

# Forme di mercato

- La distinzione tra le diverse forme di mercato
- La determinazione dell'equilibrio di concorrenza perfetta sia di breve sia di lungo periodo
- La descrizione del monopolio e la determinazione dell'equilibrio
- La differenziazione dei beni e la concorrenza monopolistica: determinazione dell'equilibrio di breve e di lungo periodo
- L'equilibrio in un oligopolio nel caso sia di collusione sia di non collusione
- Un confronto tra le implicazioni delle diverse forme di mercato sul benessere sociale

# *Quanta concorrenza deve affrontare un'impresa?*

Le forme di mercato sono distinte in base ai seguenti parametri

- Grado di libertà con cui nuove imprese possono entrare nell'industria
- Natura del prodotto
- Grado di controllo sul prezzo da parte delle imprese

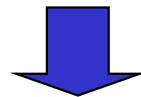
# Classificazione delle forme di mercato

- All'estremo del massimo grado di concorrenza c'è la concorrenza perfetta (completa libertà di entrata, prodotto omogeneo, nessun grado di controllo da parte delle imprese sul prezzo)
- All'estremo opposto c'è il monopolio (presenza di barriere all'entrata, prodotto unico, massimo grado di controllo sul prezzo da parte del monopolista)
- Situazioni intermedie sono date dalla concorrenza monopolistica (libertà di entrata, prodotto differenziato) e dall'oligopolio (barriere all'entrata, prodotto differenziato od omogeneo)

# Le ipotesi della concorrenza perfetta

Le ipotesi fondamentali sono quattro

1. Esiste un numero molto elevato di imprese
2. Il prodotto è omogeneo
3. C'è perfetta informazione

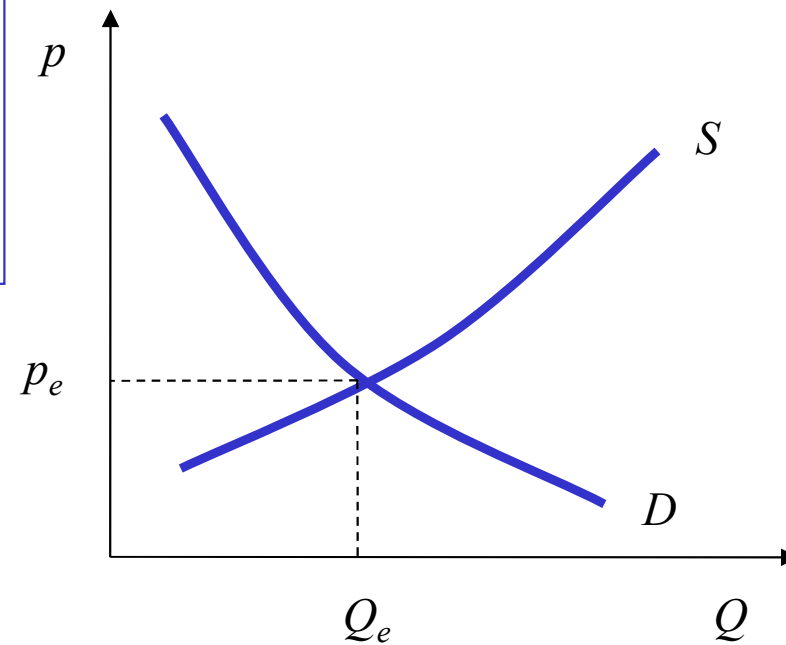


Le imprese e i loro clienti sono  
*price-takers*

4. Esiste completa libertà di entrata e uscita

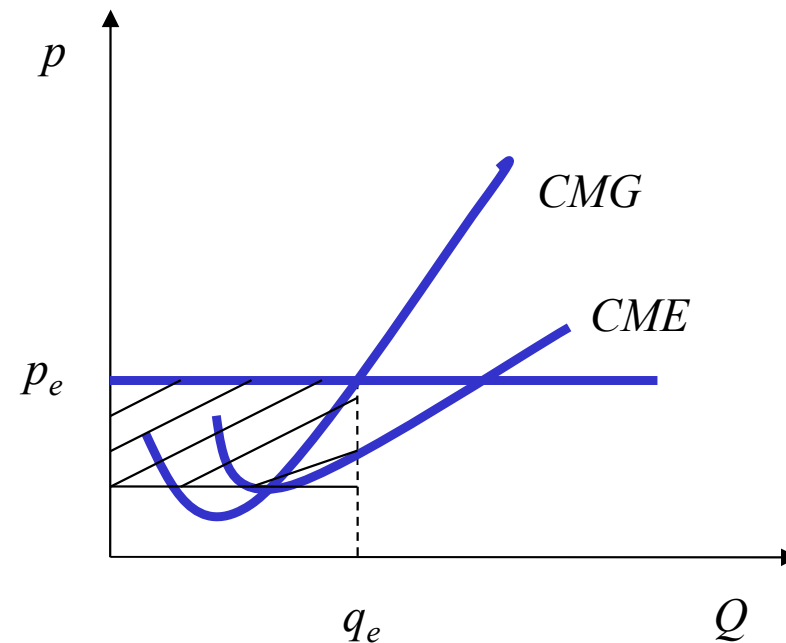
# Equilibrio di breve periodo

1. Il prezzo di equilibrio dell'industria,  $p_e$ , si determina in corrispondenza dell'intersezione tra la domanda e l'offerta di mercato



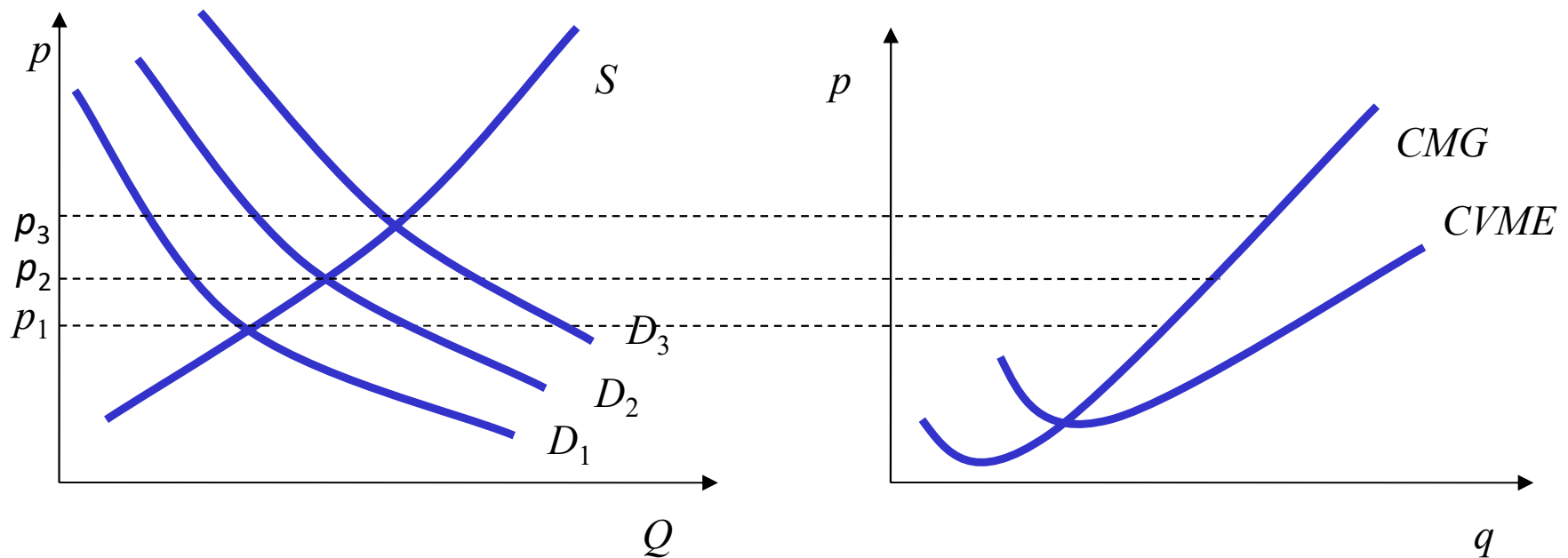
# Equilibrio di breve periodo

1. L'impresa è *price-taker* → la sua curva di domanda è orizzontale in corrispondenza di  $p_e$   
La condizione di massimo profitto è data da  $RMG=p=CMG$   
In corrispondenza dell'equilibrio l'impresa consegue un extraprofitto (area tratteggiata)  
Nel breve periodo non c'è tempo per l'entrata di nuove imprese



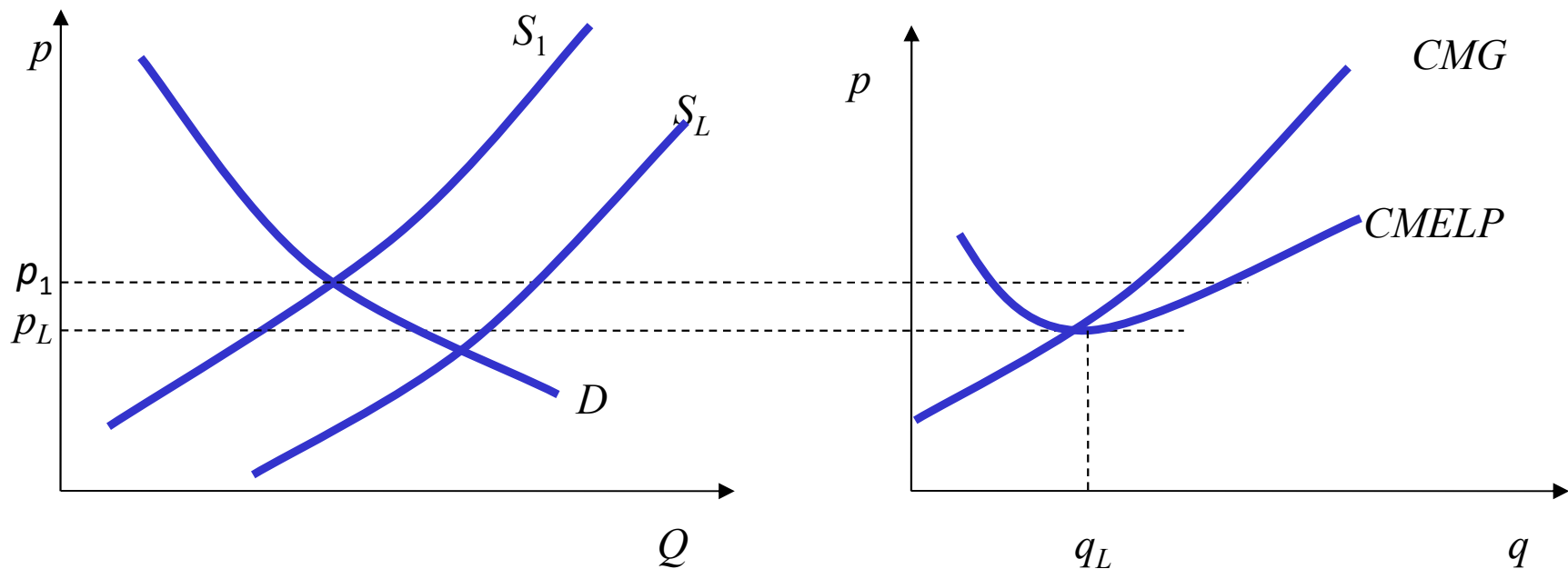
# Curva di offerta di breve periodo

Nel breve periodo la curva di offerta dell'impresa coincide con il tratto crescente della curva di costo marginale (nella parte in cui questo è superiore alla curva di costo variabile medio)



# L'equilibrio di lungo periodo

La presenza di extraprofitti incoraggia nuove imprese a entrare nell'industria e/o quelle esistenti a produrre di più → si determina uno spostamento della curva di offerta dell'industria che provoca una diminuzione del prezzo fino a che le imprese otterranno solo profitti normali



# Vantaggi della concorrenza perfetta

- Il prezzo è uguale al costo marginale
- Nel lungo periodo le imprese ottengono solo profitti normali → il prezzo è al livello minimo possibile
- Le imprese inefficienti saranno costrette a lasciare il mercato

# *Cosa succede quando sul mercato opera una sola impresa?*

Si ha monopolio quando nell'industria opera una sola impresa (anche se i confini di industria possono essere arbitrari).

Affinché un'impresa mantenga la propria posizione di monopolista ci devono essere barriere all'entrata sufficientemente elevate.

# Barriere all'entrata

Possono assumere forme diverse

- Economie di scala
- Economie di rete
- Economie di varietà
- Differenziazione del prodotto e fedeltà alla marca
- Costi inferiori per l'impresa già esistente

- Proprietà o controllo di importanti fattori di produzione oppure delle reti di vendita al dettaglio o all'ingrosso
  - Protezione legale
  - Fusioni e acquisizioni
  - Tattiche aggressive
- queste ultime si basano su una minaccia credibile di comportamento aggressivo da parte del monopolista

## Le caratteristiche del monopolio

- Il monopolio è una struttura di mercato caratterizzata da
  - unico venditore
  - esistenza di barriere insormontabili all'entrata
  - frammentazione della domanda
  - prodotto omogeneo e poco sostituibile
- è una struttura di mercato non molto diffusa
  - come nel caso della concorrenza perfetta serve come punto di riferimento

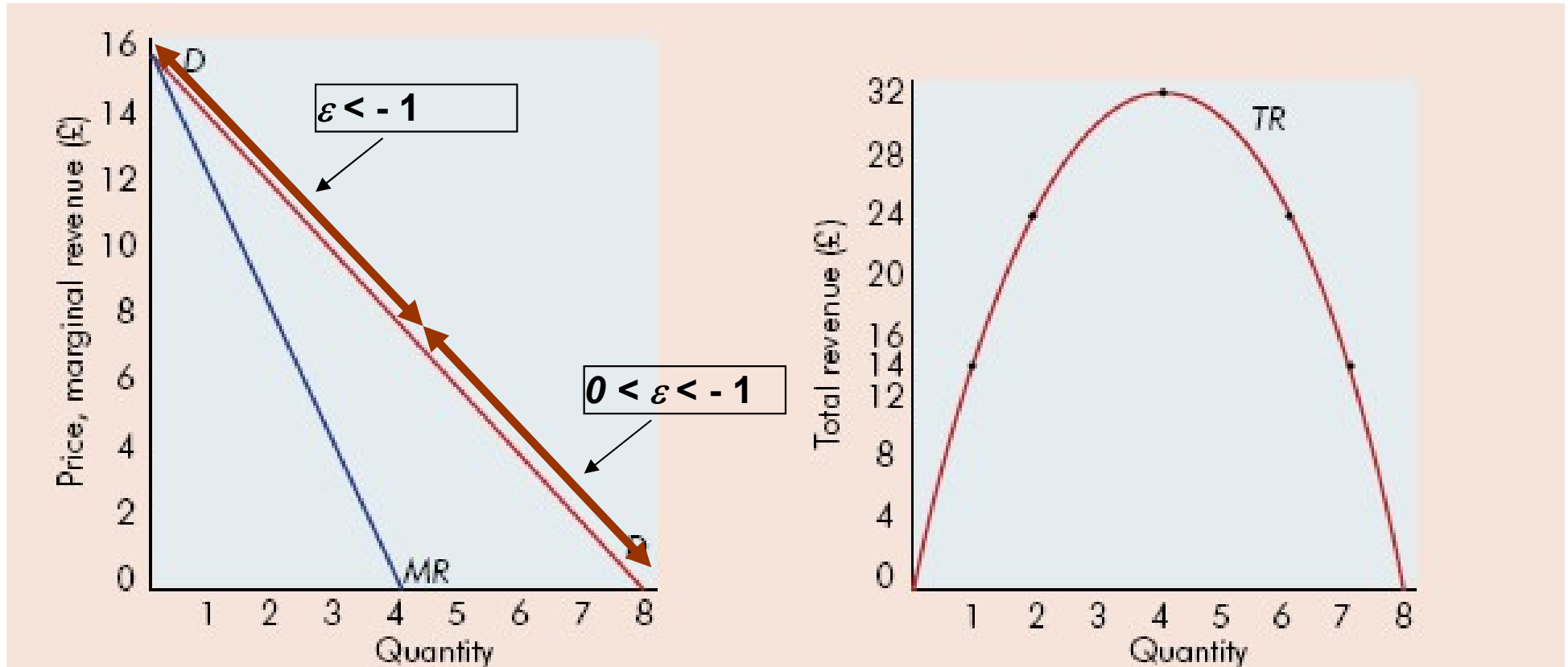
## Le caratteristiche del monopolio

- Il produttore è unico, la sua domanda è quindi quella dell'intero mercato
  - il monopolista è libero di scegliere il prezzo di vendita, ma una volta scelto il prezzo la curva di domanda di mercato individua la quantità vendibile
  - le scelte di quanto produrre e a quale prezzo sono collegate, la funzione di domanda individua il prezzo una volta decisa la quantità prodotta
- Poiché il prezzo dipende dalla quantità prodotta, il ricavo totale,  $P Q$ , non ha più un andamento lineare come nel caso della concorrenza perfetta

## Il ricavo totale

- al variare della quantità prodotta, il ricavo totale prima cresce e poi si riduce
- E' l'elasticità della domanda che determina la relazione tra ricavo e quantità prodotta
  - nel tratto elastico della curva di domanda una riduzione del prezzo provoca un incremento della quantità domandata più che proporzionale e quindi il ricavo aumenta
  - nel tratto inelastico della curva di domanda una riduzione del prezzo provoca un incremento della quantità domandata meno che proporzionale e quindi il ricavo si riduce

# Il ricavo totale



## Il ricavo marginale

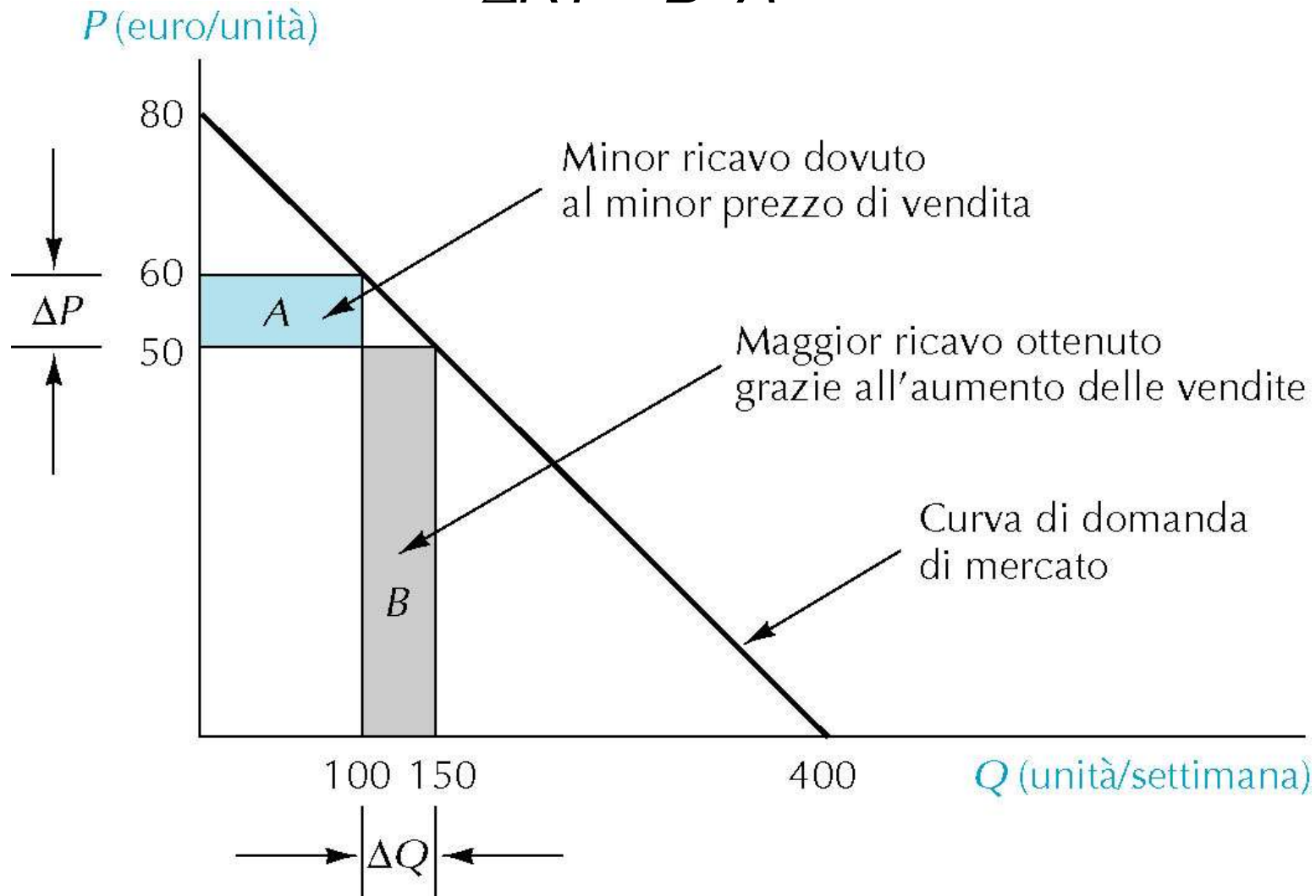
- Il ricavo marginale è l'inclinazione della curva di ricavo totale
  - il ricavo marginale è quindi inizialmente positivo
  - si annulla in corrispondenza dell'elasticità unitaria
  - diventa negativo quando l'elasticità è inferiore a uno in valore assoluto
  - per la prima unità prodotta il ricavo marginale è pari al prezzo di vendita della prima unità
  - per le unità successive alla prima il ricavo marginale è sempre inferiore al prezzo

## Il ricavo marginale

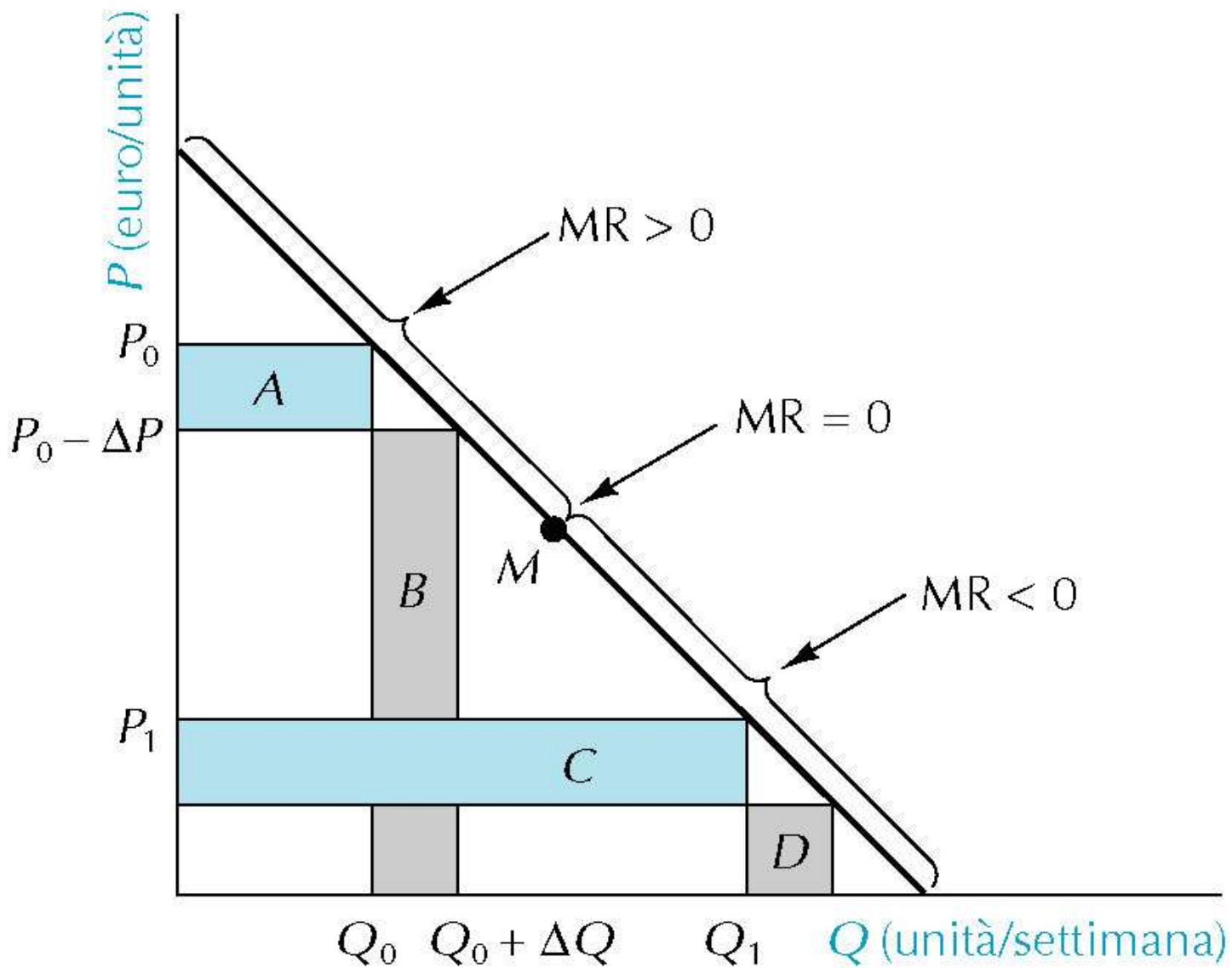
- Se il monopolista vende unità aggiuntive, il ricavo totale riceve una variazione
  - positiva per le vendite aggiuntive,  $P_1 \cdot \Delta Q$
  - negativa, perché per vendere le unità addizionali il prezzo delle unità già vendute deve essere ridotto  $Q_0 \cdot \Delta P$
- Quindi il ricavo marginale
  - è sempre inferiore a  $P$  tranne quando  $Q$  è nullo

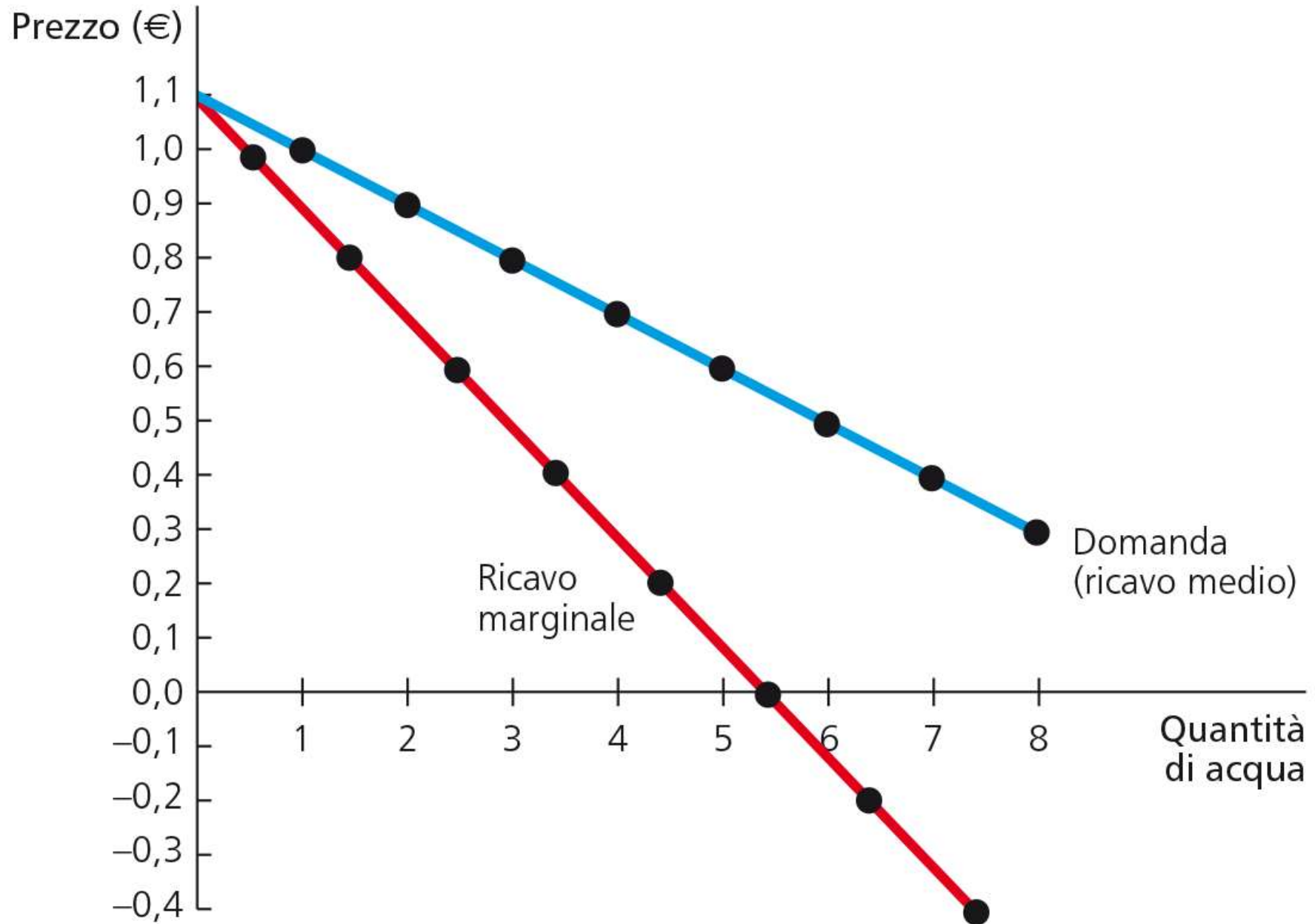
# Il ricavo marginale

$$\Delta RT = B - A$$



# Il ricavo marginale



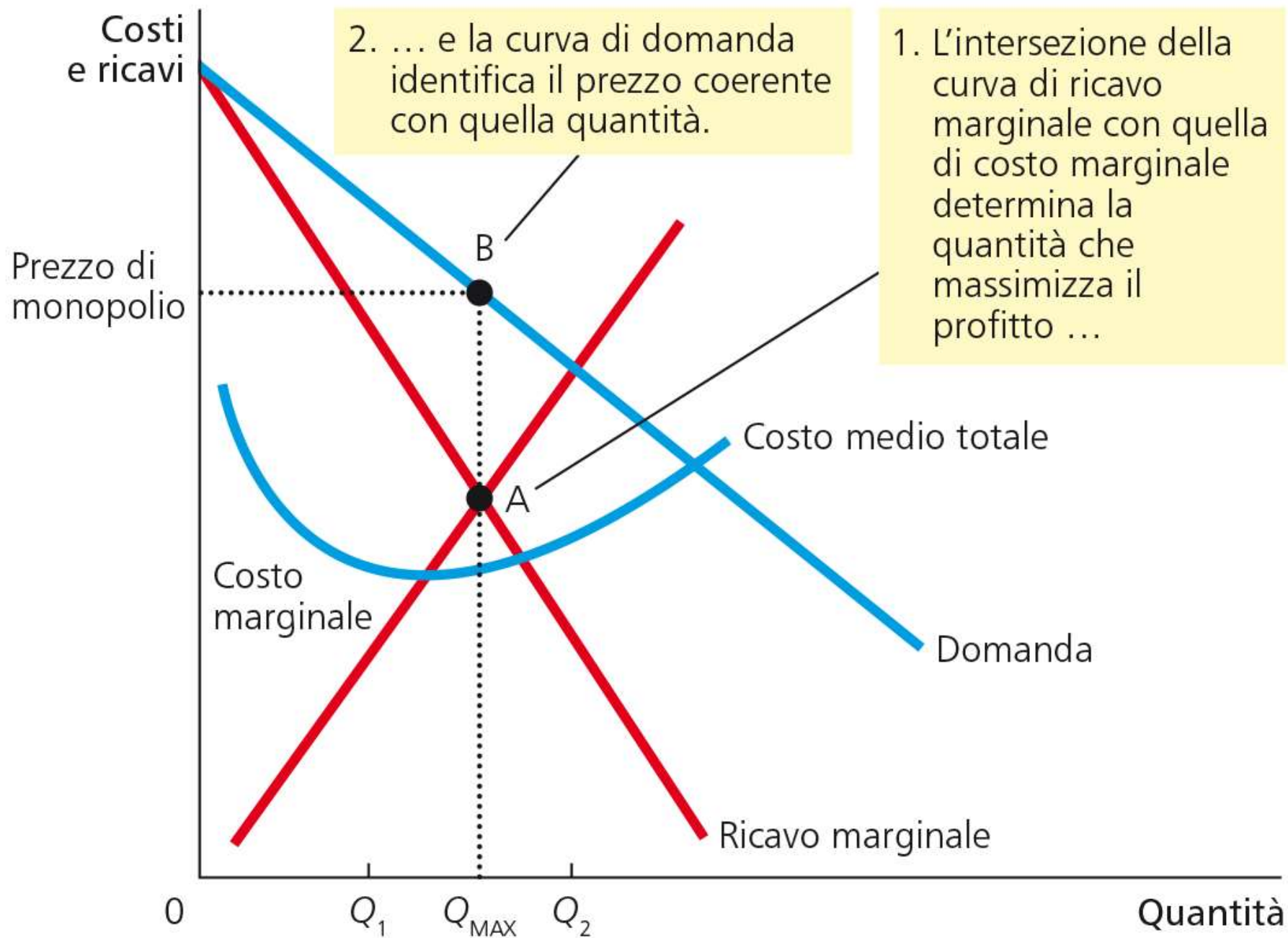


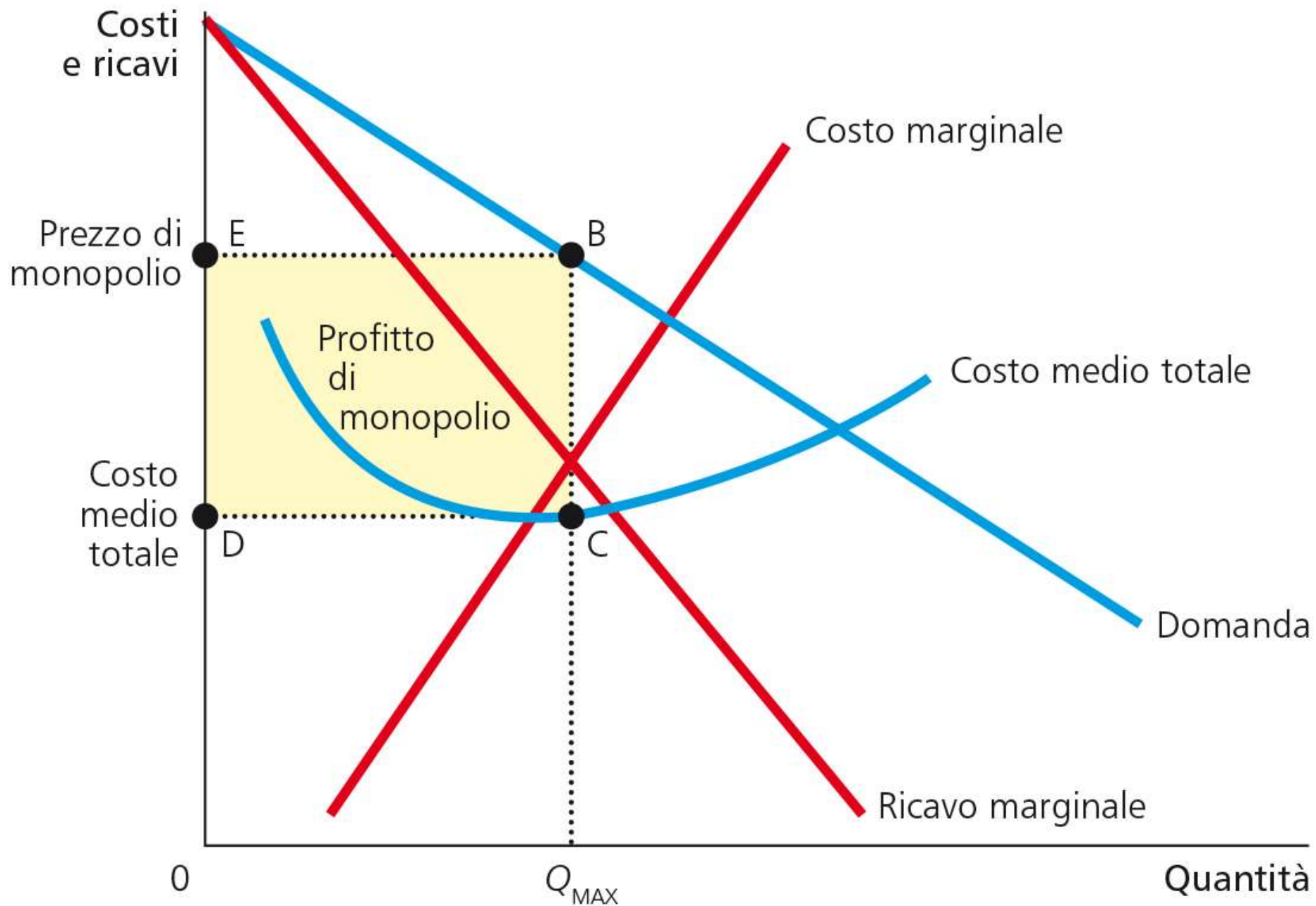
## Il ricavo marginale

- Il monopolista non ridurrà mai il prezzo oltre il punto in cui il ricavo marginale diventa negativo
  - il monopolista opera unicamente nel tratto elastico della curva di domanda

## La massimizzazione del profitto

- Condizione di ottimo per il monopolista  
**costo marginale = ricavo marginale**
  - in concorrenza perfetta la condizione di ottimo è un caso particolare perché
  - **$rmg = P = cmg$**





## La massimizzazione del profitto

- Come in concorrenza perfetta, l'uguaglianza tra costo marginale e ricavo marginale non garantisce la massimizzazione del profitto
  - è una condizione necessaria ma non sufficiente
  - nel punto in cui  $CMG = RMG$  potrebbe essere minimizzata la perdita e non massimizzato il profitto
- Il monopolista deve anche verificare che
  - nel breve periodo il prezzo sia superiore al costo medio variabile  $P > CMEV$
  - nel lungo periodo il prezzo sia superiore al costo medio totale  $P > CMET$
  - in caso contrario la produzione viene cessata

## La massimizzazione del profitto

- Il monopolista può godere di profitti economici positivi, cioè di extraprofitti, anche nel lungo periodo
  - non esiste alcun meccanismo che garantisce l'annullamento dei profitti come in concorrenza perfetta

## L'inesistenza della curva di offerta

- In monopolio non esiste una curva di offerta come in concorrenza perfetta
  - non è possibile trovare una relazione tra prezzo e quantità offerta
  - la quantità offerta dipende dalla curva di domanda e dalla sua elasticità
  - un aumento della quantità domandata provoca un aumento della produzione ma non necessariamente del prezzo

## Il potere monopolistico

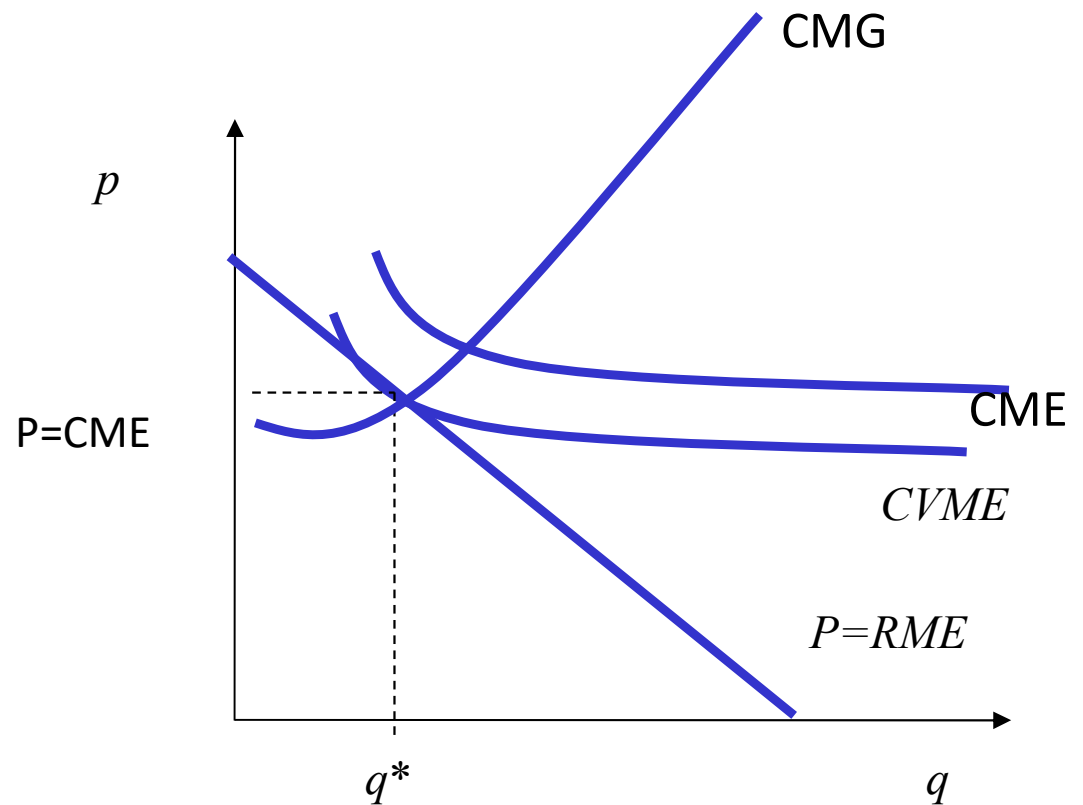
- In monopolio il prezzo è sempre superiore al costo marginale, e di regola anche al costo medio
  - lo scostamento tra costo marginale e prezzo è un indicatore di potere monopolistico

tanto meno elastica è la domanda nel punto di equilibrio, tanto maggiore è il potere monopolistico

# Il punto di chiusura

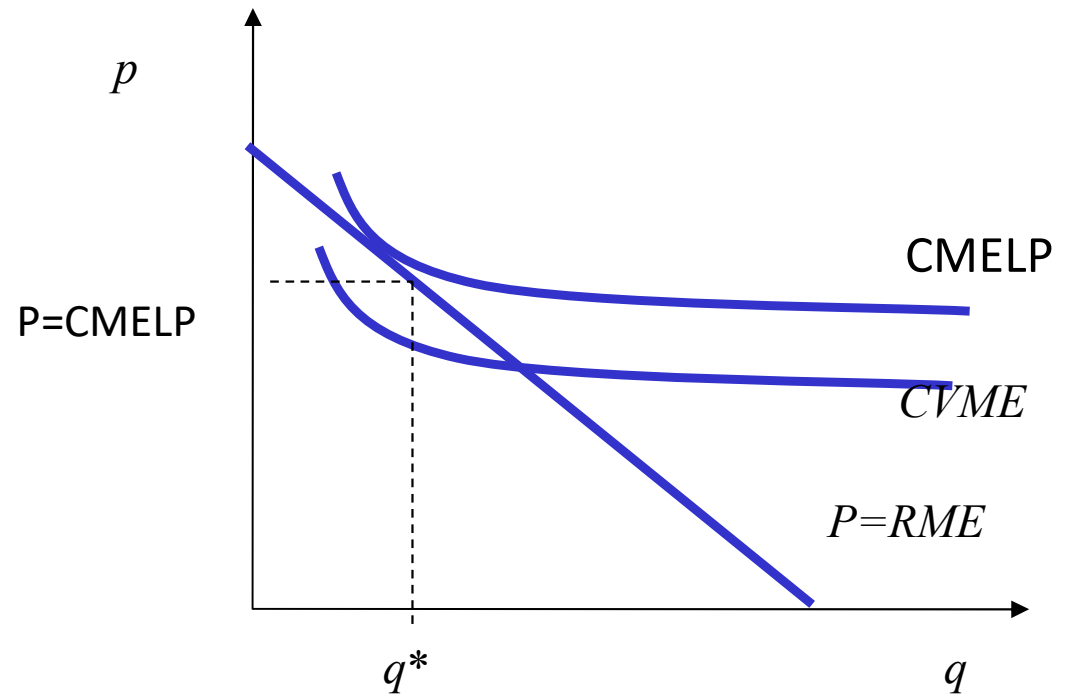
Nel breve periodo poiché i CFME sono irrecuperabili, l'impresa continuerà a produrre finché potrà coprire i CVME altrimenti dovrà chiudere.

*Nel lungo periodo poiché tutti i costi sono variabili il punto di chiusura si troverà dove la curva dei CMELP è tangente alla curva RME.*



# Il punto di chiusura

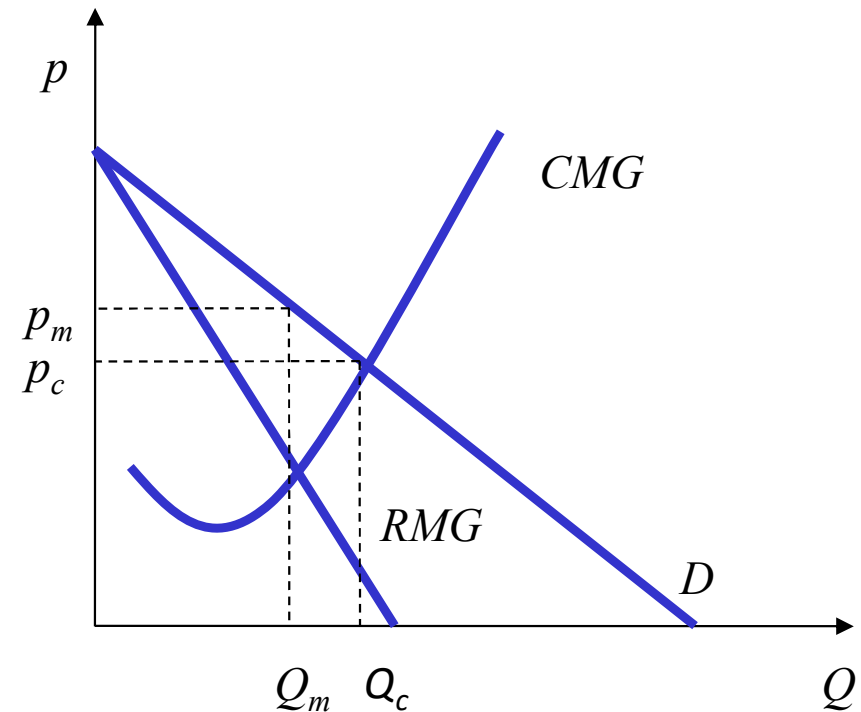
*Nel lungo periodo poiché tutti i costi sono variabili il punto di chiusura si troverà dove la curva dei CMELP è tangente alla curva RME*



# Un confronto tra concorrenza e monopolio

Confronto tra equilibrio in un'industria monopolista e in una perfettamente concorrenziale (assumendo che abbiano le stesse configurazioni di costo)

1. nel breve periodo in concorrenza perfetta si produce un bene in quantità maggiore e a un prezzo inferiore
2. nel lungo periodo in concorrenza perfetta i prezzi sono al livello minimo possibile



# Un confronto tra concorrenza e monopolio

È probabile che le configurazioni di costo in concorrenza perfetta e in monopolio non siano uguali

- I costi in monopolio possono essere superiori per via della protezione derivante dalle barriere all'entrata che non incentiva all'efficienza
- I costi potrebbero essere superiori in concorrenza perfetta se il monopolista fosse in grado di sfruttare le economie di scala

## La perdita di benessere sociale in monopolio

- In un mercato in concorrenza perfetta viene raggiunta la condizione di efficienza paretiana e cioè:
- non è possibile accrescere il benessere di alcuno dei soggetti coinvolti, se non riducendo il benessere di qualcun altro di loro.
  - si realizzano tutti gli scambi vantaggiosi
  - il valore dell'ultima unità prodotta è esattamente pari al suo costo marginale e anche al suo costo opportunità sociale
  - per tutte le unità prodotte precedenti il beneficio per i consumatori è maggiore del costo per i produttori
  - non è possibile aumentare il benessere di qualcuno senza danneggiare qualche altro producendo di più o di meno
- In un mercato monopolistico tale condizione non viene raggiunta.

## La perdita di benessere sociale in monopolio

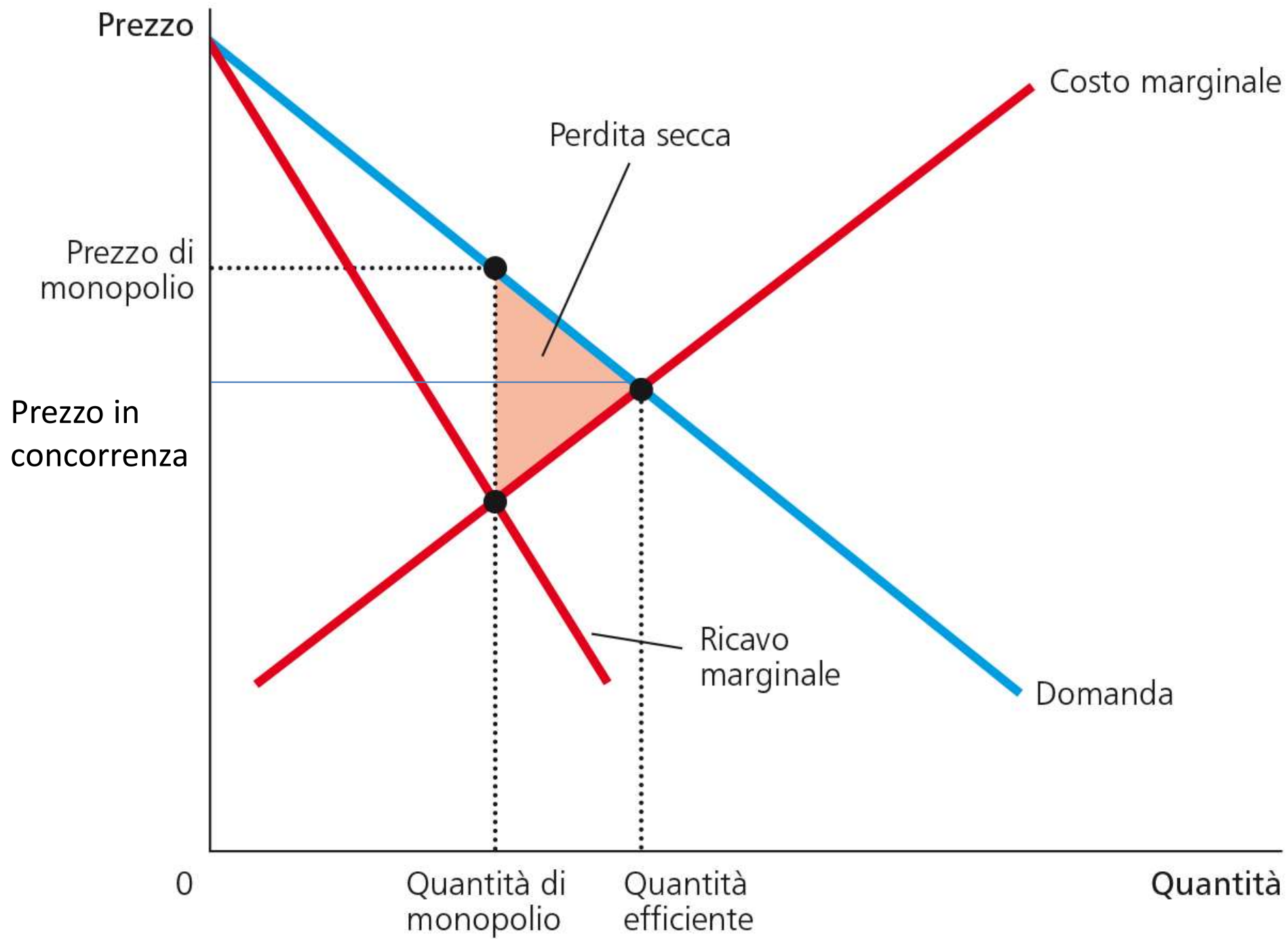
- La perdita di benessere può essere misurata tramite i surplus del consumatore e del produttore
  - il monopolio riduce il surplus del consumatore, perché aumenta il prezzo e contrae la produzione

## La perdita di benessere sociale in monopolio

- Il minor surplus del consumatore in monopolio è suddiviso in due parti
  - il profitto del monopolista
  - la perdita secca di surplus
- Il profitto del monopolista non può essere considerato una perdita di benessere sociale
  - si tratta di un trasferimento di benessere dai consumatori al monopolista
- La perdita netta di benessere è rappresentata dal triangolo ABC
  - misura il costo sociale del monopolio

## La perdita di benessere sociale in monopolio

- Se il monopolista producesse una quantità maggiore di  $Q_{Monopolio}$  ad un prezzo inferiore a  $P_{Monopolio}$ , aumenterebbe il benessere sociale, ma trasformerebbe anche il suo profitto in surplus dei consumatori
  - l'efficienza del mercato monopolistico è impedita dal conflitto distributivo



## La discriminazione di prezzo

- Finora si è ipotizzato che il monopolista venda tutta la produzione ad un unico prezzo, ovvero che non avvenga la discriminazione di prezzo
  - la discriminazione di prezzo è possibile quando il monopolista riesce a identificare acquirenti disposti a pagare prezzi diversi
- Se la discriminazione di prezzo è possibile, i prezzi sono aumentati per i consumatori con elasticità minore e diminuiti per gli altri

# La discriminazione del prezzo

La **discriminazione del prezzo (ddp)** è la pratica economica di vendere lo stesso bene a consumatori differenti a prezzi diversi.

La **ddp** è impossibile in mercati concorrenziali. Solo imprese con **potere di mercato** possono realizzarla.

Con la **ddp** il monopolista aumenta il suo **profitto**. La **ddp** gli consente di non rinunciare a quei consumatori che non sarebbero disposti ad acquistare a un prezzo più elevato.

La **ddp** accresce il **benessere economico** (come maggior surplus per il produttore).

La **ddp** è **perfetta** se il monopolista conosce esattamente la disponibilità a pagare di ogni **singolo** consumatore. Nella pratica il monopolista divide il mercato in **segmenti** e discrimina tra questi.

## Esempi di ddp

- aree geografiche;
- edizioni di lusso/popolari;
- alta/bassa stagione; orari di punta/non di punta
- biglietti ridotti per particolari categorie
- offerta di buoni sconto/carte fedeltà
- prezzo pieno/saldi di fine stagione
- sconti sulla quantità

L'**arbitraggio** (acquistare a basso prezzo in un mercato per rivendere a prezzo più elevato in un altro mercato) impedisce la **ddp**.