

Джон С. Мак-Ги

**ХИЩНИЧЕСКОЕ СНИЖЕНИЕ ЦЕН:  
ДЕЛО КОМПАНИИ STANDARD OIL  
(НЬЮ-ДЖЕРСИ)\***

JOHN S. McGEE

PREDATORY PRICE CUTTING: THE STANDARD OIL (N.J.) CASE

С целью уничтожения рынков своих конкурентов он [Рокфеллер] проводил политику продажи по пониженным ценам с упорством и взвешенностью, присущими всем его действиям, и в итоге всегда выигрывал.

*Ида Тарбелл*

**I. Введение**

Задача данной статьи — определить, использовала ли в действительности до своего роспуска компания *Standard Oil* хищническое снижение цен с целью достижения или удержания монопольного положения. Данная проблема представляет нечто значительно большее, чем исторический или теоретический интерес. Решение поставленной задачи имеет непосредственное значение для современной антитрестовской политики. Установление соответствующих фактов помогло бы по меньшей мере дать определение некоторых смутных понятий, фигурирующих в настоящее время в дискуссиях о монополии и контроле над ней.

Дело компании *Standard Oil* от 1911 г.<sup>1</sup> — это поворотный пункт в разработке антитрестовского законодательства. Данное дело — не просто знаменитое судебное разбирательство, оно стало легендой. Фирма, чью историю оно излагает, стала прототипом хищнической монополии.

---

\* Опубликовано в *Journal of Law & Economics*. 1958. Vol. 1. P. 137–169.

<sup>1</sup> *Standard Oil Co. of New Jersey v. United States*, 221 U.S. 1

Иногда говорят, что *Standard Oil* стала влиятельной компанией благодаря использованию беспощадных и предосудительных методов, с помощью которых можно было достичь монополии в гигантских масштабах и, что, вероятно, важнее, закрепить ее власть навеки. Историки сообщают нам, что факты, выявленные в деле компании *Standard Oil*, в большой степени послужили причиной того, что в антитрестовских законах особое место стало уделяться недобросовестной деловой практике, направленной на установление монопольной власти.

Возможно, самым известным из всех методов монополизации, использовавшихся, как предполагается, компанией *Standard Oil*, было снижение местных цен. Учитывая дурную славу монополии в данной стране, официально поддерживаемую в течение длительного периода, и подчеркивание факта хищнического ценообразования, проводимого компанией *Standard Oil*, не вызывает удивления, что данная практика послужила объектом особого внимания законодательства. В 1911 г. монополия не была новостью, но гигантский хищник мог показаться новым. Появление гигантской фирмы, использующей жесткий научный и вполне эффективный метод достижения и удержания монопольного положения, должно было вызвать необычный интерес. *Standard Oil* была непобедима. Все, что экономисты могли бы сказать о преходящем характере существования монополии, должно было показаться безнадежно нереалистичным, учитывая то, с какой энергией и успехом, как говорили, *Standard Oil* препятствовала вхождению на рынок новых фирм.

Во всяком случае к 1914 г. в закон Клейтона хищническая ценовая дискриминация была включена как один из видов деловой практики, характер или влияние которых требовали явного законодательного запрещения. Поправка Робинсона—Петмена от 1936 г. удлинила перечень ограничений, но, разумеется, не ослабила враждебного отношения к понижению местных цен. Действительно, история данного метода, отраженная в законодательстве, и его последующая интерпретация показывают, что к нему всегда относились с опаской.

Таким образом, хищническая дискриминация занимает особое и почти не оспариваемое место в законодательстве и экономической науке, что создало некоторые трудности, особенно в связи с законом Робинсона—Петмена. Некоторые критики заяв-

ляют, что этот законодательный акт излишне ограничивает соперничество, смягчая тем самым остроту конкурентной борьбы. Тем не менее даже эти критики явно опасаются, что если мы допустим полезный вид ценовой дискриминации, то тем самым поощрим развитие ее опасного вида. В большинстве случаев при попытке отличить один вид дискриминации от другого приходится опираться на расплывчатый критерий намерения.

Эта боязливая раздвоенность, в которой явно проступает призрак компании *Standard Oil*, возможно, служит причиной продолжающихся споров, отчасти бесплодных, о надлежащей роли защиты «добросовестности» в соответствии со статьей 2 (В) закона Робинсона—Петмена. Этим же может объясняться и популярность точки зрения, согласно которой дисциплинирующее снижение цен облегчает процесс создания картелей и растягивает период извлечения выгод. Несомненно, что это повлияло на проявление заботы о мелких фирмах, имеющих дело с крупными соперниками.

В силу указанных причин было бы полезно заново исследовать дело компании *Standard Oil*.

## II. Хищническое снижение цен: несколько гипотез

Согласно оценке большинства, компания *Standard Oil* штата Нью-Джерси установила монополию на переработку нефти в США во многом за счет систематического использования хищнической ценовой дискриминации. Компания *Standard Oil* разбивала своих противников, на одном рынке в каждый период, пока не завоевала монопольного положения повсеместно. Аналогичным образом она сохранила свою монополию путем избирательного снижения цен на всех рынках, куда осмеливались войти конкуренты. Как гласит история, ценовая дискриминация являлась как методом достижения доминирующего положения, так и средством его удержания.

Главная проблема данной истории состоит в том, что она лишена логики и доказательства в ее поддержку малочисленны или вовсе отсутствуют.<sup>2</sup>

(1911).

<sup>2</sup> Я глубоко признателен Аарону Директору, профессору юридической школы Чикагского университета, который в 1953 г. предло-

В целях интерпретации фактов полезно бегло рассмотреть логику хищнической ценовой дискриминации. Очевидно, что с самого начала переработка нефти в США была конкурентной отраслью. Вследствие умеренных требований к качеству, предъявляемых потребителями, и примитивного характера самого технологического процесса очистки нефти в данной отрасли не требовалось больших капиталовложений. Число нефтеперерабатывающих предприятий, очевидно, было велико, поскольку компания *Standard Oil* выкупила более сотни таких предприятий. *Standard Oil* не родилась с монопольной властью, до 1870 г. она владела всего 10% всей нефтеперерабатывающей промышленности.

Обычная аргументация в пользу того, что снижение местных цен является средством монополизации, *начинается* с предположения, что хищник обладает значительной монопольной властью, которая служит ему в качестве «военного фонда» для обеспечения неприбыльных налетов и набегов. Очевидно, что данный способ не мог быть использован до тех пор, пока руководство компании *Standard Oil* не достигло необходимой монопольной власти. Точно так же нельзя было получить преимуществ от монополистических торгов<sup>3</sup> до тех пор, пока покупатель не достиг значительных размеров.

Существовал более простой способ, и его использовала компания *Standard Oil*. При отсутствии законодательных ограничений каждый может монополизировать любую отрасль путем слияний и поглощений, заплатив за поглощения разрешением бывшим владельцам участвовать в ожидаемых мо-

---

жил предпринять изучение этого вопроса. Профессор Директор без исследования фактов разработал логическую схему, с помощью которой он предсказал возможный вывод, что *Standard Oil* не добивалась и не удерживала свое монопольное положение посредством хищнического снижения цен. Основываясь на чисто логических рассуждениях, он пришел к выводу, что *Standard Oil* никогда систематически не использовала данный прием. Эти гипотезы меня изумили, и я усомнился в их справедливости, но в то же время был поражен логичностью их построения. В результате я решил исследовать данный вопрос вопреки собственному мнению, отличавшемуся от данных выводов, поскольку я, как и все, слишком хорошо знал, как в действительности поступала компания *Standard Oil*.

<sup>3</sup> Например, скидки железной дороги. Несмотря на то что данная тема лежит вне настоящего исследования, я убежден, что значение скидок железной дороги также было неправильно понято.

нопольных доходах. Поскольку в результате этого прибыли возрастали, все участники могли стать богаче даже после выплаты доли новатора автору идеи.

Как в условиях конкуренции, так и при монополии ценность фирмы — это сегодняшняя ценность ее будущего потока доходов. Конкурирующие фирмы могут быть куплены по цене, соответствующей конкурентной ценности активов или, на худой конец, придется заплатить немного больше. Даже в случае упорного несогласия продавцов любая цена, соответствующая сегодняшней ценности будущей монопольной прибыли от собственности, будет стоящим обменом для покупателя и большой удачей для продавца.

Возможно, что *Standard* не смогла добиться слияния в желаемом для нее объеме, но достигла размеров, необходимых для использования хищнических методов с целью дальнейшего роста. Как было бы лучше всего их использовать? Допустим, что *Standard* пользовалась абсолютной монополией на некоторых важных рынках и получала там значительные прибыли. Допустим, что на другом рынке имеется несколько конкурентов и *Standard* хочет вытеснить их всех с этого рынка. С этой целью *Standard* снижает цену ниже себестоимости. Все терпят убытки. Разумеется, *Standard* потерпела бы убытки, несмотря на то что владела другими доходными рынками: она могла бы получить по крайней мере конкурентные доходы, но не получает их. Война могла бы продолжаться до тех пор, пока уже больше не покрывались бы средние переменные затраты и не ожидалось бы возможности их покрыть; тогда конкуренты перестали бы существовать. А между тем хищнику пришлось бы сорить деньгами, чтобы сокрушить конкурентов. Если бы вместо того, чтобы воевать, претендент на монополию сразу же скупил бы своих конкурентов, он смог бы позволить себе заплатить им цену, соответствующую приведенной ценности ожидаемой монопольной прибыли, которая может быть получена в результате исчезновения этих конкурентов. Для покупки фирм была бы достаточна любая цена, превышающая их конкурентную ценность. В случае покупки монополия смогла бы сразу же начать получать прибыль, а в случае хищнической ценовой политики сначала пришлось бы понести большие убытки. Следовало бы сравнить убытки с предполагаемой моно-

польной прибылью и сделать соответствующую поправку. Если предположить, что конкуренты не захотят продать свою фирму по цене конкурентной ценности, то и в этом случае было бы трудно понять, почему фирма-хищник не захотела бы согласиться на выплату премии в сумме, которая в противном случае была бы израсходована на ценовые войны.

Поскольку доходы, могущие быть получены в период хищнической ценовой войны, всегда будут меньше доходов, которые можно было бы получить немедленно, путем покупки, и не превысят их и после окончания войны, то в случае покупки сегодняшняя ценность будет выше. Хищническая ценовая война могла бы приобрести смысл только в том случае, если бы прямые затраты на эту войну были ниже стоимости покупки. Необходимо установить, возможно ли это.

Допустим, что затраты монополизатора равны затратам его конкурентов. На рынке имеется достаточно независимых продавцов, чтобы он был конкурентным. В противном случае проблема его монополизации перестает нас интересовать. Это означает, что объем продаж монополиста на данном рынке в настоящее время недостаточен для осуществления контроля над ним. В случае если монополизатор стремится снизить цену до уровня ниже конкурентного, то он должен быть готов продавать большее количество товаров, поскольку механизм навязывания более низкой цены вынуждает его отбивать покупателей у конкурентов, заставляя последних продавать по предложенной им цене или остаться без покупателей. Чтобы переманить у кого-нибудь покупателей, монополизатор должен быть готов обслужить их сам. Таким образом, монополизатор оказывается в положении, когда он продает больше товаров и, следовательно, терпит более значительные убытки, чем его конкуренты. Доля компании *Standard Oil* на рынке часто составляла 75 и более процентов. В случае, когда эта доля составляла 75%, монополизатор должен был продавать втрое больше всех вместе взятых конкурентов, и при условии равных удельных затрат он терпел бы убытки, приблизительно втрое превышающие убытки всех вместе взятых конкурентов.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Любое допущение относительно того, что размеры монополизатора дают ему достаточные преимущества по затратам, сразу уводит

Убытки, понесенные в результате такой операции, считаются убытками даже по отношению к конкурентным доходам. Поскольку альтернатива прямой покупки предприятий конкурентов немедленно принесла бы монопольные доходы, то в случае иного выбора убытки действительно могут быть очень велики.<sup>5</sup> Далее, на определенном этапе игры конкуренты могут просто временно прекратить производство, оставив все дело (и все убытки) монополисту, и возобновить его, когда монополист вновь поднимет цены. При ценах, превышающих средние переменные затраты, но ниже полных удельных затрат, «война» могла бы длиться годами.

Покупка имеет дополнительное значительное преимущество по сравнению с методом хищнического снижения цен. Промышленное оборудование редко изнашивается все сразу. Если цена не покрывает средних переменных затрат, работа завода приостанавливается. При этом часто все оборудование остается исправным. В случае бездействия в течение более длительного периода могут выйти из строя несколько основных узлов, замена которых при существующем уровне цен была бы неэкономична, что может ускорить закрытие предприятия. В любом случае номинальная производственная мощность сохранится и будет вновь приведена в действие каким-либо предпринимателем, воздержавшимся от игры, как только монополизатор поднимет цены, чтобы воспользоваться плодами битвы, победа в которой ему досталась так дорого.

Следовательно, в целом покупка обошлась бы не дороже беспощадной войны, напротив, это было бы и дешевле, и прочнее. Вначале может прийти мысль, что хищническое ценообразование с лихвой компенсирует понесенные расходы за счет снижения покупной цены предприятий, подлежащих поглощению. В действительности для этого требуется, чтобы в результате крупных убытков ценность активов упала не столь значительно, как в случае меньших убытков. Но это совершенно

---

нас в сторону от хищнического снижения цен и вводит в область так называемых естественных монополий.

<sup>5</sup> Не следует предполагать, что только благодаря получению прибыли в других местах кто-нибудь будет настолько глуп, что сочтет бесплатным их использование каким-либо иным образом, кроме наилучших вариантов.

невероятно. Далее, допустим, что предприятия, о которых идет речь, экономически эффективны;<sup>6</sup> в таком случае маловероятно, чтобы их рыночная ценность на длительный период значительно снизилась в результате искусственно заниженной цены, которая явно не удержится долго. Владельцы могут временно закрыть предприятия, предоставив монополисту возможность взять на себя все весьма неприбыльное дело или просто подождать, пока он не поймет ошибочность своих методов и не купит их предприятия. Даже в случае массового банкротства мудрые люди поймут, какое значение для монополиста имеет взятие под свой контроль этих предприятий, и сочтут выгодным купить их по цене ниже той, какую можно ожидать получить от монополиста, если он будет вынужден заплатить. Поскольку, по-видимому, монополист заинтересован в прибыли и понимает влияние дисконтирующих факторов на будущие доходы, он не может себе позволить ждать вечно. Активы, которые претенденту на монопольную власть нужно взять под свой контроль, должны быть привлекательны для инвестиций.

Таким образом, хищническое ценообразование может стать выгодным только при условии, что в результате этого процесса покупные цены станут настолько ниже конкурентной ценности активов, что с избытком компенсируют крупные убытки, на которые необходимо было пойти, чтобы добиться таких цен. Те, кто не доверяет логическим доводам, могли бы провести эмпирическую проверку: изучить цены, заплаченные за активы в тех случаях, где, как утверждается, имело место хищническое ценообразование.

К числу наиболее важных стратегических факторов, которые следовало монополизировать, возможно, следует отнести квалифицированные управленческие кадры конкурентов. Восстановление персонала может оказаться значительно более сложным и длительным делом, чем создание вещественных средств производства. Если не будет убийств, которые, как можно ожидать, также стоили бы дорого, если бы к ним

---

<sup>6</sup> Если они неэффективны, то они не представляют для нас интереса, поскольку можно было бы ожидать или приветствовать прекращение их деятельности в результате конкуренции.



решили прибегнуть, избежать затруднительного и дорогостоящего процесса восстановления квалифицированных кадров можно единственно доступным способом: нанять их, уволить на пенсию или предоставить им пай. Ни в одном из перечисленных способов нельзя достичь хороших результатов, если эти люди были слишком затравлены в ходе упомянутого процесса.<sup>7</sup>

Существуют две другие ключевые проблемы, требующие рассмотрения. Первая касается того, до каких пределов монополия остается прибыльной; вторая касается условий, необходимых для ее успеха. Монополизация как таковая проводится только до тех пор, пока существует необходимость максимизации прибыли, поскольку она неизбежно включает некоторые затраты на планирование, покупку и рационализацию. В случае вертикально интегрированной отрасли претендент на монопольную власть предпочтет монополизировать уровень, приносящий наибольшую чистую прибыль. Для этого требуется выбрать такой уровень, где имеется больше возможностей для установления прочного контроля при наименьших затратах на его осуществление. Если, например, можно достичь монопольного положения на уровне очистки нефти, то нет смысла пытаться установить его на уровне добычи сырой нефти или на уровне организации сбыта. *Standard Oil* достигла монопольного положения в области очистки нефти. Нечто большее было бы излишним.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> «Как утверждали господа Рокфеллер и Арчболд, большинство объединенных фирм управлялось прежними владельцами». *Brief for the U. S.* Vol. 1. P. 19. Далее: «Имеется только несколько случаев, когда руководство компании *Standard Oil* приобрело в течение этого периода (1872–1880 гг.) акции фирм, не приняв бывших владельцев в качестве акционеров *Standard Oil*, или приняло их в объединение, оставив им меньшую долю в прежней фирме». Там же, P. 32.

<sup>8</sup> Здесь не учитывается уменьшение затрат, которое становится возможным благодаря интеграции. Эти вопросы не связаны с рассматриваемой проблемой. См. Bork, *Vertical Integration and the Sherman Act*, 22 U. of Chi. L. Rev. 157 (1954). *Standard Oil* начала добычу сырой нефти в 1889 г., и к 1898 г. она добывала 33% общего объема добычи. К 1906 г. ее доля упала до 11.11%. *Transcript of Record*. Vol. 19. P. 626 (Def. Exh. 266).

Это не означает, что монополисту безразлично, что происходит на других уровнях, поскольку в его интересах было проследить, чтобы другие уровни не были монополизированы кем-нибудь еще. Например, он предпочел бы, чтобы сбыт продукции обходился как можно дешевле, тогда он смог бы извлечь полные монопольные доходы на контролируемом уровне. Этот момент важен для интерпретации фактов по делу компании *Standard Oil*.

Необходимыми условиями обеспечения успеха монополии являются препятствия для входа на рынок новых фирм. Вход на рынок — это наказание для монополии. Глупо монополизировать область или рынок, куда можно легко и быстро войти. Более того, если в результате монополизации будет создана фирма, размеры которой превысят оптимальные, то могут возникнуть проблемы, даже в случае, если вход на рынок будет возможен только за более длительное время. Обычно монополизация невыгодна при отсутствии специальных ограничений входа на рынок или если не требуется относительно продолжительного периода подготовки для привлечения средств, обеспечивающих успешный вход на рынок.

И наконец, необходимо рассмотреть некоторые данные, часто принимаемые за симптомы хищнического снижения цен, в то время как они свидетельствуют о другом. Допустим, что монополист продает на двух рынках, прочно отделенных друг от друга транспортными расходами или иными препятствиями к свободному обмену, и что он обладает полной монополией на обоих. Предполагается, что на обоих рынках эластичность спроса одинакова и монопольные цены идентичны. Допустим, что по какой-либо неизвестной причине на один рынок входит новая фирма, а на другой — нет. На первом рынке возрастает предложение товара и цена падает; на втором рынке цена остается неизменной. Теперь на обоих рынках устанавливаются две разные цены, отражающие наличие альтернативного предложения на первом. Данный случай вписывается в теорию доминирующей фирмы, максимизирующей прибыль, учитывая объемы производства своих менее крупных конкурентов при различных ценах. Объективный собиратель фактов обнаруживает, что монополист осуществляет ценовую дискриминацию между двумя рынками. Плохой теоретик делает отсюда вывод, что монополист кого-то преследует. В дей-

ствительности установленный принцип означает только, что чем больше предложение, тем ниже цена.

Сравним этот пример с другим. Допустим, мы имеем два отдельных рынка и каждый из них находится в краткосрочном конкурентном равновесии с фирмами, получающими доходы, превышающие нормальные. Допустим, что по каким-то причинам на один из этих рынков входит новая фирма, а на другой — нет. На одном рынке возрастает предложение и падает цена, а на другом этого не происходит. На основании обоих примеров, свидетельствующих об изменениях цен как в случае конкуренции, так и в случае монополии, можно просто сделать вывод, что чем больше предложение, тем ниже цена. На основании данных о ценах нельзя сделать вывод, что какой-либо из этих случаев имеет отношение к хищническому снижению цен.

Подведем итог: 1) хищническим снижением цен нельзя объяснить, как продавец достигает монопольной власти, так как он сначала должен ее добиться, а затем использовать данный метод. 2) Хотя возможно, что кто-нибудь мог бы приступить к выполнению программы хищнического ценообразования, я все же не вижу, какую выгоду может принести ему эта политика, поскольку прямая покупка и дешевле, и надежнее. 3) Поскольку монополизация, проводимая любыми методами, требует расходов, фирма, выступающая в роли монополизатора, осуществляет монополизацию на одном, наиболее защищенном уровне данной отрасли, а не на всех уровнях. 4) Имеющийся разброс цен между рынками можно объяснить с точки зрения изменений эластичности спроса, но это не подразумевает и не устанавливает факт преследования кого-то кем-то.

### III. Проверка гипотез

Объемистый протокол судебного процесса по поводу разделения компании *Standard Oil* дает материал для проверки данных предположений.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Стенограмма протокола (The Transcript of Record) насчитывает более 11 тыс. печатных страниц письменных и устных показаний. Письменные и устные доводы истцов занимают более 900 страниц. Письменные и устные доводы ответчиков насчитывают почти 1.3 тыс. страниц. Таким образом, все материалы насчитывает более

Согласно протоколу, *Standard Oil* установила монополию на переработку нефти.<sup>10</sup> Соглашение между разными продавцами общим числом от 100 до 200 было нестабильным. *Standard* достигла монопольного положения путем слияния и поглощения.<sup>11</sup> Хотя правительство и утверждало, что *Standard* пользовалась также и другими методами, оно пришло к следующим выводам:

Бесспорно, основным средством, используемым ответчиками с целью монополизации, а также установления торгово-промышленных ограничений в нефтяном бизнесе, было слияние ранее независимых фирм...<sup>12</sup>

13.5 тыс. страниц. Все ссылки, за исключением некоторых специально оговоренных случаев, указывают на соответствующие тома стенограммы протокола.

<sup>10</sup> В 1879 г. *Standard* и фирмы, сосуществующие в «гармонии» с ней, переработали от 90 до 95% всего объема добытой нефти США. См. т. 6, с. 3303. Неясно, что означают эти данные. Согласно показаниям г-на Арчболда, в 1870 г. доля *Standard* в нефтеперерабатывающей промышленности США составляла около 10%, а к 1888 г. ее доля составила около 75%. Там же, с. 3246–3268. Думаю, что предстоит проделать большую работу с целью определения того, как в действительности менялось с течением времени положение *Standard* на рынке. См., например, т. 2, с. 783–784.

Во всяком случае, доля *Standard* в добыче сырой нефти была относительно мала; она очень мало занималась розничной торговлей и не осуществляла сама всю оптовую торговлю своей продукцией; несколько магистральных железнодорожных путей и систем нефтепроводов компаний *Pure, Tidewater, Texas Co., Gulf* и др. конкурировали в области транспортировки сырой нефти. Очевидно, что наиболее прочное положение *Standard* занимала в области переработки нефти.

<sup>11</sup> «Вопрос: Испытывали ли вы затруднения в получении доходов от предприятия до установления связей с компанией *Standard Oil*? Ответ: Конкуренция всегда была очень острой, и всегда находились желающие продавать товар по ценам ниже себестоимости, а это определяло рыночные цены на все; мы организовали объединение и вовлекли в него все нефтеперерабатывающие предприятия, пока некоторые из них нам не изменили, что должно было привести к роспуску объединения; мы пытались объединиться дважды или трижды». Т. 6, с. 3303.

См. также интересное показание г-на Рокфеллера относительно трудности осуществления прочных негласных договоренностей. См. т. 16, особенно с. 3074–3075.

<sup>12</sup> Brief for the U. S., Vol. 1. P. 169.

...*Standard* поглотила 123 нефтеперерабатывающие компании (многие из которых занимались также сбытом), 11 заводов смазочных масел, 24 нефтепроводные фирмы и 64 фирмы, занимавшиеся исключительно сбытом; общее число: 223. Не все из этих поглощений имели место в ранний период, около половины всего числа поглощений произошло начиная с 1879 г., много достаточно крупных предприятий было поглощено в период с 1890 по 1902 г.<sup>13</sup>

*Standard* ликвидировала по меньшей мере 75 из приобретенных ею нефтеперерабатывающих предприятий и в итоге выпустила значительно возросший объем продукции, используя только 20 отдельных нефтеочистительных установок.<sup>14</sup>

### 1. Снижение цен, направленное против конкурирующих нефтеперерабатывающих предприятий

*Standard Oil* была монополистом в области переработки нефти. Имеются ли какие-либо доказательства, что она достигла этой цели с помощью хищнического снижения цен?<sup>15</sup> Чтобы установить, сыграло ли снижение местных цен какую-то роль в многочисленных случаях поглощения нефтеперерабатывающих предприятий компанией *Standard Oil*, я внимательно просмотрел весь протокол в поисках свидетельств, касающихся каждого нефтеперерабатывающего предприятия, о продаже которого было известно.<sup>16</sup> Затем я попытался проверить каждый случай снижения местных цен, приведенный в качестве доказательства, который касается конкурирующих нефтеперерабатывающих предприятий, не купленных компа-

<sup>13</sup> Reply brief for the United States. P. 62. См. Приложение С, листы 1–11.

<sup>14</sup> Там же, с. 63–64.

<sup>15</sup> Прежде всего надо установить, какие компании действительно занимались переработкой нефти. Довольно странно, что многие фирмы, упомянутые в протоколе, назывались «нефтеперерабатывающими», не занимаясь на самом деле переработкой нефти. Например, компания г-на Кастла *Columbia Refining Co.* занималась исключительно сбытом. Возможно, владельцы компании полагали, что большим доверием потребителей пользуются фирмы, торгующие собственной продукцией.

<sup>16</sup> Brief for the U.S., Vol. 1. Приложение С и D. Т. 19, с. 662–663; т. 17, с. 3290.

нией *Standard Oil*. Я могу найти мало конкретных ссылок на нефтеперерабатывающие предприятия, которые имели бы отношение к заявлениям о том, что *Standard* снижала цены с целью вытеснения конкурентов. Привожу следующие основные примеры, включающие случаи с участием торговых филиалов или отделений интегрированных конкурентов компании *Standard Oil*. Разумеется, это только наиболее значительные случаи.

а) «Подозрительные» случаи, связанные с поглощениями

*Поглощения в Кливленде.* В течение 1871–1872 гг. представители Рокфеллера купили по меньшей мере 17 кливлендских нефтеперерабатывающих предприятий.<sup>17</sup> Я не могу найти ни одного настоящего доказательства того, что в этих случаях поглощений имело место хищническое снижение цен или другой вид принуждения. Согласно господину Рокфеллеру, объединение нефтеперерабатывающих предприятий Кливленда было благом для всех участвующих сторон и возникло

...самым естественным образом... Мы были [sic] соседями, знакомыми, друзьями, вместе узнали лучшие дни процветания нашего бизнеса, вместе начали приходить к пониманию грядущих перемен и признали, что вследствие перепроизводства очищенной нефти или излишнего количества нефтеочистительных заводов уменьшились возможности хорошей отдачи от нефтеочистительных предприятий.<sup>18</sup>

С другой стороны, г-н Льюис Эмери-мл., в течение длительного периода руководивший нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей компанией из Бредфорда (Пенсильвания), дал показания на основании известных ему разговоров на данную тему: «Я впоследствии разговаривал со многими из них, они считали случай безнадежным и договорились об объединении».<sup>19</sup>

Даже согласно версии г-на Эмери, хищническое снижение цен не имело ничего общего с поглощениями. В любом случае,

<sup>17</sup> Reply brief for the United States, Приложение С, лист 1.

<sup>18</sup> Т. 16, с. 3065.

<sup>19</sup> Т. 16, с. 2625. Согласно Эмери, для нефтеперерабатывающих компаний стимулом к объединению послужило предоставление компании *Standard Oil* льготных железнодорожных тарифов по программе *South Improvement Company* и последовавшее за этим в 1874 г.

показания г-на Эмери вызывают некоторые вопросы. Эмери давал показания в 1908 г. о событиях, произошедших за 36 лет до этого. Далее, он, очевидно, не был в это время в Кливленде и не располагал сведениями об этом деле из первых рук.<sup>20</sup>

Имеются весьма веские основания предполагать, что покупка компаний в Кливленде не была связана с каким бы то ни было принуждением. Имеющиеся документы и большое количество показаний подтверждают, что в этот период компания *Standard Oil* обычно использовала в качестве сотрудников руководителей и владельцев поглощенных ею фирм, а также часто делала их своими акционерами. Можно было бы предположить, что бывшие соперники, ставшие жертвами поглощения, будут плохими служащими и диссидентами или неактивными акционерами.

*Собственный опыт г-на Эмери.* Льюис Эмери вошел в нефтяную промышленность как производитель сырой нефти в 1865 г. К 1870 г. он получил долю участия в компании *Octave Oil Company and Refinery*. В 1875 г. Эмери закрыл компанию *Octave* и в 1876 г. продал ее компании *Standard Oil* за 45 тыс. долл.<sup>21</sup> Эмери заявил, что соглашение о железнодорожном пуле от 1874 г. вытеснило его из бизнеса наряду с другими мелкими нефтеочистительными компаниями западной Пенсильвании. Хищническое снижение цен явно не имело с этим ничего общего.<sup>22</sup>

---

соглашение о пуле. Очевидно, что программа компании *South Improvement* так и не стала эффективной, а контракт от 1874 г., который, по словам Эмери, решил судьбу независимых нефтеперерабатывающих компаний Пенсильвании, просто *уравнял* перевозку грузов по железной дороге из нефтеперерабатывающих предприятий Кливленда и западной Пенсильвании Там же, с. 2724, 2732. См. показание Арчболда там же, с. 3244–3245.

<sup>20</sup> Хотя в действительности это ничего не доказывает, интересно отметить, что Эмери был прежде всего производителем сырой нефти и, подобно другим поставщикам сырья, питал мало симпатии к противостоящей ему монополии. Кроме того, он был преуспевающим политическим деятелем в течение периода, когда антитрестовская политика была очень популярна. Там же, с. 2642.

<sup>21</sup> Там же, с. 2610, 2640. Компания была мала и, вероятно, имела относительно высокие затраты, поскольку *Standard* сразу же ее ликвидировала.

<sup>22</sup> См. выше сноску 19. Очевидно, что даже скидки на железнодорожные перевозки, которые, как заявил Эмери, создали компанию

Каковы бы ни были причины, побудившие г-на Эмери продать *Octave*, он явно не пал духом, так как в 1879 г. он создал совместно с двумя партнерами фирму *Logan, Emery & Weaver* и начал строить новый нефтеочистительный завод в Филадельфии.<sup>23</sup> К 1880 г. строительство завода было завершено.<sup>24</sup> Тем не менее, согласно его показаниям, вскоре у его фирмы возникли проблемы с получением пустых железнодорожных вагонов.<sup>25</sup> Спустя семь лет компания *Logan, Emery & Weaver* была продана фирме *Standard Oil*.<sup>26</sup> Согласно показаниям Эмери, первоначальная стоимость нефтеочистительного завода, земельных участков и товарной пристани составляла 350 тыс. долл. *Standard* купила завод за 275 тыс. долл. и тотчас же его демонтировала, хотя, как заявлял Эмери, завод был «первоклассным во всех отношениях».<sup>27</sup> Он допускал,

---

*Standard Oil*, предоставлялись также и мелким нефтеперерабатывающим предприятиям: «В очень ранний период истории *Octave Oil Company*, когда мы приостановили работу, мы обратились в железнодорожную компанию, и она предоставила нам скидку в 25 центов на баррель нефти». Там же, с. 2772–2773.

Там же см. показания Арчболда, с. 3244–3245, а также Джосайи Ломбарда (независимая компания): «Все грузоотправители, пользовавшиеся данной железной дорогой, получили десятипроцентную скидку, и мы ее получили вместе с остальными». Т. 1, с. 265. См. также сноску 37 ниже.

<sup>23</sup> В то время г-н Эмери был членом законодательного собрания Пенсильвании и оставался в этой должности еще десять лет. Т. 6, с. 2642.

<sup>24</sup> Интересно отметить, что г-н Эмери занял 25 тыс. долл. не у кого-нибудь, а именно у компании *Standard Oil*. Там же, с. 2643.

<sup>25</sup> См. там же. В тот период общая нехватка железнодорожных вагонов была нередким явлением. Некоторые старожилы отмечали, что ряд железнодорожных центров привлекал нефтепереработчиков тем, что там, как правило, предоставлялось множество товарных вагонов.

<sup>26</sup> Там же, с. 2645.

<sup>27</sup> Там же, с. 2646. Эмери просил за завод 750 тыс. долл., но согласился на 275 тыс. Там же, с. 2768. Эмери считал, что завод стоил этих денег, «благодаря большому объему экспортной торговли для всех имевшихся там независимых нефтеочистительных компаний и очень хорошим возможностям получить прибыль со своей



что амортизация завода обычно составляла от 10 до 15% в год.<sup>28</sup> Эмери заявил, что продал завод, так как не мог получить сырой нефти. По словам Эмери, проблема заключалась в том, что компания *Standard Oil* и производители сырой нефти пришли к соглашению сократить добычу нефти после достижения излишне большого объема добычи в 1887 г.<sup>29</sup>

Г-н Эмери имел также долю в компании *Equitable Company*, построившей нефтепровод для сырой нефти в 1878 г., и продал ее в 1879 г. компании *Tidewater* за 178 тыс. долл. В 1889 г. г-н Эмери купил маленький нефтеочистительный завод в Бредфорде за 5 тыс. долл. и начал дело с нефтеперегонных кубов на 250 баррелей.<sup>30</sup> К 1908 г. выпуск составил 1.5 тыс. баррелей в день. Таким образом, компания *Emery Manufacturing Company* в Бредфорде, штат Пенсильвания, стала обладательницей значительно расширившегося нефтеперерабатывающего предприятия стоимостью от 250 тыс. до 400 тыс. долл. и нефтесборников стоимостью 200 тыс. долл. Объем продаж возрос с приблизительно 20 тыс. долл. в год до 480–600 тыс. долл. в год. «Хищническая» тактика компании *Standard Oil*, если только она имела место, явно не отбила у г-на Эмери желания заниматься бизнесом и не разорила его предприятия.<sup>31</sup>

К тому же Эмери стал президентом компании *United States Pipeline Company*, построившей в 1891 г. нефтепровод для сырой нефти. Позднее *United States Pipeline Company* была про-

---

нефти, если бы эти компании могли покупать сырую нефть по той же цене, что и *Standard Oil Company*. Там же. Неясно, купила ли *Standard* только нефтеперерабатывающий завод за 275 тыс. долл. или сюда же вошли товарные пристани и недвижимое имущество.

<sup>28</sup> Там же, с. 2738.

<sup>29</sup> Там же, с. 2646. Кажется странным, чтобы компания *Standard Oil*, крупный нетто-покупатель сырой нефти, молча согласилась бы с любой схемой повышения цены на ее основное сырье. В любом случае, картели-неудачники, занимавшиеся добычей нефти, время от времени пытались монополизировать и закрыть скважины. См. показания Рокфеллера о закрытии предприятий в период с 1872 по 1874 г. Т. 16, с. 3073 и последующие; см. также показания Тарбелл, т. 3, с. 1430.

<sup>30</sup> При вероятном ежедневном выпуске от 90 до 150 баррелей.

<sup>31</sup> Т. 6, с. 2769–2770.

дана компании *Pure Oil Company*.<sup>32</sup> Продав компанию, Эмери получил около 100 тыс. долл. в акциях компании *Pure Oil* и сохранил долю в 15 тыс. долл. в компании *United States Pipeline*. К 1893 г. компания *Standard Oil* уже купила четыре десятых доли участия в компании *United States Pipeline*, но Эмери со своими коллегами сделали тщетными все усилия компании *Standard* получить контрольный пакет акций.<sup>33</sup> В 1908 г. производственная мощность филаделфийского нефтеочистительного завода Эмери составляла 2 тыс. баррелей в сутки; он владел также другими крупными предприятиями. Карьера Эмери явно была успешной, причем значительная часть его деятельности заключалась в продаже компаний фирме *Standard* и другим. Как бы сильно ни бушевал шторм конкурентной борьбы, Эмери, несомненно, выдержал его хорошо.

Единственное утверждение Эмери относительно снижения местных цен касается его торгового предприятия в Филадельфии, которое он в результате сдал в аренду компании *Pure Oil Co*. Он признался, что ему было неизвестно, кто в действительности начал ценовую войну в Филадельфии.<sup>34</sup>

*Holdship & Irwin*. В 1878 г. эта фирма в Аллеганских горах штата Пенсильвания при суточной производительности 1 тыс. баррелей сдала свой нефтеперерабатывающий завод в аренду на 5 лет компании *Standard Oil*.<sup>35</sup> Партнеры продолжали управлять нефтеперерабатывающим заводом в интересах компании-арендатора *Standard Oil* на основе получения заработной платы до 1883 г., когда истек срок аренды и компания *Holdship & Irwin* возобновила работу в качестве самостоятельной фирмы.<sup>36</sup> В 1886 г. эта компания продала нефтеперерабатывающий завод компании *Standard*, причем было поставле-

<sup>32</sup> Эмери подвел итоги деятельности компании *Pure Oil*, заявив, что «данная компания зарабатывала деньги главным образом на добыче сырой нефти». Там же, с. 2718. Согласно показаниям Эмери, объем продаж компании *Pure Oil* в период с 1900 по 1908 г. возрос по меньшей мере на 15–20%, дивиденды составляли 8% в год.

<sup>33</sup> Там же, с. 2659–2660.

<sup>34</sup> Там же, с. 2668–2669. Эмери признался, что подрезал цены компании *Standard Oil*. См. с. 2785 и последующие.

<sup>35</sup> Там же, с. 3013 — показания Льюиса Ирвина.

<sup>36</sup> Там же, с. 3014.

но условие, что *Holdship & Irwin* не вернется в нефтеперерабатывающее производство. Показания г-на Ирвина не свидетельствуют о том, что *Standard* прибегала к какому-либо принуждению.<sup>37</sup>

*Empire Oil Works, a также Globe Refining Co.* В 1875 или в 1876 г. г-н Дэвид П. Рейхард начал строительство завода *Empire Oil Works* в Питсбурге. После продажи компании *Holdship & Irwin* в 1886 г. Рейхард также продал свое предприятие компании *Standard*.<sup>38</sup> Рейхард не участвовал в нефтебизнесе до 1887 г., когда он построил *Globe Refining Company* в Питсбурге.<sup>39</sup> Он управлял этой компанией около 18–20 месяцев, затем вновь продал ее фирме *Standard*. Одновременно с этим г-н Рейхард продал строящийся им большой нефтеперерабатывающий завод в Филадельфии.<sup>40</sup> Судя по словам Рейхарда, продажа завода не могла послужить поводом для печали:

Я продал завод, так как обнаружил, что запрашиваемый мною у *Standard Oil* бонус был равен сумме прибыли, которую я мог бы получить в течение следующих 15 или 20 лет.<sup>41</sup>

Рейхард продал предприятие за 1 млн 224 тыс. 800 долл. в кредитных сертификатах и 50 тыс. долл. наличными.<sup>42</sup> Каж-

---

<sup>37</sup> Там же. Показания Ирвина интересны также с другой точки зрения. 1) Он заявил, что *Standard* получила значительную экономию от масштаба. Там же, на с. 3022. 2) В период с 1872 по 1874 г., когда было построено излишнее количество железных дорог и нефтеперерабатывающих предприятий и они были «деморализованы», все нефтяные компании стали получать скидки («уступки») в цене на железнодорожные перевозки. По словам Ирвина: «Везде были уступки и уступки на уступках... В те дни все получали уступки». Там же, с. 3026–3027.

<sup>38</sup> Компании *Empire Oil Works* и *Holdship & Irwin* были совладельцами системы нефтепроводов. Там же, с. 3131.

<sup>39</sup> Эта компания имела также 12 кубов для перегонки сырой нефти, мощностью 600 баррелей каждый, и несколько нефтепроводов. Там же, с. 3134.

<sup>40</sup> Там же, с. 3136.

<sup>41</sup> Там же, с. 3135.

<sup>42</sup> «Руководители компании не хотели нам давать совсем никаких сертификатов... Я заставил их, я несколько раз приходил к ним, пока не добился того, что они дали некоторое число сертификатов». Там же. Кредитные сертификаты были оценены по номиналу, их

дое из двух последних нефтеперерабатывающих предприятий, проданных Рейхардом компании *Standard Oil*, стоило от 200 тыс. до 250 тыс. долл. Таким образом, Рейхарду удалось построить и продать компании *Standard Oil* три нефтеперерабатывающих предприятия на отличных условиях.

*Woodland Oil Company* (г-н К. Дж. Кастл). Г-н Кастл был важным правительственным свидетелем по делу о хищническом снижении цен и других видах недобросовестной конкуренции. Ранее он занимался переработкой нефти, а на момент дачи показаний все еще занимался сбытом нефтепродуктов. Мы рассмотрим только более раннюю деятельность г-на Кастла в качестве владельца нефтеперерабатывающего предприятия, которое он продал группе Рокфеллера.

В 1883 г. г-н Кастл с партнером организовали небольшое нефтеперерабатывающее предприятие в Кливленде — *Woodland Oil Company*.<sup>43</sup> Они начали с капитала от 8 тыс. до 10 тыс. долл. К 1886 г., согласно документам, капитал равнялся 14 тыс. долл., и владельцы компании *Woodland* продали ее фирме Рокфеллера за ту же сумму. Кастл намекнул, что одной из причин, по которым он продал компанию, была невозможность получить сырую нефть из нефтепровода *Standard Oil*. Но он не утверждал, что в продаже сыграло какую-либо роль хищническое снижение цен, и не чувствовал себя обиженным тем, какую цену *Standard* заплатила за его предприятие.<sup>44</sup> Действительно, продав нефтеочистительный завод, он стал работать на компанию *Standard Oil* и проработал там около четырнадцати лет.

Кастл рассказал еще несколько случаев о хищническом снижении цен, к которому прибегала *Standard* в период, когда он работал на эту компанию.<sup>45</sup> Тем не менее я считаю примечательным тот факт, что, уйдя из *Standard* в 1900 г., он явно

---

рыночная цена была выше. Т. 17, с. 3332. Правительство оценивает «конкурентную ценность» обоих предприятий Рейхарда в 823 тыс. долл. (Reply brief for the United States, Приложение С, лист 8).

<sup>43</sup> Производственная мощность: 200 баррелей в сутки. Т. 6, с. 3060. К 1908 г. производительность нефтеочистительного завода *Whiting* (штат Индиана), принадлежавшего *Standard Oil*, составляла от 25 тыс. до 30 тыс. баррелей в сутки.

<sup>44</sup> Там же, с. 3029.

<sup>45</sup> Относящиеся к данному случаю эпизоды проанализированы в разделе «Сбыт» данной статьи.

не был напуган, поскольку немедленно организовал конкурирующую фирму, торгующую нефтью.

*Rocky Mountain Oil Company*. Версия данного дела, изложенная кратко, но резко г-ном Э. М. Уилхойтом, явно подразумевает намерение и способность раздавить конкуренцию. Уилхойт работал по найму в компании *Standard Oil* в то время, когда произошло это событие, и заявил, что кое-что знает об этом. Он сказал следующее:

Прежде чем было пущено в эксплуатацию предприятие, компания *Standard Oil* начала борьбу с *Rocky Mountain Company*, а компания *Union Pacific* перешла в руки судебного исполнителя, после чего нефтеперерабатывающий завод был демонтирован, т. е. разрушен, разумеется.<sup>46</sup>

На первый взгляд из всех случаев, найденных мной в протоколе, именно данное событие скорее всего можно отнести к хищническому снижению цен. Однако имеются основания предположить, что здесь скрывается нечто большее, чем можно заметить при беглом рассмотрении.

Во-первых, интересно отметить, что в протоколе не представлено ни одной жалобы со стороны сотрудников компании *Rocky Mountain*. Во-вторых, *Continental*, представляющая в данном районе компанию *Standard*, заключила договор с компаниями *Florence Oil and Refinery Company* и *United Oil Company*, обе размещались в г. Флоренс, штат Колорадо.<sup>47</sup> Согласно договору, обе нефтеперерабатывающие компании продавали все свои очищенные нефтепродукты компании *Continental*. Возможно, для нефтеперерабатывающих компаний цены были привлекательны, хотя ввиду почти полной торговой монопо-

---

<sup>46</sup> Т. 3, с. 1216. Позиция правительства заключалась в том, чтобы меньше вдаваться в анализ намерений и причин и больше уделять внимания истории событий. Так, на с. 157 т. 2 (*Brief for the United States*) правительство заявляет: «Стороны, связанные с *United Company*, предприняли шаги для создания новой нефтеперерабатывающей компании, известной под названием *Rocky Mountain*... началась яростная конкуренция в снижении цен между торговой компанией *Standard*, компанией *Continental* и данной компанией... компания *Rocky Mountain* потерпела крах и вышла из дела».

<sup>47</sup> Позднее *Standard* стала владельцем 17% акций компании *United*. Там же. В связи с этим могут возникнуть некоторые вопросы об интересах меньшинства держателей акций.

лии компании *Standard* в данном районе должно было закупаться ограниченное количество продукции.<sup>48</sup>

Компания *United* начала переработку нефти приблизительно в 1887 или в 1888 г.<sup>49</sup> Через некоторое время после того, как компании *Florence* и *United* заключили эксклюзивное соглашение с *Continental*, акционеры компаний *United* и *Florence* пустили в действие компанию *Rocky Mountain Company* в Пуэбло, штат Колорадо. В результате началась ценовая война с *Continental*. Около 1894 г. после почти двухлетнего конфликта компания *Rocky Mountain* продала свои предприятия по добыче нефти компании *Western Oil*, предприятию, подчиняющемуся компаниям *United and Rocky Mountain*. Неясно, что случилось с самим нефтеочистительным заводом, известно только, что компания *Rocky Mountain* больше им не управляла.<sup>50</sup>

Что означает данный эпизод? Хотя фактов не так много, как хотелось бы, есть одна гипотеза, которая одновременно и логична, и полностью совместима с имеющимися фактами: в данном регионе компания *Standard* обладала торговыми предприятиями, но не имела местных запасов продукции. Очищенные нефтепродукты компании *Standard* должны были доставляться на место из компании *Whiting* (штат Индиана). Предприятия компаний *United-Florence* имели производственные мощности для добычи и очистки нефти. На рынке могли быть также и другие конкурирующие нефтеперерабатывающие компании.

Компания *Standard Oil* дала согласие купить у *United-Florence* определенное количество очищенных нефтепродуктов по договорным ценам, в свою очередь, нефтеперерабатывающие предприятия обязались не продавать свою продукцию никому другому. Для обеих заинтересованных сторон было бы предпочтительней сократить объем производства нефтеперерабатывающего завода. Для этого компании *Standard* пришлось бы делиться монопольной прибылью с нефтеперерабатывающими компаниями. Таким путем можно было бы избежать

---

<sup>48</sup> Правительство заявило, что немного более 1% рынка обеспечивалось независимыми компаниями а «торговля нефтью в этом регионе чрезвычайно прибыльна». Там же.

<sup>49</sup> Т. 1, с. 155.

<sup>50</sup> Там же, с. 181.

дублирования организационно-технических средств производства и сбыта.

В этом случае, как и в других подобных торговых соглашениях, производители должны были бы испытывать искушение тайно сбыть еще немного продукции на сторону в нарушение соглашения и получить тем самым дополнительные доходы от большего выпуска. Это был бы лучший из возможных миров: от компании *Standard* можно было бы получать монопольную цену за ограниченное количество продукции; кроме того, можно было бы сбыть большее количество продукции на сторону по ценам выше конкурентных. Поскольку *United* и *Florence* заключили соглашение со *Standard* на продажу ограниченного объема продукции, то одним из способов проложить себе дорогу к получению большей доли прибыли картеля была бы организация новой фирмы. Они осуществили это, создав *Rocky Mountain Company*. Г-н Уэсли Г. Тилфорд, управляющий финансами компании *Standard Oil* (Нью-Джерси), так объяснял задачу компании *Rocky Mountain*:

Они не были удовлетворены долей участия в *United* и построили другой нефтеперерабатывающий завод, чтобы получить долю от собственного дела.<sup>51</sup>

Г-н Генри М. Тилфорд, президент компании *Continental* с 1893 г., подтвердил и развил воспоминания г-на Уэсли Тилфорда об этом случае:

В начале 1891 или 1892 г. г-н Дэниел Иллс пришел в нашу контору и имел беседу с г-ном У. Г. Тилфордом и мной, в ходе которой он заявил, что он с несколькими друзьями собирался построить нефтеперерабатывающее предприятие в Колорадо и спросил, возьмет ли компания *Continental Oil Company* их продукцию. Ему ответили, что *Continental Oil Company* получала от *Florence Oil and Refining Company* и *United Oil Company* всю нефть, какую они могли продать в данном районе. Вскоре он вновь пришел в нашу контору и сказал, что предприятие построено, и вновь спросил, сможет ли *Continental Oil Company* взять выпускаемую ими продукцию, и ему было сообщено, что *Continental* не может этого сделать, что ситуация осталась прежней... *Rocky* начала работать и начала снижать цены.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Там же, с. 156.

<sup>52</sup> Т. 2, с. 730–731.

То, что произошло после повторного поглощения компании *Rocky Mountain*, также совместимо с гипотезой о картеле: нефтепереработчики подняли цены на очищенную нефтепродукцию для *Continental*. Какую бы цель они тогда ни преследовали, прямым результатом этих действий явилось то, что *United* и *Florence* вышли из конфликта, добившись более благоприятных условий контракта по отношению к *Standard*.<sup>53</sup> Тилфорд не рассматривал *Rocky Mountain* как банкрота, он считал, что ее вновь поглотили те, кто ее создали.<sup>54</sup>

С течением времени в регионе Скалистых гор было построено еще несколько нефтеперерабатывающих предприятий. К 1907 г., к которому относятся показания г-на Генри Тилфорда, нефтеперерабатывающие предприятия были построены в городах Шуга Крик и Ивенстон (штат Вайоминг), а также в городах Спринг Велли и Боулдер (штат Колорадо). По крайней мере два из них (в Спринг Велли и в Боулдере) были независимыми; они были построены в период между 1905 и 1906 гг.<sup>55</sup> Это позволяет предположить, что у людей короткая память или что люди, хорошо знавшие данное событие, не рассматривали случай с компанией *Rocky Mountain* как пример хищнического снижения цен.

*Покупки 1895 г.* Согласно показаниям Джеймса У. Ли, вице-президента и директора компании *Pure Oil*, в 1890-х гг. группа нефтеперерабатывающих компаний Пенсильвании отправила своих представителей в *Standard Oil* с просьбой умерить «разрушительную конкуренцию», причиняющую им неприятности.<sup>56</sup> Компания *Standard Oil* предложила купить их нефтепроводы и заводы за их стоимость плюс 12%. Некоторые из этой группы, включая г-на Реймиджа,<sup>57</sup> продали свои ком-

<sup>53</sup> Возможно, в картель входили не только компании *United* и *Florence*, поскольку Тилфорд говорил, что «в нефтяном бизнесе участвовали и другие люди, продающие нефть компании *Continental*, и, конечно, это косвенно затрагивало их». Т. 1, с. 177, 180.

<sup>54</sup> Там же, с. 181.

<sup>55</sup> Т. 2, с. 731–732.

<sup>56</sup> Т. 6, с. 3169–3170. Г-н Ли не ссылаясь на такое обстоятельство, как снижение местных цен.

<sup>57</sup> Очевидно, Реймидж взял какое-то количество акций компании *Standard*, так как его имя есть в списках акционеров. Господа Фертиг и Бёрвелл также продали свои компании.



пании, но неизвестно, на каких условиях. Интересно, что никто из тех, кто продал свои компании, не выступил с показаниями о злоупотреблениях по отношению к ним.

Большинство компаний не продали свое имущество, а объединились и образовали в 1895 г. *Pure Oil Company*.<sup>58</sup> Таким образом, *Pure Oil* стала крупнейшей независимой нефтяной компанией в США. Она была также прибыльной.<sup>59</sup>

Хотя г-н Ли не утверждал, что имело место снижение местных цен, он заявлял, что компания *Standard* оказывала давление на независимых переработчиков нефти, повысив цену на сырую нефть в 1895 г.<sup>60</sup> Однако из этого следует, что поскольку *Standard* в действительности покупала 90% сырой нефти, подобные действия обошлись бы значительно дороже самой *Standard*, чем тем, кого она стремилась наказать.<sup>61</sup>

*Argand Refining Company*. Несмотря на «непрерывную жестокую конкуренцию со стороны компании *Standard Oil*»,<sup>62</sup> данная нефтеперерабатывающая компания была прибыльным предприятием. Ее чистая годовая прибыль составляла «немного более 35 тыс. долл.» при производительности нефтеперегонного куба в 600 баррелей и начальном капитале в 50 тыс. долл.<sup>63</sup> Дивиденды выплачивались регулярно по ставке 2.5% в квартал.

---

<sup>58</sup> Стремление президента компании *Standard Oil* купить контроль над акционерным капиталом в филиалах *Pure Oil Company* совместимо с логикой, но не с теорией хищнического ценообразования. Т. 6, с. 3176–3179.

<sup>59</sup> Там же, с. 3191.

<sup>60</sup> Там же, с. 3192–3193.

<sup>61</sup> Там же, с. 3192–3194. Кроме этого элементарного факта, были даны вполне приемлемые и логичные альтернативные объяснения.

<sup>62</sup> См. показания Крама, т. 3, с. 1349. Ранее он сказал: «В их бизнесе не было ничего, кроме обычной конкуренции, насколько я могу судить... Ну, я не могу сказать, чтобы снижение цен было направлено специально против нас. Их фирма была крупнее нашей, и мы следовали за их ценами». Т. 5, с. 2422.

<sup>63</sup> Т. 3, с. 1351. В то время куб сливался в лучшем случае один раз в два или три дня. Это давало производительность 200 баррелей в сутки, или 73 тыс. баррелей в год, без учета времени простоя и подготовительных технологических операций. Вероятно, в действительности производительность была ниже. См. т. 5, с. 2419–2420.

Среди акционеров компании *Argand* было несколько должностных лиц железнодорожной компании.<sup>64</sup> Согласно показаниям Крама

...с их стороны [*Standard*] не было угроз, что она примет какие-либо меры, если мы откажемся продать свои компании. Наши акционеры из железнодорожной компании пришли к убеждению, что мы потеряем наш железнодорожный бизнес, из которого мы извлекали половину своей прибыли.<sup>65</sup>

В итоге нефтеперерабатывающее предприятие было отдано в распоряжение [компании *Standard*] на основе аренды за 20 тыс. долл. в год на срок десять лет. Затем было принято соглашение на основе оплаты наличными, по которому наши акционеры, наша компания получили 180 тыс. долл.<sup>66</sup>

Очевидно, что хищническое снижение цен не имело никакого отношения к данной продаже.<sup>67</sup>

*Scofield, Shurmer and Teagle*. Эта фирма была одной из последних крупных нефтеперерабатывающих компаний, купленных компанией *Standard Oil* до ее разделения. Фирма *SS&T* имела нефтеперерабатывающий завод в Кливленде<sup>68</sup> и прода-

---

<sup>64</sup> Т. 3, с. 1349.

<sup>65</sup> Там же, с. 1350. Около половины акционерного капитала, примерно 200 тыс. долл., было в руках должностных лиц железнодорожных компаний *B&OSW* и *Marietta & Columbus Northern Railroads*. Эти железнодорожные компании покупали от четверти до одной пятой всей продукции компании *Argand*.

<sup>66</sup> Там же, с. 1352. Очевидно, продажа совершилась в 1897 г. Крам согласился уйти из нефтяного бизнеса, как и некоторые другие. Т. 5, с. 2424.

<sup>67</sup> Любопытно, что в своих значительно более ранних показаниях Крам не упомянул о возможной потере железнодорожного бизнеса как о факторе, сыгравшем роль в продаже компании. Несмотря на то что в своих более поздних показаниях Крам не проявляет враждебности к *Standard* и, конечно, не заявляет о проведении этой компанией снижения местных цен, он кажется менее довольным совершенной продажей. Возможно, он стал сожалеть об этом. Одной из возможных причин сожалений может быть то, что Крам огорчился, когда выплата компанией *Standard Oil* менеджерам больших «поддерживающих» окладов в соответствии с первоначальным соглашением была заменена расчетом наличными с акционерами.

<sup>68</sup> Г-н Тигл заявил следующее: «У нас был нефтеперерабатывающий завод в Кливленде, но этот завод был построен давно и устарел, его производственная мощность была ограничена по сравнению с целями

вала около 200 тыс. баррелей очищенных нефтепродуктов в год в штаты Мичиган, Иллинойс, Индиана, Айова, Небраска, Канзас и Миссури.<sup>69</sup> Компании *SS&T* и *Standard* были давними конкурентами, и за несколько лет между ними произошло несколько конфликтов. В 1876 г. один из эпизодов конкурентной борьбы между *Standard* и *SS&T* закончился подписанием ими договора о разделе рынков. Согласно условиям договора, *Standard* гарантировала минимальную прибыль компании *SS&T* в обмен на сокращение объема производства и делила дополнительную прибыль в оговоренных контрактом пропорциях.<sup>70</sup> Однако в 1880 г. *SS&T* нарушила договор, а когда *Standard* попыталась принудить эту фирму к его соблюдению, она денонсировала договор как орудие незаконной монополии.<sup>71</sup>

Тем не менее после продажи фирмы *SS&T* Уолтер Тигл примкнул вместе с прежним персоналом к *Standard*. По словам Уолтера К. Тигла, сына главы компании *SS&T*, компания *Standard*, поглотив *SS&T*, оставила на работе всех ее сотрудников, кроме троих.<sup>72</sup> *Standard* эксплуатировала оборудование фирмы *SS&T* под вывеской *Republic Oil Company* почти до 1905 г.<sup>73</sup> Заявления о том, что *Standard* управляла фирмой *SS&T* как «фиктивно независимой», только усиливает позиции гипотезы, согласно которой продажа не была связана ни с каким принуждением, поскольку нельзя сохранить тайну, когда те, от кого зависит ее сохранение, могут причинить вред своим врагам, выдав тайну.

В любом случае, нет никаких доказательств, что поглощение фирмы *SS&T* или условия, на которых *Standard* ее купила, как-то связаны с хищническим снижением цен.<sup>74</sup>

---

нашей компании в области сбыта. Я не думаю, чтобы в годы, непосредственно предшествовавшие продаже нашей фирмы, мы перерабатывали более 35–40% всех продаваемых нами очищенных нефтепродуктов. Кливленд перестал быть центром переработки нефти». Т. 3, с. 1467.

<sup>69</sup> Там же, с. 1468.

<sup>70</sup> Т. 16, с. 3204.

<sup>71</sup> Там же, с. 3205.

<sup>72</sup> Т. 3, с. 1150. *SS&T* была продана в 1901 г. Там же, с. 1153. После разделения компании г-н Тигл стал президентом *Standard Oil* (штат Нью-Джерси).

<sup>73</sup> Там же, с. 1153 и последующие.

<sup>74</sup> Один независимый нефтепромышленник высказал следующее наблюдение относительно фирмы *SS&T*: «У них был завод, который

*Резюме.* Протокол не показывает, что какое-либо нефтеперерабатывающее предприятие было продано под воздействием хищнического снижения цен. Единственным случаем, который мог бы вызвать сомнение на этот счет, является случай с продажей компании *Rocky Mountain*, и, по моему мнению, он не является исключением из правила. Кроме того, нет доказательств использования хищнического снижения цен с целью понижения ценности активов какой-либо из ста двадцати с лишним конкурирующих нефтеперерабатывающих компаний, купленных компанией *Standard Oil*.<sup>75</sup> Насколько я могу судить, условия покупки, предлагаемые компанией *Standard*, обычно были очень выгодными, а иногда щедрыми. Не учитывая покупки, уровень банкротств в нефтеперерабатывающей промышленности был явно низким после того, как *Standard* заняла монопольное положение.

б) «Подозрительные» случаи, не закончившиеся ни слиянием, ни покупкой

Остается возможность того, что *Standard* прибегала к снижению местных цен с целью прижать конкурирующих переработчиков нефти к стене, не покупая их. Возможно, *Standard* просто истребляла их, не нуждаясь в их покупке.

Следующие интегрированные нефтеперерабатывающие фирмы в то или другое время имели местные или общие конфликты с компанией *Standard*. Компания *Standard* не купила ни одну из этих фирм и ни одну из них не поглотила. Свидетельства, касающиеся этих случаев, часто смутны, что неудивительно, учитывая очень длительный охватываемый период.<sup>76</sup> Име-

---

они эксплуатировали до тех пор, пока им не удалось продать его *Standard*». Т. 2, с. 987 (курсив добавлен).

Не существует также реального доказательства, что «фиктивная» компания *Republic* вела кампанию хищнического снижения цен. См., например, показания Креншоу о согласительном урегулировании одного снижения цен в 1902 г. Т. 3, с. 1173–1174.

<sup>75</sup> См. показания г-на Ломбарда об «очень справедливых» ценах, выплачиваемых компанией *Standard* нефтеперерабатывающим фирмам, которые она покупала. Т. 1, с. 250.

<sup>76</sup> Показания относятся к периоду с 1865 по 1908 г. включительно.

ется также множество материалов, основанных на одних только слухах, многие факты горячо оспаривались.

*Фезенфельд (представитель компании Red C)*. Г-н У. Г. Фезенфельд был президентом компании *Red C Oil Manufacturing Co* в Балтиморе.<sup>77</sup> *Red C* была торговой компанией, но г-н Фезенфельд был также президентом нефтеперерабатывающей компании *Island Petroleum*.<sup>78</sup>

Фезенфельд свидетельствовал, что приблизительно до 1897 г. *Red C* и *Standard* конкурировали на Юге как продавцы очищенных нефтепродуктов в бочках. После 1897 г. *Standard* больше полагалась на сбыт посредством баков на повозках. *Red C* по-прежнему в основном пользовалась сбытом в бочках.<sup>79</sup> Согласно Фезенфельду, *Standard* систематически поощряла оптовых торговцев, предлагая продукцию по привлекательным ценам, чтобы помешать фирме *Red C* осуществить перевозку по железной дороге партий грузов по 60 бочек на вагон, а иногда *Standard* побуждала заказчиков компании *Red C* отменить свои заказы.<sup>80</sup>

Время от времени *Red C* сталкивалась с конкуренцией пяти различных «фиктивно независимых» компаний, управляемых фирмой *Standard*.<sup>81</sup> Фезенфельд говорил: «Они продавали, не зирая на цену, чтобы захватить наш бизнес...»<sup>82</sup> По крайней мере в нескольких случаях, компания *Red C* явно прибегала к снижению цен. Действительно, совершенно очевидно, что *Red C* использовала снижение цен, когда оно служило ее интересам. Фезенфельд объяснял это так:

Я, конечно, снижал цену, чтобы сохранить дело... когда это было необходимо, т. е. *входя в какой-либо регион, мы были вы-*

<sup>77</sup> Т. 5, с. 2302.

<sup>78</sup> Там же, с. 2330. Фезенфельд был так же президентом компании *Columbia Oil Co* и вице-президентом компаний *Georgia Oil* и *Richmond Oil Co*. Все, кроме *Island*, были торговыми компаниями. Компания *Island* имела акции в разных торговых компаниях.

<sup>79</sup> Компания *Red C* продавала нефтепродукты посредством баков-повозок в Балтиморе и прилежащих районах и имела разных агентов и оптовых торговцев по всему краю.

<sup>80</sup> Там же, с. 2303.

<sup>81</sup> Там же, с. 2311.

<sup>82</sup> Там же, с. 2319.

нуждены привлекать каким-то образом... Мне случалось продавать по ценам ниже или выше цен *Standard*, что полностью зависело от качества нефти.<sup>83</sup>

Согласно К. Т. Коллингу, второму вице-президенту компании *Standard Oil* в Кентукки, компания *Red C* всегда прибегала к снижению цен. Компания *Standard*, со своей стороны, находила политику снижения цен непривлекательной. Г-н Коллингз заявил следующее:

Компания *Red C*... имела обыкновение посылать время от времени одного-двух человек для совершения быстрых поездок по Южной Каролине с целью получения заказов на партии грузов путем подрезания наших цен в пределах от 0.5 до 1.5 центов на галлон... Мы потеряли довольно много заказов за годы, когда использовалась данная система... Как видно из каждого письма, где упоминаются их цены, они были ниже наших цен на 0.5–1.5 цента... Мы не стали снижать свои цены до самого низкого уровня их цен, за исключением, я думаю, одного случая в компании *Union*, Южная Каролина... Мы не были инициаторами снижения цен. Мы полагались на то, что первыми основали наш бизнес, обслуживая покупателей качественной продукцией с использованием новейших средств, поэтому мы считали, что конкурент в нашем деле должен непременно либо снизить цену, либо как-то иначе стимулировать покупателей, чтобы переманить к себе нашу клиентуру. Следовательно, нам нет нужды снижать цены.<sup>84</sup>

Хотя Фезенфельд утверждал, что тридцать лет конкуренции с компанией *Standard* были трудным периодом, он признал тот факт, что фирма *Red C* неуклонно росла и процветала,

<sup>83</sup> Там же, с. 2341 (курсив добавлен).

<sup>84</sup> Т. 12, с. 895–896. См. также т. 13, с. 1536–1537. Существует много показаний, подтверждающих эти слова. См., например, т. 13, с. 1306 и последующие, с. 1322 и последующие, с. 1362 и последующие, с. 1364–1365, 1440. Протокол содержит обилие доказательств и деталей, касающихся конкуренции между *Red C* и *Standard*. См., например, т. 5, с. 2303, 2307, 2310, 2313, 2316, 2406–2409, 2476; т. 10, с. 1747–1758, 1760–1775; т. 12, с. 913; т. 13, с. 1110–1113, 1139–1144, 1158 и последующие; с. 1167, 1239, 1250, 1305–1307; т. 15, с. 2443–2444; т. 20, с. 100–101, 146–148, 152–153, 156–168, с. 212 и последующие. Фактически большая часть материалов, содержащихся в томах 13 и 20, касается этого соперничества.

начав скромное дело в 1878 г.<sup>85</sup> До 1903 г. *Standard* дважды пыталась купить *Red C*, но ей это не удалось.<sup>86</sup>

*Cornplanter Refining Company*. Компания *Cornplanter*, основанная приблизительно в 1888 г., была давним конкурентом фирмы *Standard*. Несмотря на множество слухов о том, что в течение многих лет *Standard* «нападала» на *Cornplanter*, было ясно, что во избежание конкуренции эти компании время от времени заключали между собой соглашения.<sup>87</sup> Г-н Тодд, управляющий фирмы *Cornplanter*, показал, что *Standard* грозила уничтожить *Cornplanter*, но это не осуществилось.<sup>88</sup> *Cornplanter* была нефтеперерабатывающей компанией в Уоррене (штат Пенсильвания), но наряду с другими местами сбыта организовала торговлю также в районе Сент-Пола.<sup>89</sup> Управляющий нефтеперерабатывающим заводом *Whiting*, принадлежавшим фирме *Standard*, сказал г-ну Тодду, что компания *Cornplanter* продавала слишком много керосина в районе Сент-Пол и что если руководство компании не согласится сократить выпуск и отрегулировать объем продаж, то *Standard* вытеснит эту компанию из бизнеса. Г-н Тодд хорошо понимал экономику снижения местных цен, так как в своих показаниях он заявил следующее:

Я сказал: «Мистер Моффетт, я рад, что вы выразились таким образом, так как если вы это задумали, то вы сможете получить этот [бизнес] только путем снижения цен на рынке, а если вы снизите цены на рынке, я урежу ваши цены на 200 миль вокруг и заставлю вас продавать вашу продукцию». Я сказал также: «Я не желаю большего удовольствия, чем это; продавайте, если хотите», и я попрощался и ушел.<sup>90</sup>

Угроза компании *Standard* не была осуществлена.

Тодд засвидетельствовал также, что приблизительно в 1898 г. один из сотрудников компании *Standard* сказал ему, что политика *Standard* была направлена на вытеснение из бизнеса всех

<sup>85</sup> Т. 5, с. 2333. Фирма *Island* была организована в 1901 г., когда фирма *Red C* осуществила «восходящую» интеграцию в нефтепереработку. Там же, с. 2337. *Island* владела контрольным пакетом компании *Richmond Oil Co.*

<sup>86</sup> Там же, с. 2329.

<sup>87</sup> См., например, т. 6, с. 3209 и последующие.

<sup>88</sup> Там же, с. 3212.

<sup>89</sup> Там же, с. 3213.

<sup>90</sup> Там же, с. 3214 и 3227.

независимых компаний.<sup>91</sup> *Standard* развязала ценовую войну на понижение против компании *Cornplanter* в Нью-Йорке. Тодд сказал, что эту войну начала *Standard*, но признал, что *Cornplanter* начала кампанию снижения цен еще раньше в районе Бостона.<sup>92</sup> Война дорого обошлась обеим сторонам, и они заключили соглашение о разделе рынка в районе Бостона. Цены поднялись «с 6.5 до 10 центов всего за несколько дней и оставались на этом уровне в течение долгого времени».<sup>93</sup> Соглашение, заключенное сначала на три года, позднее было продлено на пять лет и фактически оставалось в силе приблизительно до 1906 г. За это время *Cornplanter* продала свою бостонскую организационно-техническую базу сбыта агрессивной независимой фирме *Gulf Refining Company*.

Тодд дал показания относительно других конфликтов<sup>94</sup> и других соглашений<sup>95</sup> с компанией *Standard*. Несмотря на трудности конкуренции с компанией *Standard*, капитал фирмы *Cornplanter* за двадцать лет ее существования возрос с 10 тыс. до 450 тыс. долл. Тодд признал, что компания все еще существовала и была очень крепка.<sup>96</sup>

*Crew-Levick*. Компания *Crew-Levick* имела несколько нефтеочистительных заводов.<sup>97</sup> Джордж Дж. Вольф, управляющий компанией в Балтиморе, показал, что одна «фиктивная» фир-

---

<sup>91</sup> Там же, с. 3215–3216.

<sup>92</sup> Там же, с. 3216. Объем продаж компании *Cornplanter* в Бостоне утроился. Там же, с. 3231.

<sup>93</sup> Там же, с. 3217. *Cornplanter* приобрела организационно-технические средства сбыта в Бостоне, когда купила компанию *New England Oil Company*, т. е. приблизительно в 1897 г. Там же, с. 3228, 3230.

<sup>94</sup> Там же, с. 3220–3221. См. также показания Хопкинса (т. 3, с. 1030) о подрезании цен компании *Standard*.

<sup>95</sup> Т. 6, с. 3207–3208, с. 3220, 3223–3228.

<sup>96</sup> Там же, с. 3221. *Cornplanter* имела также множество других нефтяных предприятий. Там же, с. 3232 и последующие. Они занимались сбытом под разными названиями, в том числе *Tiona Oil*.

Имеется много ссылок на конкуренцию между компаниями *Cornplanter* и *Standard*. См., например, т. 20, с. 45, 61–62, 114; т. 6, с. 3213–3218; т. 15, с. 2383–2387; Pet. Exh. 635.

<sup>97</sup> Т. 20, с. 105–106. Интересно отметить, что они функционировали под разными названиями: *Crew-Levick*, *The Glade Oil Works*, *The Muir Works*, *The Seaboard Oil Works*.



ма, принадлежавшая *Standard*, вела войну с его компанией. Вольф признал, что иногда он срезал цены компании *Standard* в Балтиморе,<sup>98</sup> и признал так же, что *Standard*, каковы бы ни были ее мотивы, была неспособна уничтожить компанию *Crew-Levick*:

В.: Как Вы думаете, Вам не нужна помощь в ведении дела против *Standard Oil Company*?

О.: Нет, что Вы!<sup>99</sup>

*Crew-Levick* действовала в Балтиморе с несомненным успехом, поскольку, согласно показаниям Вольфа, дела шли следующим образом:

В.: С 1904 г. до недавнего времени у Вас наблюдался весьма устойчивый рост, не правда ли?

О.: Да, сэр. Когда я приступил к исполнению своих обязанностей, я продавал только 400 галлонов в день, и это было все, чем я владел.

В.: Это составляло около 2 тыс. галлонов в неделю?

О.: Да.

В.: А теперь Вы продаете около 20 тыс. галлонов в неделю?

О.: Да, сэр.<sup>100</sup>

*Некоторые другие нефтеперерабатывающие компании.* Показания ответчика (*Defenent's Exhibit*) 277<sup>101</sup> указывают на то, что в 1908 г. в США было 123 независимые компании, как очень мелких, так и достаточно крупных. В список включены фирмы, являющиеся ведущими компаниями в наши дни, которые уже тогда были значительны. Возможно, наиболее яркими примерами являются компании *Pure Oil*, *Tidewater*, *Gulf*, *The Texas Company*, *Sun Oil Company* и *Union Oil*. К 1908 г. *Texas Company* владела нефтеперерабатывающим заводом производственной мощностью 12 тыс. баррелей в сутки; у компании *Gulf* было два завода: один мощностью 10.8 тыс., а другой 41.6 тыс. баррелей в сутки.<sup>102</sup> Каждая из компаний, *Pure*,

<sup>98</sup> См., например, т. 20, с. 118, 122, 126, 131. См. также т. 16, с. 2612 и последующие.

<sup>99</sup> Т. 20, с. 126.

<sup>100</sup> Там же, с. 109.

<sup>101</sup> Т. 19, с. 662–663.

<sup>102</sup> Завод мощностью 40 тыс. баррелей в день — это достаточно внушительное предприятие даже в наши дни, а по тем временам он считался очень крупным. Показание Эмери, т. 6, с. 2704, 2710–2712.

*Tidewater, Gulf*, а также *Texas*, владела крупными системами трубопроводов для сырой нефти.

*Standard* владела около 31% обыкновенных акций компании *Tidewater* и была связана с ней различными соглашениями.<sup>103</sup> Она имела также существенную долю в дочерней нефтепроводной компании фирмы *Pure Oil*, но так и не добилась контроля над ней.

Всегда было несколько конкурирующих нефтеперерабатывающих компаний.<sup>104</sup> По меньшей мере 10 независимых нефтеперерабатывающих предприятий, построенных до 1890 г., непрерывно работали по 1908 г. включительно.<sup>105</sup> К 1895 г. было 38 конкурирующих нефтеперерабатывающих компаний.<sup>106</sup> К 1906 г. их число возросло до 123.<sup>107</sup>

*Pure Oil Company*, образовавшаяся в 1895 г., является только одним примером роста и процветания независимых нефтеперерабатывающих компаний.<sup>108</sup>

*Переработка нефти. Резюме.* Я не могу найти ни единого примера, где бы *Standard* прибегла к хищническому снижению цен с целью принудить конкурирующего нефтепереработчика продать свою фирму, снизить ценность активов для покупки или вытеснить конкурента из бизнеса. Я не думаю, что *Standard* хотя бы попыталась сделать это, а если и пыталась, то ей это не удалось.

<sup>103</sup> См., например, показания Арчболда, т. 17, с. 3321.

<sup>104</sup> Т. 1, с. 243–244; т. 3, с. 1467; т. 5, с. 2542; т. 6, с. 2626, 2642, 2705, 3015, 3131, 3132; т. 16, с. 3139; т. 17, с. 3446; т. 20, с. 31.

<sup>105</sup> Т. 5, с. 2542; т. 6, с. 2651, 2705, 2840, 3015, 3061, 3207; т. 20, с. 106–107.

<sup>106</sup> Т. 6, с. 2690–2712.

<sup>107</sup> Т. 2, с. 651; т. 5, с. 2543–2545; т. 6, с. 2691, 2700, 2704, 2710, 2711–2712; т. 8, с. 1002 (Pet. Exh. 396); т. 17, с. 3290; т. 19, с. 627 (Def. Exh. 269), с. 662; Brief for Appellants, т. 1, Приложение III, с. 266.

О более быстром росте конкуренции в экспортной торговле говорится на с. 904, т. 8 (Pet. Exh. 377). Наибольший рост числа конкурентов наблюдался в торговле не керосином, а другой продукцией. Brief for Appellants. Т. 2, с. 102–103.

<sup>108</sup> В период с 1900 по 1906 г. поступления сырой нефти в *Pure Oil* возросли более чем вдвое. Т. 3, с. 1443, 1451. Другим интересным примером является *New York Lubricating Co.* Т. 2, с. 532–533, 766–767, 773.

*Standard* купила много фирм и хорошо им заплатила. Она продолжала покупать их до самого своего роспуска, и это было, очевидно, необходимо для сохранения созданного ею монопольного положения. Кроме покупки многих конкурирующих фирм *Standard* заключала с другими компаниями соглашения о разделе рынков и фиксации цен.<sup>109</sup>

С начала установления монопольной власти компании *Standard Oil* и в течение всего периода ее наибольшего могущества возникали и процветали новые фирмы, а старые фирмы выживали и развивались.

## 2. Снижение цен, включая предприятия оптовой и розничной торговли

Примечательно, что несомненно наибольшее количество показаний относительно снижения цен касается уровней оптовой и розничной торговли. Большая часть фирм, на которые ссылались как на компании, вовлеченные *Standard* в проведение политики снижения цен, были неинтегрированными торговцами; большинство из них занималось розничной и мелкой развозной торговлей. Мы уже говорили о торговых филиалах конкурирующих нефтеперерабатывающих компаний.

В методах торговли нефтепродуктами, отличавшихся от известных нам сегодня, намечались перемены. Приблизительно до 1890 г. нефтеперерабатывающие компании продавали большую часть своих нефтепродуктов в бочках оптовикам, которые затем занимались сбытом продукции на местах.<sup>110</sup> Примерно в это время компания *Standard Oil* начала поставку продукции с помощью баков на повозках торговцам бакалейными товарами и другим розничным торговцам. В соответствии с данной системой *Standard* создала централизованные станции, куда она отгружала бочки или цистерны с нефтепродуктами, а оттуда отправляла баки-повозки для непосредственного обслуживания розничных торговцев. Бак-повозка был именно тем, что подразумевалось

<sup>109</sup> Чтобы ознакомиться с некоторыми соглашениями, см. т. 1, с. 175–176, 214–223; т. 2, с. 734, 738, 946, 950; т. 3, с. 1130; т. 17, с. 3321; т. 12, с. 955.

<sup>110</sup> Показания Арчболда. Т. 17, с. 3467–3468.

под данным названием: это была платформа с конной тягой, а на платформе устанавливался деревянный или металлический бак. Каждая повозка обслуживала от 30 до 50 конкретных заказчиков — розничных торговцев. Кучера баков-повозок заливали или закачивали насосом бензин и керосин в резервуары владельцев лавок, беря плату за доставку наличными. В конце концов *Standard* стала продавать большую часть своей продукции с помощью баков-повозок.<sup>111</sup> Согласно показаниям Коллингза, представителя компании *Standard Oil* в Кентукки, он осуществлял таким способом 90% своих продаж.<sup>112</sup> Остальная часть продукции по-прежнему уходила к оптовикам и торговцам в развоз.

Торговцы-развозчики обычно приезжали на станцию, где находились цистерны, и наполняли баки горючим. За экономию на поставке, которую обеспечивали фирме торговцы-развозчики, а также за то, что объем их закупок в среднем был больше, они обычно платили за галлон на 0.5–1 цент меньше по сравнению с ценой, взимаемой при продаже с бака-повозки.<sup>113</sup> Тележки развозной торговли делали по 150 и более останков в день для продажи продукции.

Таким образом, оптовиков стала вытеснять интегрированная система сбыта, впервые использованная компанией *Standard Oil* и быстро взятая на вооружение ее конкурентами. Фирмы развозной торговли также столкнулись с радикальными переменами. Газ и электричество стали оспаривать рынок у керосина, продаваемого домашним хозяйствам, а от этого рынка зависели торговцы-развозчики. Начало развиваться автомобилестроение. Под воздействием всех этих факторов керосин, некогда основной продукт, стал третьестепенным топливом.

---

<sup>111</sup> В разных районах пропорции были разными. В очень мелких населенных пунктах и некоторых горных районах сбыт продукции в бочках оптовикам и комиссионерам был более распространен. Например, в 1904 г. *Standard* продолжала внедрять обслуживание с помощью баков-повозок в небольших районах Нью-Йорка. Поставка нефтепродуктов баками-повозками становилась повсеместно преобладающим способом.

<sup>112</sup> Т. 12, с. 896.

<sup>113</sup> Конкуренты фирмы *Standard* также предлагали покупать у них товар на таких условиях.

Одновременно с происходящими переменами нефтепереработчики объединялись с целью более эффективного сбыта своей продукции. Наряду с развитием поставки продукции баками-повозками *Standard* проводила экспериментальные операции по осуществлению розничной торговли вразвоз своими силами. Она старалась держать в секрете, что эти предприятия развозной торговли принадлежали ей. Большую часть этих предприятий составляли «фиктивно независимые», о которых мы так часто слышали. Почти вся остальная часть торговли была в руках оптовых, как правило мелких, фирм. Они никогда не имели большого значения в количественном отношении.<sup>114</sup> И, кроме того, *Standard Oil* не была единственной компанией, владеющей «фиктивными» фирмами мелкой развозной и оптовой торговли.<sup>115</sup>

Компания *Standard Oil* выдвинула несколько причин, по которым она не хотела афишировать свои связи с этими фирмами. Во-первых, непрекращающиеся нападки общественности на монопольное положение и высокую прибыль *Standard* привели к тому, что некоторые покупатели стали относиться к

---

<sup>114</sup> Более половины «фиктивных» фирм были только предприятиями развозной торговли. Большинство из них были очень малы; в среднем у каждого было по две-три тележки для развозки продукции. Кроме того, большая часть этих фирм просуществовала недолго. «Они использовались для эксперимента по продаже нефтепродуктов непосредственно потребителю, что обернулось неудачей, в большой степени объясняющейся необходимостью предоставлять кредит» (*Brief for Appellants*, т. 2, с. 192. См. также т. 13, с. 1523–1525). Большинство этих фирм постепенно выходило из бизнеса по мере износа оборудования. Те немногие, что продолжали работу, превратились в «бидонные отделы» различных компаний, входящих в фирму *Standard Oil*.

Кроме того, возникает вопрос, насколько секретными считались эти фирмы, большое сомнение вызывает также реальность их секретности. В итоге правительство, выступавшее в качестве свидетеля наличия такой секретности, ошибочно обвиняло *Standard* в том, что она владела и управляла фирмами, с которыми она в действительности не имела ничего общего. См., например, т. 5, с. 2412; т. 12, с. 779–780, 790–791; т. 13, с. 1218–1220, 1279–1283, 1307, 1533–1535.

<sup>115</sup> Существует множество примеров, включая фирмы, управляемые господином Кастлом (*National Refining Co., Red C, Crew-Levick* и др.).

этой компании и ее продукции с предубеждением.<sup>116</sup> Во-вторых, некоторые торговые фирмы, которые купила *Standard*, завоевали доброжелательное к себе отношение и лучший прием на местном рынке, чем могла бы себе обеспечить сама *Standard*. В-третьих, *Standard* считала, что ей полезно время от времени принимать участие в розничной торговле по конкурентоспособным ценам, чтобы разорить местные картели розничной и развозной торговли и выдержать конкуренцию других фирм развозной торговли. Но чтобы эта деятельность не вызвала враждебности со стороны тех, кто покупал продукцию из баков-повозок *Standard*, ей было полезно держать это в тайне.<sup>117</sup> В-четвертых, данный подход позволил *Standard* экспериментировать с новым персоналом и новыми методами сбыта, не отказываясь от старых и не вовлекая в дело больших средств.

Сбыт продукции баками-повозками значительно потеснил поставку товара в бочках оптовикам, поэтому *Standard* задумала продолжить дело объединения. Вот как об этом сказал г-н Сквайр:

Мы достигли такого этапа, когда стала ощущаться возможность еще на шаг приблизиться к потребителю и сэкономить его деньги. Было известно, что розничный торговец получал от 50 до 100% прибыли, и мы считали, что смогли бы сэкономить для покупателя половину этой прибыли. Для осуществления этого шага требовались большая осторожность и тщательность, чтобы не вызвать антагонизма среди снабжаемой нами клиентуры. Осторожность требовалась также и при разработке новых шагов, которые в итоге могли бы оказаться неосуществимыми и указали бы на неправильность выбранного нами пути. Поэтому мы выбрали несколько городов для проведения экспериментов, упомянутые выше города были выбраны с этой целью...

Но вскоре обнаружилось серьезное препятствие, а именно предоставление кредита. Содержатели лавок предоставляли кре-

---

<sup>116</sup> Невозможно узнать, насколько значительно было это предубеждение, но ясно, что оно существовало. Одним из симптомов, указывающих на это, является эмоциональная окраска названий принятых некоторыми конкурентами: *Antitrust Oil Co.*, *Freedom Oil*, *Uncle Sam Oil Co.* и т. д.

<sup>117</sup> Коллингз: «Мы бы предпочли продавать продукцию оптовикам. Именно этой деятельностью мы в основном и заняты и готовы ее сохранить». Т. 12, с. 887.

дит своим постоянным покупателям, в то время как с нами они расплачивались наличными. Этот фактор сделал почти невозможной продажу большого объема продукции таким способом. Был предпринят ряд мер, направленных на преодоление этого препятствия, наподобие продажи талонов, как это делали молочники, но эти меры не сработали. Затем мы стали предоставлять кредит, но наши убытки от безнадежных долгов сами по себе уже были достаточным фактором, способным фактически загубить предприятие. Кроме того, мы обнаружили, что расходы, связанные с износом и устареванием оборудования, были огромны. Поскольку бидоны, которые мы одалживали потребителям, были нашим имуществом, а не собственностью потребителей, они не берегли их должным образом. Определенное количество бидонов было повреждено в результате небрежного обращения, а некоторые были окончательно потеряны. Вследствие этого, после тщательного обсуждения опыта нашей компании в разных городах, было решено отказаться от этой идеи. Постепенно, шаг за шагом оборудование было изъято, за исключением двух городов, а именно Янгстауна и Кливленда, которые всегда были известны нефтеперерабатывающим компаниям как места развозной розничной торговли, поскольку целый ряд торговцев-развозчиков действовали здесь в течение многих лет и потребители привыкли к такому способу поставки.<sup>118</sup>

Невозможно, да и не нужно определять, действительно ли таковы были мотивы *Standard* или это просто хорошо продуманное объяснение ее политики. Достаточно сказать, что подобное поведение является разумным в свете развития данной отрасли промышленности. Это развитие ускорилося после роспуска компании в 1911 г., когда возросла конкуренция. Это не было создано монополией. В конце концов, где теперь развозная торговля керосином? Альтернативное объяснение, согласно которому *Standard* задумала монополизировать оптовый и розничный сбыт, несомненно менее логично и хуже уживается с фактами, которыми мы располагаем.

---

<sup>118</sup> Т. 13, с. 1523–1524. Г-н Сквайр не преувеличивал размер маржи в розничной торговле, что полностью подтверждается материалами протокола. Была ли маржа высокой из-за политики, проводимой картелями розничной торговли, или по причине больших затрат, не имеет значения. Важно только то, что *Standard*, как и любая нефтеперерабатывающая компания, была весьма заинтересована в их снижении. См. также т. 2, с. 757–758; т. 3, с. 1109; т. 5, с. 2583, 2602, 2584.

В розничной торговле принимало участие очень большое количество фирм, и вход на рынок стоил дешево и осуществлялся быстро. *Standard Oil* никогда не имела и, по-видимому, не замышляла достичь монопольной власти в области розничной торговли. Было бы бессмысленно пытаться и, вероятно, невозможно достичь этого. Поскольку *Standard* обладала монопольной властью в переработке нефти, было бы логично, предположить, что она была заинтересована в поддержании эффективного и в высшей степени конкурентоспособного рынка сбыта.<sup>119</sup>

Из всех «уровней» в нефтяном бизнесе компании *Standard Oil* было бы труднее всего монополизировать розничную торговлю, к тому же монополия в этой области была бы самой кратковременной. Причины такого положения просты. Было два сорта розничных торговцев керосином: бакалейщики и другие розничные торговцы, имеющие баки или бочки, из которых они наполняли бидоны для керосина потребителей, и предприятия развозной торговли, использующие одну или две повозки, передвигающиеся от дома к дому по определенным маршрутам, подобно сегодняшним молочникам или продавцам льда былых времен.

Профессиональные навыки и средства, расходуемые на развозную торговлю очищенными нефтепродуктами, не были ни дорогостоящими, ни редкими, ни специальными. Повозка, лошадь, возчик и несколько бидонов или бак — вот все оснащение предприятия развозной торговли.<sup>120</sup> Большая фирма развозной торговли могла иметь две-три тележки. Ресурсы быстро уходили из развозной торговли горючим и вновь возвращались туда, привлеченные перспективами получения прибыли.

Аналогично этому вход в розничную бакалейную торговлю и общую торговлю никогда не представлял трудности. Всту-

---

<sup>119</sup> Любой монополист в производстве предпочел бы конкурентный сбыт и нулевые затраты на него. Таким образом из производства можно было бы извлечь максимальную монопольную прибыль.

<sup>120</sup> Г-н Ши показал, что он вошел в развозную торговлю в 1892 г. с собственным капиталом в 25 долл., заемным капиталом в 25 долл. и с лошадью, взятой взаймы. Он быстро поднялся и ушел в оптовую и розничную торговлю. «Думаю, что наш бизнес вырос в 30 раз по сравнению с 1892 г., когда мы только начали дело». Т. 5, с. 2493.



пив в игру очень рано, Рокфеллер понимал, что частная монополия в области сырой нефти была невозможна.<sup>121</sup> Он, должно быть, понял, что достижение монополии в розничной торговле было еще более безнадежным делом. Только правительствам удавалось на очень длительный период монополизировать хозяйственную деятельность такого рода. Кроме того, компания *Standard*, очевидно, пришла к выводу, что в ее интересах было позволить еще кому-нибудь осуществлять функцию розничной торговли.

Таким образом, до роспуска компании *Standard Oil* оптовые и розничные торговцы подверглись воздействию новых сил, развивавшихся в промышленности в целом. После роспуска *Standard Oil* эти перемены продолжали действовать и даже, возможно, усилились.<sup>122</sup> Кроме того, на долю предприятий оптовой и розничной торговли выпали все неудачи и раздоры, характерные для мелкой торговли, где размеры предприятий были малы, а их число велико. Следовательно, неудивительно, что большая часть жалоб о снижении цен исходила от неинтегрированных сбытовиков.<sup>123</sup>

---

<sup>121</sup> Классическим примером такого понимания служит толкование Рокфеллером злосчастного соглашения нефтедобывающих компаний от 1872 г.: «Я не смог бы установить, как долго существовало или считалось действующим данное соглашение, но высокая цена на сырую нефть привела, как и раньше и как будет впредь, пока из земли выходит нефть, к росту ее добычи, и было добыто слишком много нефти. Мы не могли найти рынка сбыта для нее. Разумеется, все, кто не входил в данную ассоциацию, стремились добыть как можно больше нефти, а те, кто были членами ассоциации, несмотря на то что многие из них были людьми чести и имели отличную репутацию, поддавались искушению, так как оно было слишком велико, добыть немного больше нефти, чем они обещали своим партнерам или чем подошло бы нам. Казалось, что очень трудно предотвратить такие цены на нефть... Были границы, за которые мы, переработчики и торговцы нефтепродуктами, не могли выходить. Мы служили для нефтедобывающих компаний передаточным звеном, обеспечивающим поставку потребителю очищенных нефтепродуктов, и ограничения определялись тем, что мы могли в то время продать». Т. 16, с. 3074.

<sup>122</sup> В 1911 г. впервые бензина было продано больше, чем керосина.

<sup>123</sup> *Standard* заявила, что ее баки-повозки обслуживали 37 тыс. городов США. Число предприятий оптовой и розничной развозной торговли также, наверное, было велико.

Ясно, что здесь невозможно рассмотреть все случаи, касающиеся оптовиков и розничных торговцев. Протокол изобилует множеством сходных примеров, и комментирование каждого из них было бы ненужной тратой времени и сил.<sup>124</sup> Для данной цели достаточно сделать обзор некоторых наиболее важных и наглядных случаев. Ради удобства можно разделить эти случаи на три категории: а) случаи, приведенные в доказательство снижения цен, касавшегося конкурирующих сбытовиков, но не имевшего конкретных последствий; б) случаи, приведенные в доказательство снижения цен, сопровождавшегося покупкой конкурирующих предприятий сбыта; в) случаи, приведенные в доказательство снижения цен, сопровождавшегося исчезновением конкурирующих предприятий сбыта. Случаи, относящиеся к первой категории, многочисленны, но они не подтверждают теории хищнической монополизации. Примеры, относящиеся ко второй и третьей категориям, послужили бы лучшей службой подобной теории, но они редки.<sup>125</sup>

Рассмотрим подробно только несколько наглядных примеров, остальные только упомянем.

---

<sup>124</sup> Протокол в высшей степени перегружен неподтвержденными слухами, мелочными жалобами мелких торговцев и бесчисленными незначительными обвинениями и встречными обвинениями.

Вероятно, это можно приписать характеру процедур, согласно которым снимались показания. Свидетели представляли перед экспертом, а не перед судьей, и он чувствовал, что не в его власти устанавливать, насколько приемлемо данное свидетельство. Большое количество показаний от имени правительства исходило от бывших служащих компании *Standard*, большинство из которых были уволены или отправлены на пенсию под давлением. Некоторые признавались, что имели зуб против дирекции *Standard*. Некоторые из этих свидетелей давали показания об операциях *Standard*, о которых ничего не знали непосредственно сами. См. т. 5, с. 2347, 2364, 2381; т. 15, с. 2472.

<sup>125</sup> Поскольку часто одни и те же фирмы были предприятиями оптовой и розничной торговли вразвоз, а показания относительно этих фирм нередко были скудными, то невозможно разделить случаи на те, что касаются оптовиков, и на те, что относятся к розничной развозной торговле. Однако в любом случае не стоит прилагать особых стараний к тому, чтобы добиться разграничения этих примеров, поскольку это не представляет особой ценности.

## а) Снижение цен, не имевшее конкретных последствий

Основная часть свидетельств и утверждений устанавливает только то, что *Standard* продавала свою продукцию по разным ценам в одном районе или между районами и что более низкие цены часто являлись результатом более жесткой конкуренции.<sup>126</sup>

*Hisgen Brothers*. Типичным примером торговых фирм, жаловавшихся на снижение местных цен, является фирма *Hisgen Brothers*. Представленное доказательство также типично для всей группы таких случаев.

Фирма *Hisgen* начала торговлю колесной мазью в 1889 г.<sup>127</sup> В 1900 г. она занялась розничной и оптовой торговлей керосином, который закупала у независимых нефтеперерабатывающих компаний. Руководство фирмы жаловалось, что в 1901 г., когда они начали продажу керосина в разных городках на реке Гудзон, компания *Standard Oil* стала снижать цены с целью вытеснения этой фирмы из торговли. Было сказано, что цены повсеместно оставались высокими. Протокол показаний фирмы *Standard* указывает на то, что в тот период, когда, по словам Хисгена, *Standard* снижала цены в шести городах, охваченных ее торговым обслуживанием, в действительности ее цены на керосин росли.<sup>128</sup> Шесть бакалейщиков дали показания, что не *Standard*, а фирма *Hisgen* начала снижение цен.<sup>129</sup>

<sup>126</sup> См., например, т. 8, с. 905–1011 (Petitioner's Exhibit 379–396); т. 10, с. 1624–1659 (Pet. Exh. 628–635). Сравните следующие материалы: т. 8, с. 664; т. 10, с. 1624; т. 21, с. 133 (Pet. Exh. 962). См. также т. 2, с. 937; т. 3, с. 1046; т. 5, с. 2484, 2490–2491; т. 17, с. 3620–3622, 3628; т. 20, с. 229–231, 233.

<sup>127</sup> Т. 4, с. 1795. К началу второго года объем продаж утроился и продолжал расти. К 1900 г. объем продаж был от 80 тыс. до 100 тыс. долл. Хисген дважды выставлял свою кандидатуру на пост губернатора штата Массачусетс, выступая с антитрестовской (против *Standard Oil*) программой. Т. 4, с. 1800, 1841, 1848–1849, 1852.

<sup>128</sup> Т. 12, с. 713, с. 813–815. Однажды цены действительно упали, предположительно, вследствие понижения цен, проводимого *Tiona*, подконтрольной торговой фирмой компании *Cornplanter Refining Co*, там же, с. 716.

<sup>129</sup> Т. 12, с. 780–782, 812–813, 818–819, 822–824, 826–827, 830–831, 833–835; т. 4, с. 1894–1895, 1963–1966.

В любом случае, Хисген признал, что он иногда действительно срезал цены фирмы *Standard*<sup>130</sup>, и очень неопределенно высказывался о снижении цен, проводимом компанией *Standard* против него.<sup>131</sup> Более поздние эпизоды, разворачивавшиеся вокруг Спрингфилда (штат Массачусетс), показывают, что по крайней мере в течение части этого периода фирма *Hisgen* была инициатором снижения цен, направленного против *Standard*.<sup>132</sup>

Не уточняя вопрос о том, кто был инициатором ценовых войн, было очевидно, что дела фирмы *Hisgen Brothers* шли хорошо. Например, в 1904 г. в руках *Hisgen Brothers* был 21% нефтяного бизнеса в Спрингфилде, а в 1905 г. ее доля возросла до 30%.<sup>133</sup> После 1900 г. эта фирма значительно расширила свою территорию и бизнес и явно процветала.<sup>134</sup>

---

<sup>130</sup> Т. 4, с. 1813–1815, 1856 и последующие, 1888–1889, 1898, 1977–1978. См. там же, с. 1932–1937, 1952, 1964–1972; т. 12, с. 729–737, 782–788, 810–817, 822–837.

<sup>131</sup> Т. 4, с. 1861, 1874.

<sup>132</sup> В 1904 г. фирма *Hisgen* начала продавать по 10.5 центов за галлон, снизив цену по сравнению с ценой *Standard* на 0.5 цента. Последующее снижение частично приписывалось общему снижению цен на обширной территории и отчасти дальнейшему срезанию цен, проводимому фирмой *Hisgen*. В 1905 г. компания *Hisgen* прекратила практику снижения цен, и цены фирмы *Standard* поднялись. Т. 10, с. 1636.

<sup>133</sup> Brief for Appellants. Т. 11, с. 177. См. также т. 12, с. 782–785, 809–810; т. 10, с. 1636.

<sup>134</sup> Т. 4, с. 1836–1844.

Имеется множество других примеров такого типа случаев. См., например, показание Бордмана. В 1904 г. когда фирма *Standard* уволила Бордмана, он открыл торговое дело в городе Огаста (т. 5, с. 2189). Цены упали (там же, с. 2169–2171). Бордман захватил и удерживал треть торговли. Он говорил: «Если я мог удерживать в своих руках треть торговли, я был удовлетворен. Я признал факт, что компании *Standard* тоже надо было жить и ей нужны были деньги, и я решил, что позволю ей жить, поэтому я удерживал цену на уровне 11 центов». Там же, с. 2171.

В 1906 г. Бордман открыл станцию для баков-повозок в Денмарке (Южная Каролина). Пока он создавал станцию, *Standard* снизила цены (там же, с. 2175). Но при всем понижении цен в руках Бордмана было около 40% бизнеса. Хотя Бордман был в большой степени ограничен одним районом, а следовательно, как утверждают, был особенно чувствителен к воздействию «дискриминационных снайпер-

## б) Снижение цен и покупка

На суде прозвучало несколько заявлений о том, что компания *Standard Oil* использовала снижение местных цен, чтобы принудить независимых сбытовиков продать свои фирмы. По большей части свидетельские показания заключались просто в том, что имело место снижение цен, и какая-то фирма, потерпевшая в результате этого урон, продала свою собственность *Standard*. В нескольких случаях показания были более целенаправленны. Ниже приводятся наиболее важные, относящиеся к делу примеры.

*Дж. Т. Уофффорд*. В период с 1898 по 1902 г. г-н Уофффорд был старшим бухгалтером и помощником управляющего в главном управлении компании *Standard Oil* в Кентукки.<sup>135</sup> Он показал, что *Standard* предоставляла скидки с целью поощрения отмены заказов или сокращения требуемых объемов. Коллингз отвергал эти заявления.<sup>136</sup> Приблизительно в конце 1902 г. Уофффорд и некоторые его партнеры открыли

ских выстрелов», он, тем не менее, процветал. Его торговля сразу начала приносить прибыль; к 1908 г. он уже владел 75% бизнеса смазочных масел в г. Огаста и одной третью торговли очищенными нефтепродуктами (там же, с. 2171, 2181). Бордман начал дело с капиталом в 3 тыс. долл., включая баки и одну повозку. В первый год объем его продаж составил 40 тыс. долл., на второй год он составил 50 тыс. долл., а на третий — 60 тыс. долл. «До сих пор у меня еще никогда не было такого месяца, когда я не получил бы приличную прибыль, я ее получал с первого же месяца». Там же, с. 2181.

*C. J. Castle*, т. 6, с. 3040, 3044–3046, 3055–3057, 3067–3068, 3088; т. 13, с. 1483, 1517–1518.

*St. Louis Oil Co.*, т. 2, с. 891, 894, 896, 899, 900. Для ознакомления с аналогичными случаями см. т. 15, с. 2411–2415, 2425; т. 20, с. 229–233.

*E. M. Wilhoit*, т. 3, с. 1037–1038 и последующие, с. 1269–1270. «Внедряясь в новую территорию, я обычно снижал цены, установленные *Standard*». Там же, с. 1227.

*Cooper Brothers*, т. 5, с. 2358–2359, 2392–2400; т. 15, с. 2434, 2453, 2472–2473, 2542–2546.

*Testimony of Maxon and Kercher*. Т. 5, с. 2459–2470; т. 6, с. 2811–2813, 2815–2833. См. также т. 12, с. 922–923, 969.

<sup>135</sup> Т. 5, с. 2150.

<sup>136</sup> Там же, с. 2155–2156, т. 12, с. 908.

торговую компанию *Southeastern Oil Company* в Бирмингеме. Согласно показаниям Уоффорда, цены на керосин неуклонно падали и снизились с 14 до 11 центов за галлон. Компания *Southeastern* потеряла на этом деньги и продала свое дело компании *Standard* приблизительно в 1904 г. Существует несколько убедительных доводов в пользу того, что это не является случаем успешного хищнического снижения цен: во-первых, Уоффорд признал, что бизнес его компании стал неприбыльным отнюдь не вследствие снижения цен на керосин компанией *Standard*: «Мы получили приемлемую прибыль на данный конкретный сорт горючего, но мы потеряли деньги на общем бизнесе».<sup>137</sup> Во-вторых, *Standard* заявила, и имеются некоторые доказательства в поддержку этого заявления, что *Southeastern* просила *Standard* купить ее.<sup>138</sup> В-третьих, существуют также показания, согласно которым *Standard* в действительности не снижала цен до того, как *Southeastern* продала свое дело.<sup>139</sup> В-четвертых, правительство заявило, что бизнес *Standard* в Бирмингеме был прибыльным в течение всего 1903 г.<sup>140</sup>

*People's Oil Company*. Э. Н. Вутен, бывший служащий компании *Standard*, показал, что с 1892 по 1898 г. *Standard* вела жестокую политику снижения цен в Атланте, чтобы уничтожить компании *People's* и *Commercial*, и что обе были вынуждены продать свое дело компании *Standard*.<sup>141</sup> Коллингз отрицал, что *Standard* начала ценовую войну или попыталась вытеснить эти компании из бизнеса.<sup>142</sup> Существуют как косвенные, так и прямые доказательства того, что они не были вытеснены: во-первых, по словам Вутена, продажи были тайными, а тайна обычно не может сохраняться в случае, когда стороны

<sup>137</sup> Т. 5, с. 2156.

<sup>138</sup> Т. 12, с. 848.

<sup>139</sup> Там же, с. 847–848, 908.

<sup>140</sup> Brief for the U.S. Vol. 2. P. 486. После продажи своей компании Уоффорд учредил другую успешно работавшую фирму по сбыту нефтепродуктов.

<sup>141</sup> Т. 5, с. 2096–2103. Фирмой *Commercial* владела *Peerless Refining Company* в Кливленде. *Standard* заявила, что уволила Вутена за приписываемую ему «привычку к наркотикам» (т. 12, с. 906).

<sup>142</sup> Там же, с. 897–901.

обижены. Во-вторых, фирма *People's* была клиентом *Standard*. В-третьих, прежний владелец компании *People's* недвусмысленно отрицал, что ее вытеснили или что за нее недостаточно заплатили.<sup>143</sup> В-четвертых, Бутен признал, что ценность компаний *People's* и *Commercial* никогда раньше не была выше, чем при ее продаже.<sup>144</sup>

*Показания г-на Кастла.* Кастл показал, что, работая в фирме *Standard*, он принудил независимого дилера в Порт-Гуроне, штат Мичиган, г-на Кемпфилда продать свою фирму компании *Standard* где-то после 1889 г.<sup>145</sup> Согласно переписке, Кастлу предлагалось предоставить дилерам скидку, чтобы поддерживать в Порт-Гуроне цену на керосин на уровне 6 центов за галлон, с целью победить Кемпфилда.<sup>146</sup> Неясно, кто начал снижать цены, и я не могу найти другого свидетельства, касающегося этого случая. Кастл, несомненно, широко пользовался скидками на территории Огайо;<sup>147</sup> вот почему *Standard*, согласно словам руководства, уволила его. Кастл показал также, что он вынудил торговца в развоз по имени Блэкбёрн в городе

<sup>143</sup> Т. 18, с. 253 (Def. Exh. 92 $\frac{1}{2}$ ).

<sup>144</sup> Т. 5, с. 2149. Другим примером является покупка двух организаций оптовой торговли, основанных неким господином Джозефом. Как сказал свидетель от правительства г-н Кук: «*Standard* стремилась найти места сбыта... и ее руководители поняли, что там едва ли хватало места для двух компаний (это был небольшой город), и они пришли к Джозефу с предложением выкупить его фирму. Относительно компании *Standard Oil* я могу сказать, что ее руководство поступило с Джозефом очень честно и справедливо, поскольку они дали ему значительно больше денег, чем стоила эта старая рухлядь». Там же, с. 2531.

Джозеф согласился выйти из нефтяного бизнеса, но вскоре снова в него вернулся, построил новый крупный завод и начал снижать цены.

«В.: *Standard* поддержала это снижение?

О.: Ну вы не можете ожидать, что они все время будут получать банковские счета, не правда ли?» Там же. Джозеф снова продал свое предприятие.

<sup>145</sup> Т. 6, с. 3059–3060.

<sup>146</sup> Т. 10, с. 1894–1895 (Pet. Exh. 836, 837).

<sup>147</sup> Т. 3, с. 1362–1363; т. 6, с. 3030, 3037–3038, 3039–3045, 3071; т. 10, с. 1886 (Pet. Exh. 829); т. 13, с. 1511–1515; 1576.

Кайахога Фолз, штат Огайо, продать свое дело.<sup>148</sup> Для того, кто утверждал, что вел длительную войну на обширной территории, результаты, о которых заявил Каствл, кажутся поистине незначительными.<sup>149</sup>

### в) Снижение цен и ликвидация предприятия

Остается еще возможным вариант, когда торговые фирмы не покупались, а уничтожались. Доказательств мало, и они неубедительны.

*Упадок развозной торговли в Кливленде.* Согласно показаниям Каствла, в 1903 г., когда *Standard* послала повозки для развозной торговли в Кливленд, независимые предприятия развозной торговли были обречены.<sup>150</sup> До сих пор независимые предприятия развозной торговли процветали, но теперь их число резко уменьшилось:

В то время торговцы вразвоз получали весьма существенную скидку, что позволяло не снижать розничные цены. Сначала их дела шли очень хорошо... После того как *Standard* доставила сюда свои повозки... маржа стала очень мала, в результате, с тех пор и по сей день в данном виде бизнеса очень мало предприятий развозной торговли. В то время их было около 250, а сейчас, я думаю, вы сможете насчитать не более 50.<sup>151</sup>

<sup>148</sup> Т. 6, с. 3044. На с. 3041 он упомянул также, что в Колумбиане (штат Огайо) один владелец предприятия развозной торговли, имя которого не названо, также был вынужден продать свое дело. Случай в Колумбиане был результатом политики снижения цен компанией *Freedom Oil* (т. 13, с. 1511–1515), как и многие инциденты в Огайо (т. 6, с. 3040, 3044).

<sup>149</sup> Бывший стенограф фирмы *Standard* Мале заявил, что Блаустайн попытался вытеснить из Норфолка торговца вразвоз Файвела (т. 5, с. 2211–2212, 2360–2362). Блаустайн отрицал это, но признал, что купил тележку и запас продукции у Файвела (т. 15, с. 2434–2439). Фаркверсон сказал, что в итоге Блаустайн купил предприятие Файвела за сумму, на 50 долл. превышающую крайнюю цифру, которую он предлагал вначале (т. 5, с. 2211. См. также т. 2, с. 725–727; т. 5, с. 2100–2102, 2107, 2279; т. 12, с. 902–905; т. 15, с. 2445–2447; 2549–2552, 2544).

<sup>150</sup> Т. 6, с. 3054–3056, 3108–3119, 3124, 3201, 3206; см. также т. 3, с. 1507–1510.

<sup>151</sup> Т. 6, с. 3056.



Сквайр, представитель *Standard*, предложил другое, более разумное объяснение:

В 1902 г. существовало 115 предприятий развозной торговли, но при этом в обиходе не было счетчиков расхода природного газа. В 1903 г. было 90 фирм развозной торговли, причем в обиходе насчитывалось 16 194 газовых счетчика. В 1904 г. было 80 фирм развозной торговли, а в обиходе использовалось 30 165 газовых счетчиков. В 1905 г. было 78 фирм развозной торговли при использовании 46 819 газовых счетчиков. В 1906 г. было 61 предприятие развозной торговли при использовании в обиходе 66 743 газовых счетчиков. В 1907 г. было 43 фирмы развозной торговли, причем в употреблении было 77 646 газовых счетчиков. В 1908 г. существовало 40 фирм развозной торговли, а в обиходе использовалось 83 976 счетчиков.<sup>152</sup>

Разумеется, природный газ использовался для отопления и освещения.

*Показания Мале.* В показаниях Мале содержалось много сведений, основанных на слухах. Например, по его словам, в районе Балтимора три посредника в торговле нефтепродуктами были вытеснены фирмой *Standard*: Таф-Рутерфорд, Мак-Нейл и семья Пёрс в Сифорде, штат Делавэр. Я не смог найти каких-либо доказательств о первых двух, но заявление насчет семьи Пёрс ошибочно. *Seaford Company* была фирмой, принадлежавшей фирме *Crew-Levick*, а не «фиктивной» компанией, принадлежавшей *Standard*,<sup>153</sup> а семья Пёрс заявила, что они были вытеснены из бизнеса в результате политики снижения цен, проводимой фирмой *Red C*.

*Другие случаи.* Г-н Бордман работал на компанию *Standard* в г. Огаста, штат Джорджия, с 1886 по 1904 г.; он показал, что в этот период *Standard* снижала цены с целью вытеснения конкурентов.<sup>154</sup> По словам Бордмана, один торговец, Дж. Т. Торнхилл, «в итоге ушел из бизнеса», а другие крупные интегрированные конкуренты *Standard* ушли из этого района. Эти заявления вызвали возражения.<sup>155</sup> Даже Бордман при-

<sup>152</sup> Т. 13, с. 1532.

<sup>153</sup> Т. 13, с. 1218, 1278–1279, 1281, 1283, 1307. См. также т. 5, с. 2412; т. 13, с. 1219–1220.

<sup>154</sup> Т. 5, с. 2163–2167.

<sup>155</sup> См., например, т. 12, с. 910; т. 5, с. 2163. Сам Бордман высказывался несколько туманно: «Я не знаю, продали они свое дело

знал, что *Standard* прибегала к снижению цен только как к «крайней мере».<sup>156</sup>

Мэйвуд Максон, служивший когда-то в компании *Standard*, показал, что в 1899 г. некий безымянный независимый посредник в торговле нефтепродуктами в Париже, штат Иллинойс, был вытеснен из бизнеса после года скидок и ценовой войны.<sup>157</sup> Коллингз отрицал всю эту историю.<sup>158</sup> В другом примере Керчер заявил, что торговец по имени Вагнер ушел из развозной торговли.<sup>159</sup>

К. М. Лайнс показал, что он управлял рядом фиктивных предприятий мелкой развозной торговли *Standard* в период с 1900 по 1903 г.<sup>160</sup> Он считал, что эти фирмы потеряли деньги.<sup>161</sup> Джорж Лейн, когда-то работавший на Лайнса, показал, что в Янгстауне Лайнс «наезжал» на другое предприятие развозной торговли и вытеснил из бизнеса всех, кроме человека, которого он преследовал.<sup>162</sup> С другой стороны, Вахей, владелец предприятия развозной торговли, против которого, как было заявлено, и были направлены действия Лайнса, показал, что он занимал должность в государственной конторе по регистрации земельных сделок, когда его атаковала группа *Standard*.<sup>163</sup> Он был далек от мысли удалиться от дел и явно процветал.

---

или нет, но складывалось впечатление, что они продали свои компании фирме *Standard*». Т. 5, с. 2166. Бордман заявил, что из бизнеса ушли фирмы *Tidewater, Crew-Levick, Blodgett, Moore & Co.*

<sup>156</sup> Там же, с. 2164.

<sup>157</sup> Т. 3, с. 1291, 1293, 1294, 1313. Очевидно, Максон хотел отомстить компании *Standard* (там же, с. 1294).

<sup>158</sup> Т. 12, с. 890. См. также т. 5, с. 2466–2469.

<sup>159</sup> Т. 6, с. 2832–2833. См. также т. 10, с. 1846 (Pet. Exh. 798). Возможно, Керчер был лжесвидетелем. Он также имел зуб на *Standard* и явно пытался шантажировать ее руководство. Т. 6, с. 2949 и последующие, с. 2969 и последующие, с. 2990.

<sup>160</sup> Т. 6, с. 3201 и последующие.

<sup>161</sup> Там же, с. 3205.

<sup>162</sup> Т. 3, с. 1356–1361.

<sup>163</sup> Т. 3, с. 1366–1367. Хотя Вахей был просто развозным торговцем, он был неглуп. Он заявил, что когда служащий *Standard* пригрозил ему вытеснить его из бизнеса, он ответил: «...я был уверен, что ему понадобится не менее двух лет для вытеснения меня из

*Сбыт: резюме.* Показания на эту тему объемисты, противоречивы и неясны. Многие документы, представленные в качестве доказательства, были двусмысленны, достоверность некоторых из них была сомнительна. Однако отсюда напрашивается несколько выводов:

1. Если целью компании *Standard Oil* была монополизация сбыта (что прежде всего было бы нерационально), то она потерпела неудачу, поскольку, если не принимать в расчет упадок развозной торговли керосином вследствие роста использования природного газа в Кливленде, то я смог насчитать менее 10 мелких дилеров в торговле нефтепродуктами, чья торговля или уход из нее могли бы рассматриваться как имеющие некоторое отношение к снижению местных цен. А это мягкая оценка показаний. Некоторые фирмы были безымянными; заявления часто были туманны; большинство исков было опровергнуто, некоторые из них, хотя и не были оспорены, в действительности так и не были доказаны. Во многих случаях, возможно, в большинстве из них, инициаторами снижения цен явно были независимые фирмы.

Следовательно, «возможные» случаи по существу являются необъясненными случаями. Большинство таких случаев касалось мелких развозных торговцев, среди которых случаи банкротства могли бы быть относительно многочисленными и без применения практики хищнического снижения цен.

В розничной и оптовой торговле нефтепродуктами случаи «фатального исхода», вызванные различными причинами, были явно не очень многочисленны, что вызывает удивление, если рассматривать это в свете обычной практики в мелкой торговле. Было произведено изрядное число покупок, но меньше, чем можно было бы ожидать.

2. Переписка фирмы *Standard* и директивы торговым агентам показывают, что она была намерена получить дело, приносящее доход, но не собиралась что-либо дарить ради этого.<sup>164</sup>

---

бизнеса, а может быть, ему и тогда не удастся сделать это...» Там же, с. 1367. Другие примеры, приведенные в качестве доказательства, см. в показаниях фирмы *Nicolai Brothers*, т. 13, с. 1196.

<sup>164</sup> Коммивояжеры и торговые агенты фирмы *Standard* должны были заполнять «форму 29» — запрос на разрешение снизить цены.

Торговые агенты получили предупреждение о необходимости быть как можно экономнее, добиваясь этого рынка»;<sup>165</sup> руководство осуждало торговых агентов за снижение цен, если это не было вызвано необходимостью,<sup>166</sup> и за продажу слишком много горючего по особым ценам.<sup>167</sup>

3. Интересно, что большинство бывших служащих компании *Standard*, которые показывали, что *Standard* проводила беспощадную хищническую политику, вошли в нефтяной бизнес, уйдя из *Standard*, и процветали.

См., например, т. 3, с. 1021–1022; т. 12, с. 962. В разрешении часто отказывали. См. т. 10, с. 1758–1759 (Pet. Exh. 690); т. 12, с. 688, 845, 907. В общем, служащие *Standard* усвоили данные им инструкции. Один представитель фирмы *Waters-Pierce* выразил эту мысль следующим образом: «Наши товары были [sic] так же хороши, как товары наших конкурентов или даже немного лучше, и я думал, что мы должны получить за них как можно больше. Снижение цен могло бы привести к росту объема продаж, но я считал, что мы потеряли бы на этом деньги». Т. 3, с. 1170.

Уилмер также показал, что *Standard* ожидала, что ее торговые представители заключат сделку по выгодным ценам, так как «любой смог бы отдать даром свои товары». Т. 13, с. 1250. Метцель, торговый агент конкурирующей фирмы, согласился, что «*Standard* получает все, что может получить» (т. 5, с. 2418). Уилхойт знал, что прибыльность компании *Standard* базировалась на высоких, а не на низких ценах. Он выразил это следующим образом:

«Если бы я только мог сбывать свои товары по таким ценам, какие компания *Standard Oil* получала за свои товары регулярно! Я хотел бы хотя бы в течение одного года торговать по таким ценам, какие компания *Standard Oil* назначает регулярно, если бы при этом я имел 25% бизнеса. Один год — это все, что я хотел бы, чтобы уйти в отставку, получив за свой товар такую цену, какую они получают регулярно. Мы не получаем их обычной цены». Т. 3, с. 1038.

<sup>165</sup> Т. 10, с. 1840 (Pet. Exh. 790).

<sup>166</sup> «Я также переписывался с нашими агентами из месторождения в Южной Каролине, и они вполне поняли, что мы хотим сохранить бизнес и скорее снизим наши цены на рынке на 0.5 цента на галлон, чем допустим, чтобы наш бизнес ушел к другим нефтяным компаниям, но я внушил им, что мы не хотим осуществлять это снижение, за исключением случая абсолютной необходимости». Т. 10, с. 1758–1759 (Pet. Exh. 690).

<sup>167</sup> Т. 12, с. 1019.

4. Очевидно, что *Standard* имела продуманную и твердую организацию сбыта. Она была весьма заинтересована в том, чтобы организация сбыта продукции обходилась как можно дешевле, и пыталась достичь этого результата.<sup>168</sup>

#### IV. Выводы

Судя по материалам протокола, *Standard Oil* не использовала хищническую ценовую дискриминацию с целью вытеснения конкурирующих нефтеперерабатывающих фирм, а ее практика ценообразования также не имела такого действия. Хотя можно насчитать очень мало случаев, когда мелкие торговцы керосином в развоз или посредники уходили из бизнеса после или в период снижения цен, все же нет настоящих доказательств, что в ответе за это была ценовая политика *Standard*. Я убежден, что *Standard* не прибегала систематически или вообще когда-либо к снижению местных цен в розничной или

---

<sup>168</sup> Коллингз заявил, что инциденты на территории *Standard of Kentucky* в большой степени были вызваны чрезмерно высокими ценами, установленными дилерами, и *Standard* была в процессе закрытия (т. 5, с. 2462; т. 12, с. 886–889, 923–927). Согласно Коллингзу, предприятие развозной торговли, работающее с маржей в 4 цента на галлон, может успешно справляться с делом. Он выразил это следующим образом:

«Маржа в 4 цента на галлон при продаже 150 галлонов в день даст маржу в 6 долл. в день. Человек, имеющий одну лошадь с тележкой и получающий каждый день прибыль в 6 долларов, живет очень хорошо... Мы считаем, что 2–3 цента сверх цены, уплаченной при покупке товара из бака-повозки, — это справедливая цена для развозного торговца. На это можно хорошо жить... А там, где они пытались ограбить потребителя, получив фантастическую прибыль сверх этой цифры, мы обычно прилагали усилия к тому, чтобы заставить их тем или иным способом снизить свои цены; наша цель, разумеется, заключалась в повышении потребления горючего. Мы, конечно, чувствовали, что если бы они удерживали цену на горючее до 15–20 центов за галлон, то люди пользовались бы им более экономно». Там же, с. 890, 917–918. Свидетель от правительства Кук показал, что под воздействием торговли из баков-повозок, организованной компанией *Standard* в крупных городах, торговцы вразвоз были вынуждены установить умеренные цены для потребителей.

других видах торговли с целью ослабления конкуренции. Это было бы глупо. Что бы ни говорили об этой фирме, старая организация *Standard Oil* редко подвергалась критике за то, что наживала меньше денег в тех случаях, когда могла заработать значительно больше.

В некоторых отношениях слишком плохо, что *Standard* не использовала хищнического снижения цен для достижения своего монопольного положения. Действуя таким образом, она, конечно, добилась бы не более сильной монопольной власти, чем та, которой она достигла другими путями, а в течение этого процесса потребители смогли бы покупать нефтепродукты по значительно более низким ценам. Таким образом, *Standard* не только пожертвовала бы частью собственного капитала, но также вынудила бы своих конкурентов отдать, в свою очередь, несколько меньшую сумму.<sup>169</sup>

Верно, что *Standard* проводила ценовую дискриминацию, но она это делала с целью максимизации прибыли, с учетом эластичности спроса на рынках, где она продавала. Она не прибегала к ценовой дискриминации с целью изменить эластичность этих рынков. Тем, кто объяснял причины господства *Standard* исходя из ценовой дискриминации, было бы лучше поискать другую причину.<sup>170</sup> Следует начать со слияния.

Должно быть совершенно ясно, что это не оправдательный приговор для *Standard Oil Company*; проблема монополии остается. Результат исследования показывает, что *Standard* достигла монопольного положения и удерживала его вовсе не путем ценовой дискриминации. Следовало ли разделить монополию — это уже совершенно другой вопрос.

---

<sup>169</sup> Здесь, разумеется, игнорируются некоторые нравственные вопросы. Экономическая наука — не слишком эффективный инструмент для их анализа.

<sup>170</sup> Выступая против запроса ответчика в суд с просьбой об отсрочке, чтобы подготовить свои доводы, правительственный адвокат, возможно, исходил из тех соображений, какие я привел в своем заключении: «К чему еще нужно готовиться в этом деле? Это просто вопрос недобросовестной конкуренции. На основании уже снятых показаний следователь может понять, что это несложная задача, что ему не потребуется специального времени на подготовку для оспаривания этих показаний». Т. 6, с. 3333.

Я думаю, что следует попытаться высказать еще одно замечание. Если популярная интерпретация дела компании *Standard Oil* ответственна за то, что антитрестовская политика делает акцент на «недобросовестности» и стремлении к «монополизации» в деловой практике, то такой акцент неуместен.<sup>171</sup> Данное ограниченное исследование дает возможность сделать вывод, что для монополии важнее не то, что бизнесмены делают *против* друг друга, а то, что они считают полезным делать совместно для достижения своих общих интересов.

---

<sup>171</sup> Возможно, легенда о компании *Standard Oil* способствовала возникновению притянутой за уши аналогии, часто проводимой между бизнесом и войной. В такой же мере слабы и аналогии с шахматами. Шахматы — это конкурентная игра, где один игрок побеждает, а другой проигрывает. Успешная квазимонополия стремится избежать конкурентной игры, поскольку проигрывают все игроки, как только вступают в игру.