

Zadbajmy wreszcie o tę konkurencję!

W artykule ‘Trzeba zadbać o konkurencję’ (Rzeczpospolita, 26.02.05 Nr 48) Cezary Banasiński, prezes *Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* pisząc, że „pora zastanowić się nad dotychczasowym przebiegiem liberalizacji, jej perspektywami, wzajemnymi relacjami z polityką antymonopolową, wreszcie nad kształtem tej ostatniej” zachęcił do napisania kilku uwag na ten temat. Jest to jednak jedna z niewielu opinii, z którą zgadzam się z Panem prezesem. Przyznam się, że miałbym ochotę polemizować niemalże każdym zdaniem napisanym w tym artykule, jednakże ograniczę się do kilku uwag.

Zacznijmy od elementarza, Autor pisze, że „przyjmuje się, że konkurencja doskonała najpewniej i tak doprowadziłaby do powstania monopolu, czyli zdominowania danej gałęzi przez jednego przedsiębiorcę”. Ciekaw jestem skąd pochodzi ta wiedza? Pomijając to, że sytuacja konkurencji doskonałej jest nierealistyczna (o czym pisał choćby Friedrich von Hayek w latach 1940) to jeśli przeanalizujemy rzeczywiste sytuacje zbliżone do tej teoretycznej konstrukcji (w której, dla przypomnienia, producenci produkują podobne produkty, konsumenci mają pełną informację o produktach, istnieje swoboda ustalania cen oraz swoboda wejścia i wyjścia na rynek), to nie znam przypadku by doprowadziło to do sytuacji nawet dużej koncentracji na rynku. Przeczą temu też rozważania teoretyczne, nawet, gdy analizuje się sytuację początkowego monopolu na rynku doskonale konkurencyjnym to po stosunkowo krótkim czasie (rzędu 5-7 lat) na takim rynku funkcjonuje wiele firm, z których każda ma bardzo mały udział na rynku.

Autor pisze, że „konkurencja na rynkach, na których jeszcze wczoraj działał monopol, jest zawsze zniekształcona. ‘Grzech pierworodny’ stanowi najczęściej obecność na nim byłego monopolisty, zajmującego tam pozycję dominującą. Przeważnie stara się wykorzystać ją do wyeliminowania konkurentów bądź niedopuszczenia ich do rynku.” I cóż w takiej sytuacji robi urząd antymonopolowy. Robi rzecz spektakularną, można nawet podejrzewać, że czyni to pod tzw. publikę. Nakłada wysokie kary na dominującą firmę. Pan Prezes podaje przykłady takich działań jego Urzędu – 60 mln złotych kary na PKP Cargo, 20 mln zł dla TP S.A.. Można zadać pytanie i cóż to dało? Monopolista i tak sobie ‘odbije’ tę stratę na konsumentach. Pan Prezes pisze, że wobec TP S.A. Urząd wszczął ponad sto postępowań, a „liczba tych interwencji nie malała wraz z liberalizacją i uwalnianiem kolejnych segmentów rynku”. I znów można zadać pytanie o skuteczność tego typu działań Urzędu. Śmiem twierdzić, że gdyby nie groźba konkurencji (np. ze strony telefonii komórkowej) to TP S.A.. korzystając ze wsparcia polityków (rządu, parlamentu) zamiast obniżać ceny swoich usług podnosiłaby je. Drobny przykład manipulacji jaką dokonała (z pomocą polityków) TP S.A. po tzw. liberalizacji połączeń międzymiastowych to uznanie prefiksu 1033 jako domyślnego. Jest to przecież jawne ograniczenie zasad tzw. uczciwej konkurencji (którym to często określeniem posługują się ludzie odpowiedzialni za tzw. politykę antymonopolową). Jaką skutecznością wykazał się Urząd w tej kwestii?

Prezes Banasiński pisze, że „ze względu na znaczenie polityki konkurencji, jako jednego z filarów wolności gospodarczej, powinny zaangażować się w nią również organy regulujące poszczególne sektory (energetyczny, telekomunikacyjny, kolejowy, lotniczy etc.). Nie sposób prowadzić skutecznej polityki konkurencji bez uwzględnienia wpływu, jaki na nią wywierają

decyzje regulatorów branżowych - chociażby zatwierdzanie taryf i cenników, prowadzenie mediacji czy też określanie zasad, na jakich będą wchodzić na rynek nowe podmioty.” Ależ to właśnie taka postawa jest powodem braku, lub co najmniej niedostatecznego postępu, liberalizacji tych i innych sektorów. Jeśli tylko choć w niewielkim stopniu pozwolimy osobom bezpośrednio zaangażowanym w reformowanie sektora na „zatwierdzanie taryf i cenników, prowadzenie mediacji czy też określania zasad, na jakich będą wchodzić na rynek nowe podmioty” to możemy mieć pewność, że żadnej liberalizacji nie będzie. Milton Friedman, laureat nagrody Nobla z ekonomii, wielokrotnie powtarzał, że jeśli chcemy dokonać reformy czegokolwiek to powinniśmy przede wszystkim zagwarantować minimalny wpływ na kształt tych reform przez osoby których ta reforma ma dotknąć. Reformy szkolnictwa, służby zdrowia, energetyki, telekomunikacji itd. powinny być dokonane bez bezpośredniego udziału nauczycieli, lekarzy, energetyków, itd.

Pisząc o rynku oprogramowania komputerowego Pan Prezes pisze, że „w ciągu trzydziestu zaledwie lat ten otwarty i pozbawiony barier rynek, na którym działały w większości firmy założone w garażach przez młodych ludzi, wyłonił z siebie molocha mającego w niektórych jego segmentach 90 proc. udziału. Microsoft w przypadku niektórych rodzajów oprogramowania praktycznie nie spotyka się z konkurencją. Co więcej, stara się za wszelką cenę nie dopuścić do jej powstania, niekiedy uciekając się do bezprawnych praktyk. Jedną z nich udowodniła Komisja Europejska, kwestionując dołączanie do systemu operacyjnego Windows darmowego odtwarzacza plików multimedialnych, co poważnie zagroziło niezależnym producentom tego typu oprogramowania.” Ta i kolejne opinie wyrażane przez Prezesa Banasińskiego (ale też często wyrażane przez polityków po obu stronach Atlantyku) wymagają komentarza.

A więc warto zauważyć, że od 1991 roku *Federal Trade Commission* i *Antitrust Division* podejmują próby wykazania naruszenia przez Microsoft ustaw antytrustowych w USA. Jak dotychczas, po tamtej stronie Atlantyku, niewiele z tego wyszło. Warto jednak zwrócić uwagę, że zarówno w USA jak i w Europie procesy przeciwko Microsoftowi w dużym stopniu opierają się na opiniach jego konkurentów a nie użytkowników (konsumentów) jego produktów. Naturalną jest rzeczą, że konkurenci wyliczą zawsze setki powodów ‘nieuczciwej konkurencji’ ze strony tego, który dominuje na rynku, bo, jak im się wydaje, łatwiej jest walczyć z konkurentem korzystając z pomocy prawników i polityków niż oferując na rynku lepszy produkt.

Cokolwiek by złego powiedzieć o Microofocie, jedno wydaje się niepodważalne, Microsoft zdobył swoją dominującą pozycję nie poprzez zabiegi w gabinetach rządowych i zdobywanie państwowych koncesji, ale poprzez oferowanie produktów, które konsumenci chętnie kupowali (i proszę nie mówić, że Linux jest lepszym systemem – dla wielu użytkowników (zgłasza tych bardziej zaawansowanych informatycznie) jest faktycznie lepszy, ale dla ogromnej rzeszy ludzi, tzw. normalnych użytkowników, jest to system dobrze im służący.)

Microsoft zdobył swoją pozycję oferując coraz to lepsze produkty (a to, zgodnie z zasadami gry rynkowej, musiał czynić by wygrać z wieloma konkurentami), przez doskonałe zabiegi marketingowe (a to jest jeden z ważnych elementów gry rynkowej) oraz ciężką pracę samego Billa Gatesa jak i jego współpracowników. Pete Peterson, wiceprezydent WordPerfect’u, konkurenta Microsoftu na rynku edytorów tekstu, swego czasu powiedział o Billu Gatesie: “Chciałbym by się ożenił i miał gromadkę dzieci, może dzięki temu nie pracowałby tak wiele jak to ma w zwyczaju.”

Nikt nie zabrania oferować na rynku konkurencyjnych produktów, tak nadal czynią konkurenci Microsoftu. To właśnie dzięki stałej presji konkurencyjnej, którą czuje Microsoft, wprowadzane są coraz lepsze produkty. To, że Netscape przegrał na rynku przeglądarek internetowych nie spowodowało, że Microsoft mógł się czuć bezpiecznie. Jeśli zaniedbałby ten rynek to szybko straciłby swoją pozycję. Konkurenci wykorzystają każdą okazję by

pokonać Microsoft – co zresztą jest widoczne, ostatnie dane pokazują, że Microsoft Internet Explorer traci udziały na rynku na rzecz Opery, Mozilla, czy Firefox.

Można niekiedy żałować, że na rynku edytorów tekstu, przeglądarek internetowych czy odtwarzaczy multimedialnych dominuje jedna firma, że znane firmy takie jak WordPerfect czy Netscape zostały pokonane. Warto jednak stale mieć na uwadze przesłanie Frederica Bastiata sprzed ponad 150 lat, by patrzeć nie tylko na to ‘co widać’, ale także na to ‘czego nie widać’ (Tutaj warto polecić czytelnikom książkę Henrego Hazlitta *Ekonomia w jednej lekcji*). Dostrzegamy to co jest bezpośrednio widoczne – konkurenci zostali pokonani i mamy ‘uboższa’ ofertę na rynku. Ale nie dostrzega się tego, że dzięki temu mamy produkty tańsze (a nawet za darmo) a po drugie, konkurenci, którzy przegrali musieli znaleźć sobie inne pola działań, które pozwolą im zarobić i zadowolić klientów. Jak się wydaje, to właśnie dzięki temu, że konkurenci Microsoftu zaangażowali się w prace nad programami gdzie ‘Microsoft jeszcze nie dotarł’, mamy obecnie bardzo zaawansowane i stosunkowo tanie narzędzia grafiki komputerowej, narzędzia wspomagające komunikację w sieci (oprogramowania serwerów), obsługi multimedialnych, odtwarzaczy MP3, itp.

To, że Bill Gates dzięki swojemu bogactwu, może przeznaczać ogromne kwoty na działalność charytatywną i filantropijną też jakoś rzadko jest zauważane przez jego przeciwników. A Bill Gates, podobnie jak w przeszłości Andrew Carnegie, John D. Rockefeller, Henry Ford i wielu innych, którzy osiągnęli sukces jako przedsiębiorcy, przeznacza ogromne pieniądze na ten cel i stał się współcześnie największym filantropem na świecie.

Wydaje się, że wiele niechęci w stosunku do Billa Gatesa i Microsoftu nie wynika z tego, że jest on monopolistą, ale po prostu z ludzkiej zazdrości. Czy ludzie zauważąliby monopolistyczną pozycję Microsoftu, gdyby Gates był jednym z wielu dobrze zarabiających przedsiębiorców a nie najbogatszym człowiekiem na świecie?

W kontekście tzw. polityki konkurencji i polityki antymonopolowej warto wyłuszczyć elementarne, ale często umykające, informacje o istocie rynku. Przede wszystkim przeciwnikom rynku warto powiedzieć, że zwolennicy rynku nie uznają go za twór idealny, że tak jak wszystko na tym świecie, rynek ma bardzo wiele ułomności. Jednakże, mimo swoich wielu wad, jest to znacznie lepsze rozwiązanie od rozwiązania alternatywnego, kiedy jakaś centralna instytucja, np. rząd ze swoimi agendami, podejmuje próby ‘ręcznego’ sterowania życiem społecznym – gospodarką, oświatą, ochroną zdrowia, itd.

Rynek nie załatwi wszystkiego w sposób totalny, 100 procentowy. Nie przyczyni się do tego by zniknęła całkowicie bieda, bezrobocie, narkomania, by ludzie nie pili w ogóle alkoholu, by nie chorowali na AIDS, itd. Co może zagwarantować to ‘jedynie’ to, że każde z tych nieszczęść będzie zlikwidowane w pewnym, racjonalnym (można powiedzieć, że w optymalnym) stopniu.

Rynek oparty jest na zasadzie ograniczonego zaufania: ‘ufam ci tak długo jak długo nie oszukasz, jeśli jednak oszukasz, a w sposób ewidentny nie był to czysty przypadek, to tracisz zaufanie i od tego czasu nikt z tobą nie będzie chciał robić interesów’. Jednorazowo zyskuje oszust-sprzedawca i tracą uczciwi klienci; jest to jedna z cen jakie płaci się za niedogodności rynku. Czy jednak błędy centralnych planistów nie kosztują więcej? Jakże wiele jest przykładów bardzo szybkiej utraty zaufania kupujących przez wypuszczenie na rynek niedopracowanego produktu, i potem długiego odzyskiwania dobrego imienia przez znane firmy. Dbałość o dobre imię nie jest tylko cechą firm produkujących dobra ‘fizyczne’; ale także firm oferujących specyficzne usługi, np. bankowe, medyczne, edukacyjne.

Rynek (przez co należy rozumieć ‘wolny rynek’) jest centrum systemu kapitalistycznego. Rynek jako instytucja ma dwie zalety, których nigdzie indziej nie zauważymy, mianowicie: (1) żadna osoba ani też grupa osób nie jest w stanie kontrolować rynku, mechanizm rynkowy powoduje dosyć równomierny podział wpływów na to co na nim się dzieje tak, że dominacja

(monopolizacja) rynku przez jakąś grupę ludzi jest zjawiskiem stosunkowo rzadkim, a jeżeli występuje to jest to z korzyścią dla konsumenta, oraz (2) rynek w naturalny sposób nagradza efektywność (poprzez duże zyski) oraz karze nieefektywnych (których 'eliminuje z gry', ale którym też daje zawsze szansę rozpoczęcia działalności w innej dziedzinie).

Z czym kojarzy się nam taka instytucja jak rynek? Z pewnością rynek kojarzy się nam z konkurencją, która może dokonywać się poprzez mechanizm cenowy (obniżenie cen możliwe jest m.in. przez zmniejszenie kosztów produkcji, zwiększenie wydajności produkcji np. dzięki lepszej organizacji pracy). Współcześnie jednak konkurencja widoczna jest głównie przez wprowadzanie innowacji i dzięki temu oferowanie coraz to lepszych produktów.

W końcu XIX wieku i początku wieku XX w ekonomii dominowało mechanistyczne widzenie rozwoju gospodarczego i dlatego konkurencję traktowano jako siłę działającą analogicznie do newtonowskiej siły grawitacji, pod wpływem której ciała dążą do stanu równowagi. W ostatnich dziesięcioleciach w analizie zjawisk gospodarczych coraz popularniejsze staje się podejście ewolucyjne w którym konkurencję traktuje się jako siłę selekcyjną, w sensie darwinowskim. Friedrich Hayek nazywa konkurencję procedurą odkrycia, „procedurą która występuje we wszystkich ewolucjach, która prowadziła człowieka nieświadomie do radzenia sobie w nowych sytuacjach; poprzez dalszą konkurencję a nie poprzez dogadywanie się, stopniowo zwiększamy efektywność naszych działań”.

Nie byłoby jednak rynku bez istnienia własności prywatnej (chyba nie jest możliwe w dłuższym okresie istnienie rynku bez, co najmniej dominacji, własności prywatnej). Rynek to także przedsiębiorczość i przedsiębiorca, który stara się działać tak by w jak największym stopniu zaspokoić potrzeby konsumenta. Warto w tym momencie powiedzieć, że bardzo wielu myślicieli (co najmniej od XVIII wieku) zajmujących się analizą procesu gospodarczego powtarza, że „interes konsumenta jakiegokolwiek dobra powinien zawsze przeważać nad interesem producenta” (Gustave de Molinari). W wieku XX przesłanie to zostało niemalże zapomniane, stale powtarzane było jedynie przez ekonomistów z kręgu Szkoły Austriackiej (np. Mises, Hayek, Rothbard).

Jednakże nie można wyobrazić sobie rynku bez spontaniczności działań – swobody podejmowania decyzji i związanego z tym niepewności i ryzyka, zarówno przedsiębiorców jak i konsumentów. Laureat nagrody Nobla z ekonomii, James M. Buchanan nazwał zasadę spontanicznego porządku „najważniejszą, fundamentalną zasadą ekonomii.”

Wszystkie przedstawione cechy rynku są ze sobą wzajemnie powiązane i nieobecność choćby jednej z nich prowadzi do nieefektywności mechanizmu rynkowego. Niektóre współzależności wydają się nam naturalne i oczywiste, ale niektóre, jak np. powiązanie pomiędzy prywatną własnością a konkurencyjnością nie zawsze są uznawane, a wydaje się być bardzo silne. Z reguły współgranie konkurencyjności i prywatnej własności prowadzi w krótkim okresie do obniżenia cen, a w dłuższym okresie do poprawy jakości towarów i usług. Tak stało się np. w Niemczech po prywatyzacji telekomunikacji, kiedy to w ciągu roku po prywatyzacji, w 1998 r., ceny usług spadły o ponad 60% w stosunku do cen tuż przed prywatyzacją. Przykładów pozytywnych skutków prywatyzacji i zwiększonej konkurencyjności można by mnożyć, zwłaszcza od początku lat 1980., kiedy w wielu państwach uprzemysłowionych rozpoczął się proces prywatyzacji (zainicjowany przez Margaret Thatcher w Wielkiej Brytanii i Ronalda Reagana w Stanach Zjednoczonych).

Wszystko co w jakikolwiek sposób zakłóca przepływ informacji poprzez naturalne ruchy cen działa na niekorzyść konsumenta. Klasycznym przykładem takiego zakłócenia jest monopol, tzn. sytuacja kiedy rynek jakiegoś produktu jest kontrolowany przez jednego producenta, lub kartel. Gospodarka jest systemem dynamicznym i często się zdarza, że dzięki zbiegowi okoliczności (np. pojawieniu się radykalnej innowacji) w przeciągu stosunkowo krótkiego czasu jeden producent narzuca warunki jakie panują na rynku. Jednakże, jeśli tylko nie występują bariery wejścia nowych firm na rynek, sytuacja monopolisty w gospodarce

wolnorynkowej może być co najwyżej częściowa i krótkotrwała. W przeciągu stosunkowo krótkiego czasu nowe firmy wchodzące na rynek wymuszają większą konkurencję i w efekcie sytuacja na rynku zbliża się do stanu nazywanego przez ekonomistów czystą konkurencją. Najczęściej bariery uniemożliwiające swobodne wejście nowych firm stwarzane są przez rząd, który działa, jak to często jest powtarzane, w imię interesu publicznego. Dobrym przykładem monopolu wymuszonego przez rząd jest poczta, przykład o tyle dobry, że pokazuje do jakich sztuczek muszą uciekać się firmy prywatne by pokonać takiego monopolistę. Od dziesięcioleci monopolistą w dostarczaniu poczty w Stanach Zjednoczonych jest poczta państwowa *U.S. Mail*. Kilkanaście lat temu podjęto próby złamania tego monopolu, początkowo bezskuteczne, ale po kilku latach pozwolono firmom prywatnym na dostarczanie paczek i pakietów, pozostawiając nadal dostarczanie listów w gestii poczty państwowej. Bardzo szybko okazało się, że firmy prywatne, jak np. *United Parcel Service* czy *Federal Express*, dostarczają paczki i pakiety szybciej i sprawniej od poczty państwowej. Formalnie rzecz biorąc nie można jednak ominąć monopolu poczty państwowej na dostarczanie listów. Jak zwykle bywa w życiu, kiedy tylko istnieje 'choćby szczelina' to ludzie wymyślą w jaki sposób przez nią się przecisnąć. Użytkownicy (oczywiście przy cichej umowie z firmami prywatnymi) omijali ten monopol poprzez wysyłanie nawet niewielkich listów w bardzo dużej kopercie. Jak zareagowała poczta państwowa? Próbowała zmienić przepisy, kiedy jej się to nie udało i nadal zmniejszały się jej dochody, zaczęła podnosić ceny znaczków na listy zwykłe.

Z punktu widzenia konsumenta najdotkliwszy jest nienaturalny wzrost cen wymuszany przez monopolistę. Teoretycznie istnieją dwa rodzaje monopolu – monopol rynkowy (który można też nazwać naturalnym) i monopol wymuszony. Monopol wymuszony utrzymuje się jedynie dzięki użyciu siły lub groźby użycia siły po to by zapobiec konkurencji, lub też niekiedy, po to by wymusić lojalność kupującego. Monopolista rynkowy nie ma żadnego efektywnego konkurenta na określonym rynku, ale też nie jest w stanie zapobiec efektywnej konkurencji poprzez użycie siły. Monopolista rynkowy nie może osiągnąć swoich celów poprzez użycie przemocy, lub groźby użycia przemocy, przeciwko komukolwiek – klientom, konkurentom, czy też zatrudnionym – z prostego powodu, ponieważ nie ma on żadnej legalnej władzy aby zmusić ludzi do robienia interesów z nim i ochronić siebie przed konsekwencjami użycia przemocy. Jediną siłą monopolisty rynkowego jest stałe, coraz to lepsze, zaspokajanie potrzeb konsumentów. Użycie przemocy w sytuacji gospodarki rynkowej wywołuje zawsze obawy wśród ludzi współpracujących z monopolistą (zarówno wśród kupujących jak i kooperantów) i może spowodować chęć poszukania sobie innego partnera w prowadzeniu interesów. Sytuacja takiego monopolu naturalnego nie jest wcale czyś złym dla konsumenta, a wręcz przeciwnie, okazuje się korzystną. Przykładami sytuacji wystąpienia monopolu naturalnego w gospodarce wolnorynkowej są przemysły, w których występują silne efekty ekonomii skali (korzyści skali), tzn. kiedy jednostkowe koszty produkcji zależą od wielkości tejże produkcji i im większa jest produkcja tym koszty te są mniejsze. Małe firmy próbujące wejść na rynek w zasadzie nie mają szans z dużą firmą dominującą na rynku. Ich wysokie jednostkowe koszty produkcji, związane z niewielką wielkością produkcji, powodują, że i cena produktów jaką mogą zaoferować konsumentom, pozwalająca równocześnie uczynić ich produkcję opłacalną, jest znacznie wyższa od ceny monopolisty. Ważne jest jednak by monopolista czuł 'oddech' firm pragnących wejść na rynek. Musi mieć on świadomość, że w każdej chwili, kiedy jako monopolista zwiększy cenę produktów by uzyskać nienaturalnie wysoki zysk, nowe firmy będą próbowały wejść na rynek i złamać jego monopolistyczną pozycję. Sytuacja monopolu naturalnego jest także bodźcem dla małych firm pragnących wejść na rynek do poszukiwania innowacji zmniejszających koszty produkcji lub zwiększających walory użytkowe produktów, jako, że jest to jedyny sposób na uczynienia produktów bardziej konkurencyjnych i umożliwiających ich sprzedaż

na rynku. Jeżeli zdarzyłoby się, że monopolista podnosi ceny poza jej wymiar rynkowy to bardzo szybko znajdzie się konkurent który wejdzie na rynek i zagrozi monopolistom.

Jak wspominałem, sytuacja monopolu rynkowego występuje w warunkach swobodnej gry rynkowej. Niestety często postrzegana jest błędnie, jako niekorzystna dla konsumenta. Thomas DiLorenzo, ekonomista z Loyola University w Baltimore, badał zachowanie się rynków, które zostały zmonopolizowane w XIX wieku w USA (węgiel, ołów, skóry, oliwa z lnu, sól, cukier, ropa naftowa, stal). Wykazał on, że w ostatnim dziesięcioleciu przed uchwaleniem w 1890 roku sławnej Ustawy Antytrustowej Shermana, wielkość produkcji w tych przemyślach rosła a ceny spadały. Doświadczenia wynikające ze stosowania ustawy Shermana sugerują, że najczęściej jest to narzędzie wykorzystywane przez konkurentów, którym się nie powiodło przeciwko konkurentowi, który z rywalizacji rynkowej wyszedł zwycięsko. Często przytaczanym przykładem w tym kontekście jest *Alcoa (Aluminum Company of America)*, która od 1888 do 1945 była monopolistą w produkcji aluminium w USA. Monopolistyczna pozycja utrzymywana była poprzez sprzedaż bardzo dobrych produktów po coraz to niższych cenach, tak że nikt nie był w stanie wejść na rynek. W 1888 roku, kiedy *Alcoa* rozpoczęła produkcję aluminium na skalę przemysłową, kilogram aluminium kosztował ok. 10 dolarów, dzięki usprawnieniu procesu produkcyjnego w pięć lat później cena spadła siedmiokrotnie do ok. 1,5 dolara. W 1937 roku, kiedy rozpoczął się proces demonopolizacji *Alcoa*, cena aluminium wynosiła ok. 40 centów (czyli czterokrotnie mniej niż w końcu XIX wieku, zatem w sumie w ciągu 50 lat istnienia firmy cena spadła ok. 25-krotnie). W 1945 roku proces demonopolizacji *Alcoa* został zakończony i cóż się okazało, od razu cena aluminium lekko wzrosła i przez następne lata ustabilizowała się na tym wyższym poziomie.

Znamienny jest zarzut bycia zbyt przewidującym, zbyt produktywnym i zbyt elastycznym, jakim posłużył się prowadzący sprawę demonopolizacji *Alcoa*, sędzia Learned Hand. Stwierdził on, że *Alcoa* „stale podkreśla, że nigdy nie wykluczała konkurentów; ale jak nie nazwać wykluczeniem skutecznym czegoś takiego jak bezlitosne wykorzystanie każdej nadążającej się sposobności zwiększenia możliwości produkcyjnych i w ten sposób rzucenie wyzwania każdemu wchodzącemu na rynek nowemu producentowi, wykluczeniem jest posiadania przewagi w postaci długiego doświadczenia produkcyjnego, koneksji handlowych czy elitarnego personelu.”

Wydaje się, że obecna sytuacja *Microsoftu*, oskarżanego o praktyki monopolistyczne może być zakwalifikowana do kategorii monopolu rynkowego. Nawet gdyby uznać, że *Microsoft* zdominował rynek systemów operacyjnych (co jest prawdą tylko dla komputerów klasy PC) to, po pierwsze, pozycję tę uzyskał tylko i wyłącznie dzięki jego działaniom rynkowym, starając się oferować coraz to lepszy i tańszy system operacyjny (od DOS poprzez Windows 3.1, Windows 95/98/NT, Windows 2000/ME/XP) a nie dzięki parasolowi ochronnemu rządu. Jak można sądzić, gdyby nie wykorzystanie czynnika ekonomii skali i globalizacji użycia Windows'ów to za podobnej klasy system operacyjny oferowany przez wielką liczbę firm programistycznych musielibyśmy zapłacić co najmniej kilkakrotnie więcej niż 'dyktuje' to *Microsoft*.

Nie tylko monopole na rynku nie zagrażają nikomu, ale cała koncepcja monopolu, w takiej formie jak jest powszechnie pojmowana, jest koncepcją błędną. Monopolista rynkowy nie może zapobiec konkurencji poprzez wytworzenie barier uniemożliwiających wejście konkurentów na rynek. Należy zaznaczyć, że monopol nie ma nic wspólnego z rozmiarami firmy, a jedynie z jego udziałem w globalnej produkcji sprzedanej na rynku. Z całą pewnością w XIX wieku mały sklep był 'większym monopolistą' niż obecnie duża sieć supermarketów.

Monopol wymuszony (państwowy) cechuje się wyjątkową kontrolą w danej sferze działalności gospodarczej. Dzięki tej uprzywilejowanej pozycji jest w stanie całkowicie uniemożliwić wejście konkurentów na rynek. Tylko i wyłącznie w takiej sytuacji monopolista

jest w stanie ustalać ceny arbitralnie, niezależnie od sił rynkowych, jakie w normalnych warunkach mogłyby być obecne. W odróżnieniu od monopolisty rynkowego, monopolista taki nie musi się tak bardzo obawiać utraty konsumentów po podwyższeniu cen. Można zadać pytanie: dlaczego w ogóle jest możliwe pojawianie się monopolu wymuszonego? Jediną odpowiedzią jest, że dzieje się to dzięki polityce państwa, poprzez stworzenie specjalnych przywilejów. Jedyne rządy, który sam w sobie jest monopolistą wymuszonym, ma dostateczne siły aby zmusić zarówno konsumentów, jak i kooperantów, do robienia interesów z takim monopolistą, co w każdym innym przypadku nie miałoby miejsca. Zdarza się, też, że rządy swoimi działaniami, mając nawet jak najlepsze intencje, stwarza sytuacje sprzyjające monopolowi. Tak jest przy wszelkich działaniach zakazujących używania jakichś produktów, klasycznym przykładem jest prohibicja, która umożliwiła mafii stanie się monopolistą w produkcji i dystrybucji alkoholu i dyktowania ich cen.

Obawa przed bezwzględny, niekontrolowanymi monopolami jest zasadna, ale stosuje się ona jedynie do monopolii wymuszonych. Wymuszone monopole są przedłużeniem rządu, nie są produktem wolnego rynku. Bez specjalnych przywilejów dawanych przez rząd, żaden 'wymuszony' monopolista nie utrzymałby się na rynku. W istocie przemoc jest karana przez wolny rynek, tak jak karane jest każde oszustwo; tzw. 'robienie interesów' w gospodarce wolnorynkowej zależy bezpośrednio od (wolnych) konsumentów, a ci są bardzo wrażliwi na wszelkie przejawy przemocy i oszustwa. Takie karanie za użycie siły i oszustwa, poprzez zwykle nie kupowanie towarów i usług, jest jedną z cech samo-regulujących się mechanizmów wolnego rynku. Ludzie, którzy nie są wolni by dokonywać nieprzymuszonego handlu w ich własnym interesie, nie mogą być nazwani wolnymi. Ludzie którzy nie są wolni, są, do pewnego stopnia, niewolnikami. Bez wolnego rynku, żadna inna wolność nie ma znaczenia.

Błędem jest twierdzenie (jakie wyraził także Prezes Banasiński), że w sytuacji monopolu rynkowego zanika konkurencja. Konkurencja w sytuacji monopolu rynkowego może być nawet silniejsza niż w sytuacji podręcznikowej konkurencji doskonałej. Ta potencjalna konkurencja, choć niewidoczna, jest ogromną siłą. Tak było we wspomnianym przypadku *Alcoa*, tak jest w przypadku Microsoftu obecnie. O sile potencjalnej konkurencji niech świadczy to, co w ostatnich latach dzieje się na rynku telefonii komórkowej. Rząd już na początku rozwoju telefonii komórkowej w Polsce w latach 1990. zagwarantował sytuację 'monopolistyczną' przyznając trzy koncesje, a nie decydując się na swobodny rozwój tego rynku. To 'dzięki' temu mieliśmy zagwarantowane wysokie ceny na tego typu usługi w Polsce (jedne z najdroższych w Europie). Cóż się stało dwa lata temu, kiedy rząd zapowiedział w swej szczodrości, że przyzna czwartą koncesję? Ano trzej zasiedzieli operatorzy od razu poczuli groźbę konkurencji i ceny usług zaczęły wyraźnie spadać, a mnogość różnego rodzaju ofert specjalnych umożliwiających płacenie mniej za usługi telefonii komórkowej jest przeogromna. Wyobraźmy sobie, co byłoby na rynku polskiej telefonii komórkowej gdyby pozwolono na swobodne wejście różnych operatorów (także wirtualnych) na ten rynek? (i proszę nie mówić, że to się operatorom nie będzie opłacało, bo budowa infrastruktury jest bardzo droga – zostawmy to zmartwienie ludziom, którzy będą w te przedsięwzięcia angażowali swoje prywatne pieniądze.)

Z ust polityków i biurokratów często słyszymy frazesy, typu: „Samo bowiem otwarcie rynku na wolną konkurencję to za mało, konieczne jest umożliwienie jej rozwoju, ciągłe monitorowanie i interwencje w momentach zagrożenia” albo „Nie wystarczy samo otwarcie jakiegoś sektora na konkurencję. Trzeba dać jej szansę na rozwój. A jemu z reguły zagrażają bezprawne praktyki antykonkurencyjne byłych monopolistów, którzy nie są zainteresowani pojawieniem się konkurentów.”

Różnego rodzaju urzędy antymonopolowe (jakkolwiek by je nazwać, choćby *Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów*), nie powinny patrzeć mechanicznie na to jaki jest

udział jakiejś firmy na rynku, ale zadbać o to by po prostu 'rynek był rynkiem' – by przynajmniej dominowała na nim własność prywatna, by istniała swoboda wejścia i wyjścia firm (a nie była to działalność koncesjonowana), by ceny ustalane były swobodnie (a nie przez jakieś urzędy regulacji, czyli tzw. regulatorów), by ludzie mogli wykazać się przedsiębiorczością i kreatywnością (a nie musieli tracić ogrom czasu i wysiłków na zaspokajanie potrzeb różnych biurokratów rządowych wypełniając stosy formularzy czy płacić niegodziwe podatki). A najlepiej jakby takich urzędów po prostu nie było.