lub wyeliminowanie konkurencji, a nie eliminację monopolu. Ograniczona konkurencja — i wynikające z tego wyższe zyski dla właścicieli taksówek — jest powodem, dla którego medaliony (licencje) taksówkowe Nowego Jorku sprzedano za ponad 150 000 USD w 1991 roku (w pewnym momencie w 1970 roku, medalion taksówkowy był wart więcej niż miejsce w New York Stock Exchange). Co więcej, regulacja „naturalnych monopolii” (czyli branży, zazwyczaj przedsiębiorstw użyteczności publicznej, w których rynek może utrzymać tylko jedną firmę o najbardziej efektywnym rozmiarze działania) złagodziła pewną monopolistyczną siłę, ale zwykle wprowadza poważne nieefektywności w projektowaniu i działaniu takich mediów.

Słynne twierdzenie ekonomii mówi, że konkurencyjna gospodarka wytworzy możliwie największe dochody z danego zbioru zasobów. Żadna realna gospodarka nie spełnia dokładnie tych warunków i żadna nigdy nie będzie idealna — nazywamy to „zawodnością rynku”. Moim zdaniem jednak stopień „zawodności rynku” jest mniejszy niż „zawodność państwa” wynikająca z niedoskonałości polityki gospodarczej, jaką można znaleźć w realnych systemach politycznych. Zasługi leseferyzmu opierają się mniej na jego słynnych podstawach teoretycznych, a bardziej na jego zaletach w porównaniu z faktycznymi wynikami konkurencyjnych form organizacji gospodarczej.

Komentarz: Monopol naturalny (David R. Henderson)

Głównym rodzajem monopolu, który jest zarówno trwały, jak i nie powodowany przez rząd, jest coś, co ekonomiści nazywają „naturalnym” monopolem. Naturalny monopol wynika z ekonomii skali — tj. z powodu kosztów jednostkowych, które spadają wraz ze wzrostem produkcji danej firmy. Gdy korzyści skali są rozległe w stosunku do wielkości rynku, jedna firma może produkować całość w danej branży przy niższym koszcie jednostkowym niż dwie lub więcej firm. Powodem jest to, że wiele firm nie może w pełni wykorzystać korzyści skali. Sporo ekonomistów uważa, że dystrybucja energii elektrycznej (ale nie jej produkcja) jest przykładem naturalnego monopolu. Istnieje efekt skali, ponieważ inne przedsiębiorstwo, które weszłoby na rynek, musiałoby powielać istniejące linie energetyczne — w przypadku monopolu nie jest to konieczne. W ten sposób pojedyncza firma, która służy każdemu, ma niższy średni koszt .

Czy i jak rząd powinien regulować monopol, to kwestia kontrowersyjna wśród ekonomistów. Większość z nich popiera regulację, aby naturalny monopol nie mógł pobierać ceny monopolistycznej. Inni ekonomiści nie chcą żadnych regulacji, ponieważ uważają, że nawet naturalne monopole muszą stawić czoła konkurencji (na przykład zakłady energetyczne muszą konkurować z domowym wytwarzaniem energii wiatrowej, a klienci przemysłowi mogą czasami produkować własną energię lub kupować ją w innym miejscu) oraz chcą, aby naturalny monopol miał silną zachętę do obniżania kosztów. Poza regulowaniem cen, rządy zazwyczaj uniemożliwiają konkurującym firmom wejście do branży, która jest uważana za naturalny monopol. Firma, która chce na przykład konkurować z lokalną spółką użyteczności publicznej, nie może tego zrobić zgodnie z prawem. Ekonomiści zwykle przeciwstawiają się regulowaniu wejścia

na rynek. Powód jest następujący: jeśli branża rzeczywiście jest naturalnym monopolem, uniemożliwienie nowym konkurentom wejścia jest niepotrzebne, ponieważ żaden konkurent nie będzie w stanie wejść na rynek. Jeśli z drugiej strony przemysł nie jest naturalnym monopolem, wówczas zapobieganie konkurencji jest niepożądane. Tak czy inaczej, uniemożliwianie wejścia nie ma sensu.

Dalsza lektura:

Atkinson, Scott E., Robert Halvorsen, „The Relative Efficiency of Public and Private Firms in a Regulated Environment”, *Journal of Public Economics* 29 (April 1986): 281–294.

Barro, Robert J., „Let’s Play Monopoly”, *Wall Street Journal*, August 27, 1991.

Boardman, Anthony E., Aidan R. Vining, „Ownership and Performance in Competitive Environments”, *Journal of Law and Economics* 32 (April 1989): 1–34.

Bork, Robert H. *The Antitrust Paradox*, New York: Basic Books, 1978.

Harberger, Arnold C., „Monopoly and Resource Allocation”, *American Economic Review* 44, no. 2 (1954): 77–87.

Kessel, Reuben, „A Study of the Effects of Competition in the Tax-Exempt Bond Market”, *Journal of Political Economy* 79 (July/August 1971): 706–738.

Shepherd, William G., „Causes of Increased Competition in the U.S. Economy, 1939–80”, *Review of Economics and Statistics* 64 (November 1982): 613–626.

Stigler, George J., *Memoirs of an Unregulated Economist*, New York: Basic Books, 1988, Chap. 6.