

Capitolo 10

Struttura di mercato e concorrenza imperfetta (concorrenza monopolistica e oligopolio)

Trasparenti proiettati a lezione e tratti, con modifiche e integrazioni, da:
David Begg, Stanley Fischer e Rudiger Dornbusch, *Economia*, cap.10
McGraw-Hill, 2001

La maggior parte dei mercati opera in una situazione intermedia tra concorrenza e monopolio

- Un'impresa che opera in un mercato imperfettamente concorrenziale
 - si trova a fronteggiare una curva di domanda del proprio prodotto inclinata negativamente
 - e sa che la quantità che potrà vendere dipende dal prezzo che decide di fissare

Strutture di mercato di concorrenza imperfetta

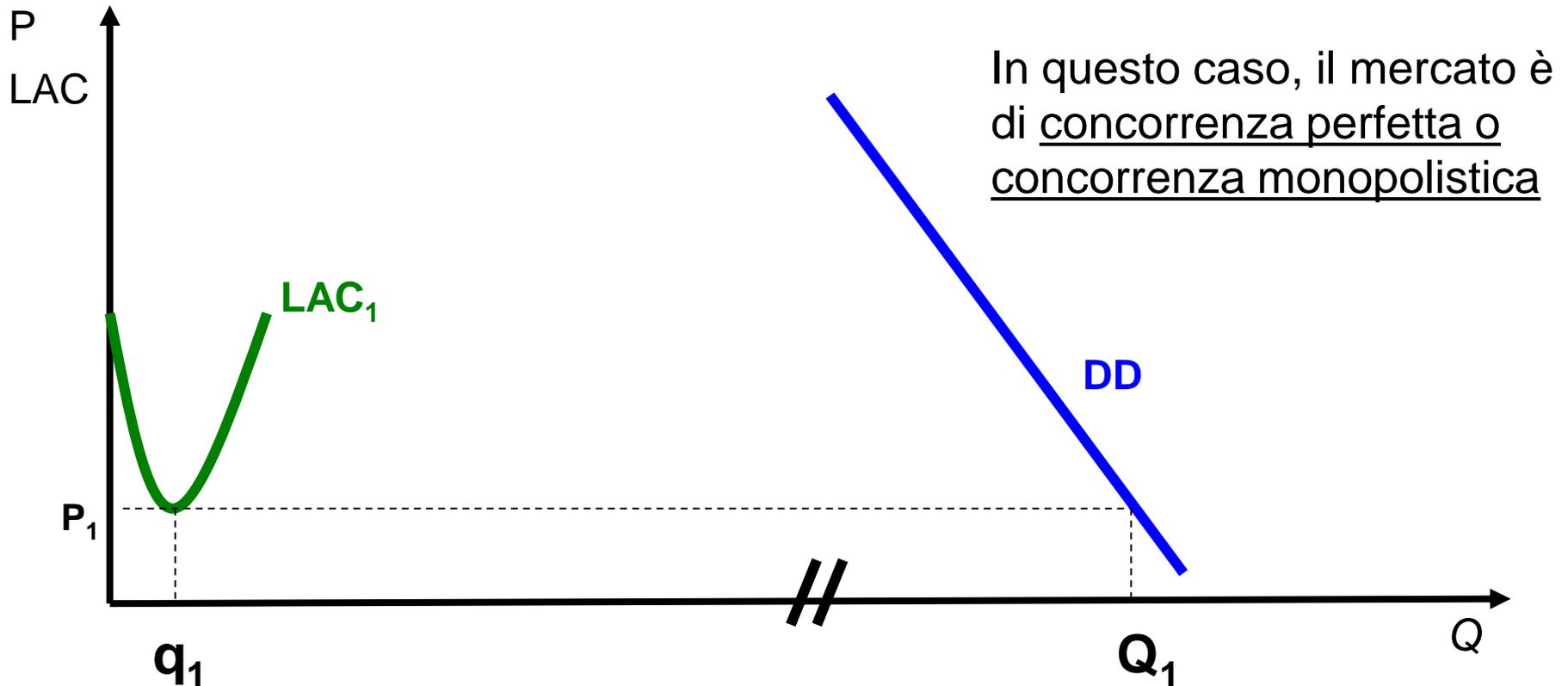
- Oligopolio
 - poche imprese
 - ciascuna delle quali si rende conto che esiste una forte interdipendenza
- Concorrenza monopolistica
 - molte imprese che offrono prodotti che sono stretti sostituti l'uno dell'altro
 - ogni impresa ha un limitato grado di potere decisionale sul prezzo.

Le strutture di mercato

	Numerosità mprese	Possibilità di scegliere il prezzo	Barriere all'entrata	Esempi
CONCORRENZA PERFETTA	Molte	Nessuna	Nessuna	Frutta
CONCORRENZA IMPERFETTA				
Concorrenza monopolistica	Molte	Poca	Modeste	Panetterie
Oligopolio	Poche	Elevata	Rilevanti	Automobili
MONOPOLIO	Una	Massima	Assoluta	Ferrovie

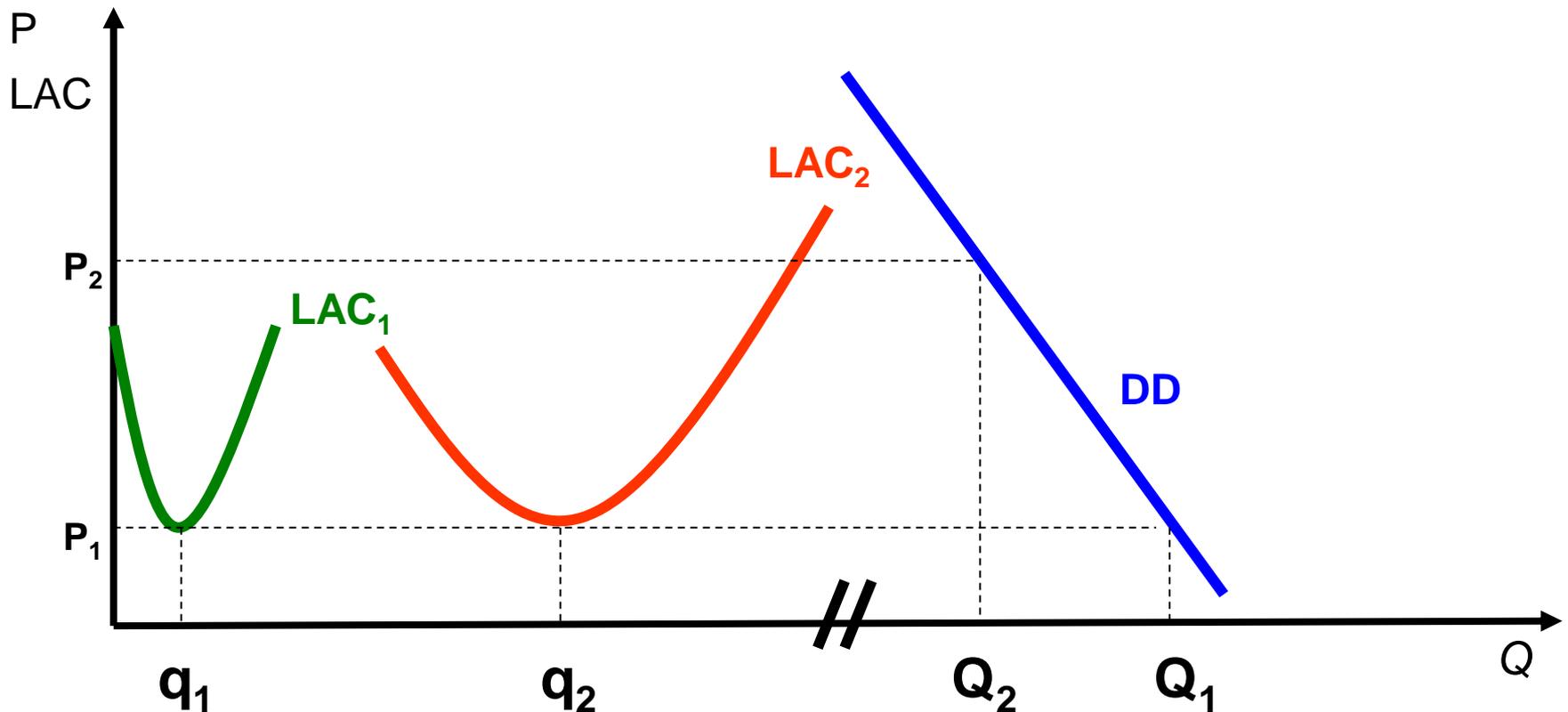
Scala minima efficiente e la domanda di mercato (1)

- Se la curva dei costi è LAC_1 la scala minima efficiente (SE) è q_1
- la produzione complessiva di settore sarà Q_1 e il prezzo P_1
- Essendo SE piccola rispetto alla dimensione della domanda
 - la numerosità delle imprese sarà elevata
 - l'influenza delle imprese sul prezzo sarà bassa



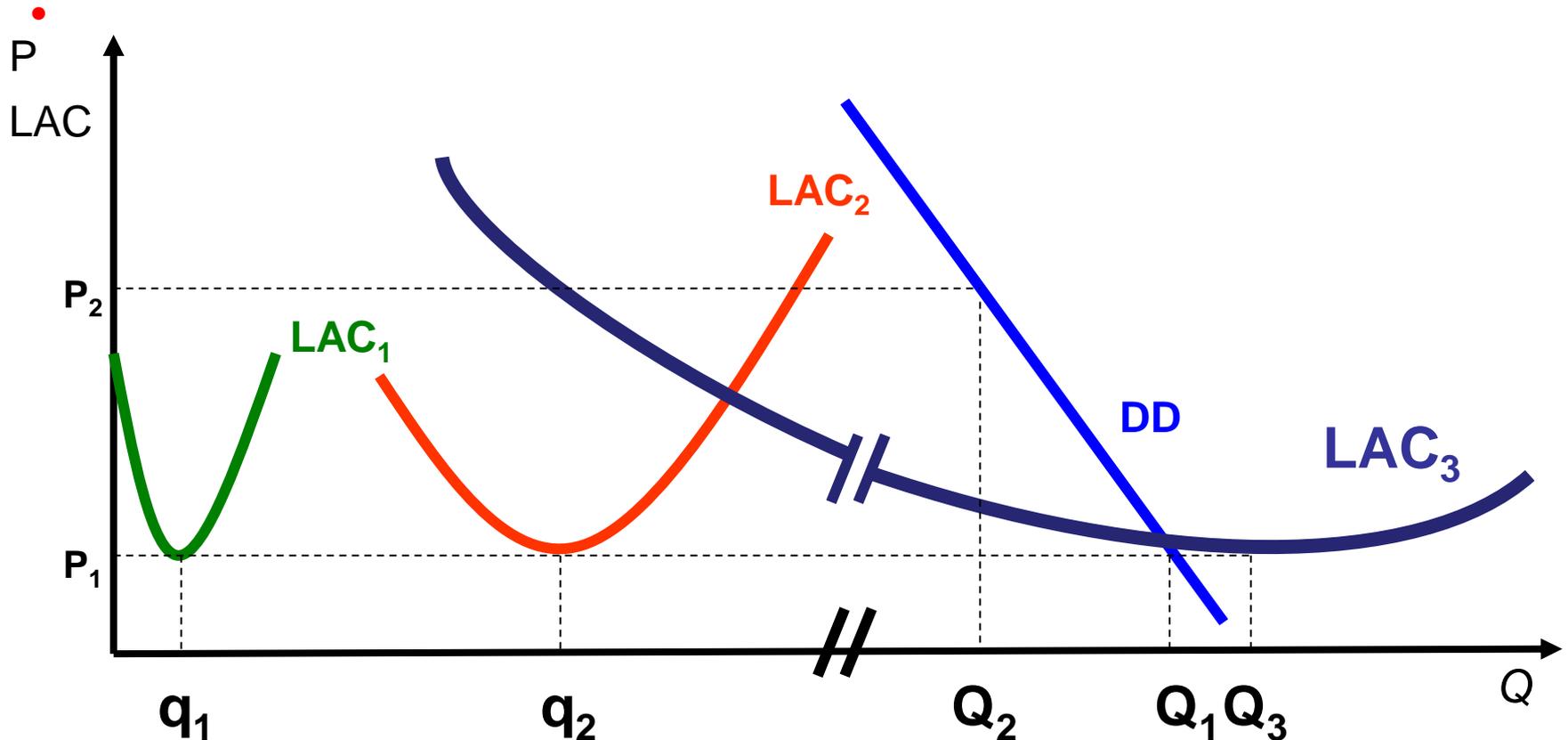
Scala minima efficiente e la domanda di mercato (2)

- Se la curva è LAC_2 la scala minima efficiente è maggiore: q_2
- Se le imprese sono solo due ed uguali ($q_2 * 2 = Q_2$) il prezzo potrebbe essere P_2 (con profitti positivi)
- Poche imprese efficienti, P elevato: è la situazione di oligopolio
- Per via delle diseconomie di scala, nessuna impresa va oltre q_2



Scala minima efficiente e la domanda di mercato (3)

- Se la curva dei costi è LAC_3 , la scala minima efficiente è Q_3
- Una sola grande impresa è sufficiente a soddisfare la domanda
- Il mercato è un monopolio naturale
- L'impresa che arriva prima a tale scala, diviene monopolista



Concorrenza monopolistica: caratteristiche

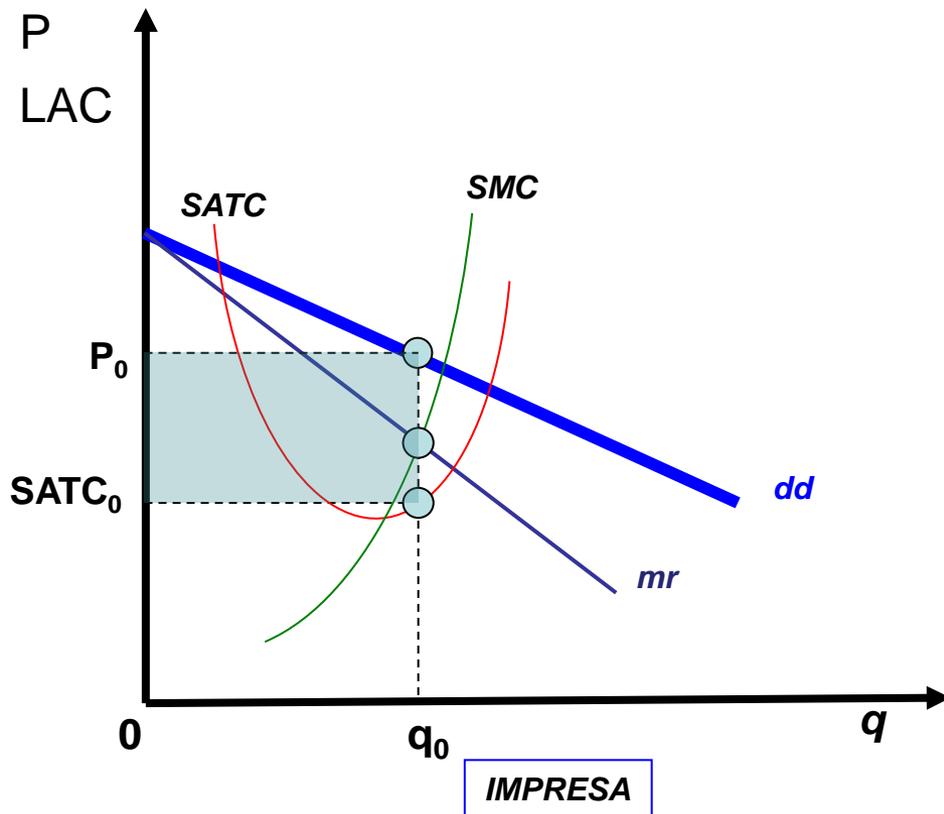
- molte imprese
- modeste barriere all'entrata
- differenziazione del prodotto
 - Localizzazione
 - Qualità
 - Design
 - Pubblicità
 - Servizi post-vendita
- l'impresa fronteggia un curva di domanda inclinata negativamente
- Può scegliere il prezzo senza uscire necessariamente dal mercato

Equilibrio di tangenza in concorrenza monopolistica

- In un mercato di concorrenza monopolistica l'equilibrio di lungo periodo si verifica quando la curva di domanda dell'impresa rappresentativa del settore è tangente alla curva di costo medio (LAC) in corrispondenza di un volume di produzione q_1 che soddisfa le condizioni marginalistiche di max profitto
- In tale situazione,
 - ogni impresa è in pareggio
 - non vi sono incentivi all'entrata e all'uscita

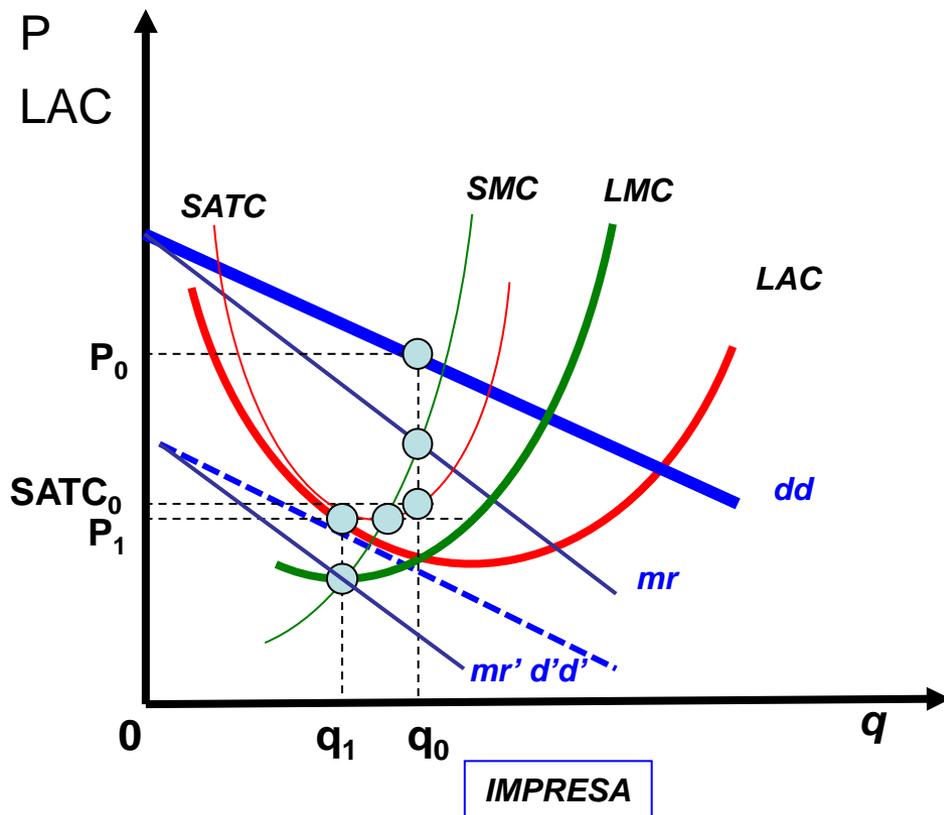
Equilibrio in concorrenza monopolistica (1)

- Nel BP l'impresa produce q_0 al prezzo P_0 realizzando extra-profitti (in azzurro)



Equilibrio in concorrenza monopolistica (2)

- Nel LP l'extra-profitto attira nuovi entranti, che riducono la quota di mercato dell'impresa e spostano la domanda in basso ($d'd'$)
- L'impresa produce q_1 al prezzo $P_1 = LAC_1 = SATC_1$ per cui opera in pareggio (profitto normale)
- L'ingresso di nuove imprese si arresta



Oligopolio

- Mercato con pochi produttori
- È una struttura “indeterminata”: l’impresa non sa come il mercato reagirà alle proprie decisioni
 - c’è consapevolezza che le azioni di ogni concorrente (per es. la scelta del prezzo) hanno effetto su tutti gli altri
- Un oligopolio è solitamente caratterizzato da un conflitto tra collusione e competizione tra imprese
 - Tra oligopolisti ci sarebbe convenienza a comportarsi come monopolisti (aumentare il prezzo e diminuire la quantità, per avere più extra-profitti
 - Ma ci sono anche incentivi che impediscono la collusione

Collusione e cartelli

- COLLUSIONE
 - accordo implicito o esplicito tra le imprese per evitare o limitare la concorrenza reciproca
- CARTELLO
 - accordo formale tra le imprese finalizzato a evitare o limitare la concorrenza
 - Quando funziona perfettamente è come se il mercato fosse servito da un monopolista (che massimizza gli extra-profitti)
 - esempio: OPEC
- NORMATIVA ANTI-TRUST
 - Proibisce e persegue gli accordi espliciti tra imprese, ai danni dei consumatori

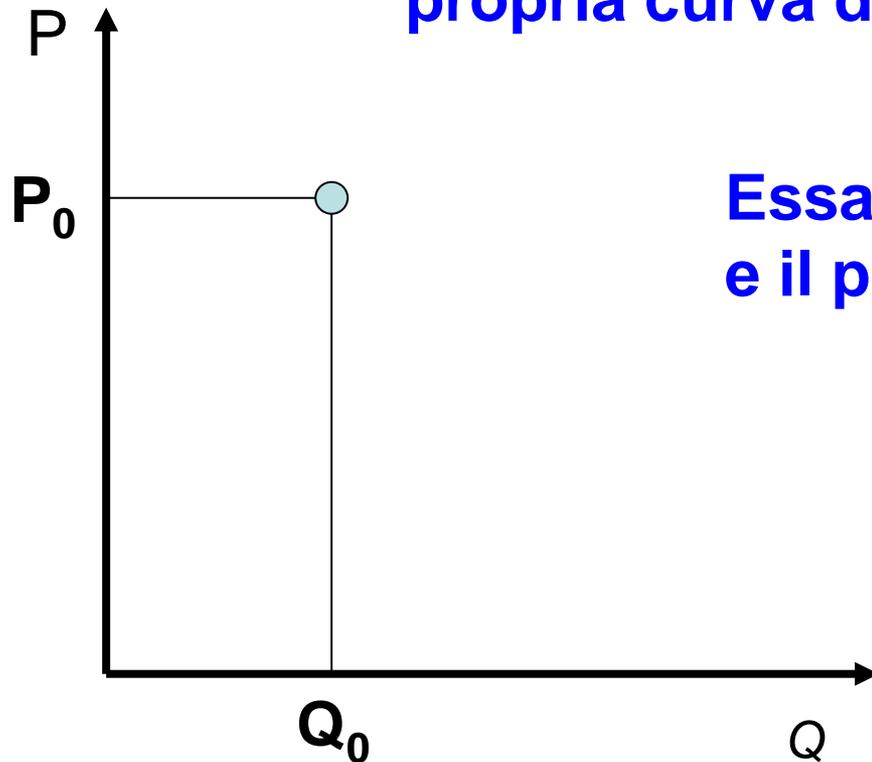
La collusione è più difficile man mano che ci si avvicina alla struttura concorrenziale e cioè quando

- Esistono molte imprese nel settore
- Il prodotto non è omogeneo
- La domanda e le condizioni di costo cambiano rapidamente
- Non vi sono barriere all'entrata
- Le imprese hanno capacità in eccesso

La curva di domanda ad angolo dell'impresa oligopolistica

La curva di domanda ad angolo (1)

Esaminiamo come un'impresa percepisce la propria curva di domanda in un oligopolio

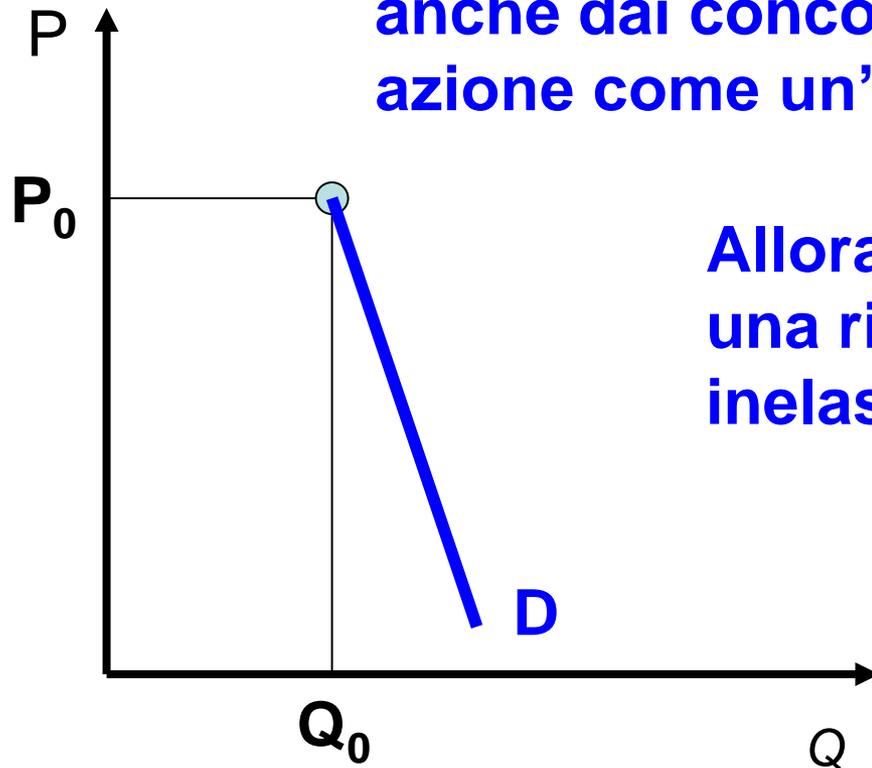


Essa osserva il proprio prezzo P_0
e il proprio livello di output Q_0 ,

ma deve prevedere quale
sarà la reazione dei
concorrenti a qualsiasi
variazione del prezzo

La curva di domanda ad angolo (2)

L'impresa oligopolistica si aspetta che una propria riduzione del prezzo sarà imitata anche dai concorrenti, che interpretano questa azione come un'azione aggressiva



Allora, la domanda, a seguito di una riduzione del prezzo, sarà inelastica

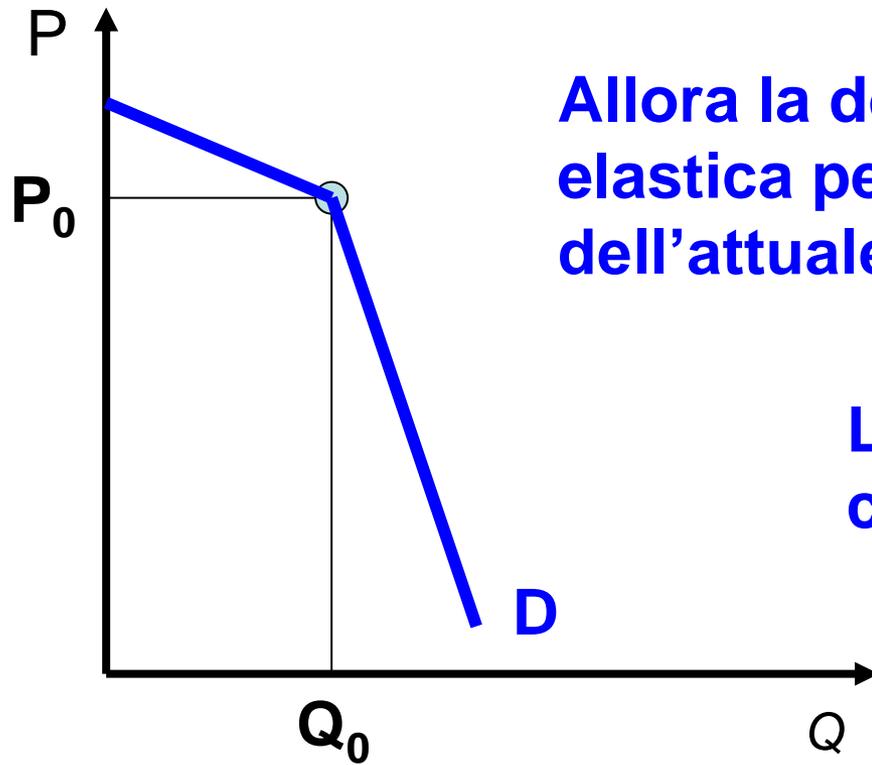
La curva di domanda sarà ripida per prezzi inferiori all'attuale P_0

La curva di domanda ad angolo (3)

L'impresa si aspetta invece che i concorrenti non reagiranno a eventuali aumenti del prezzo

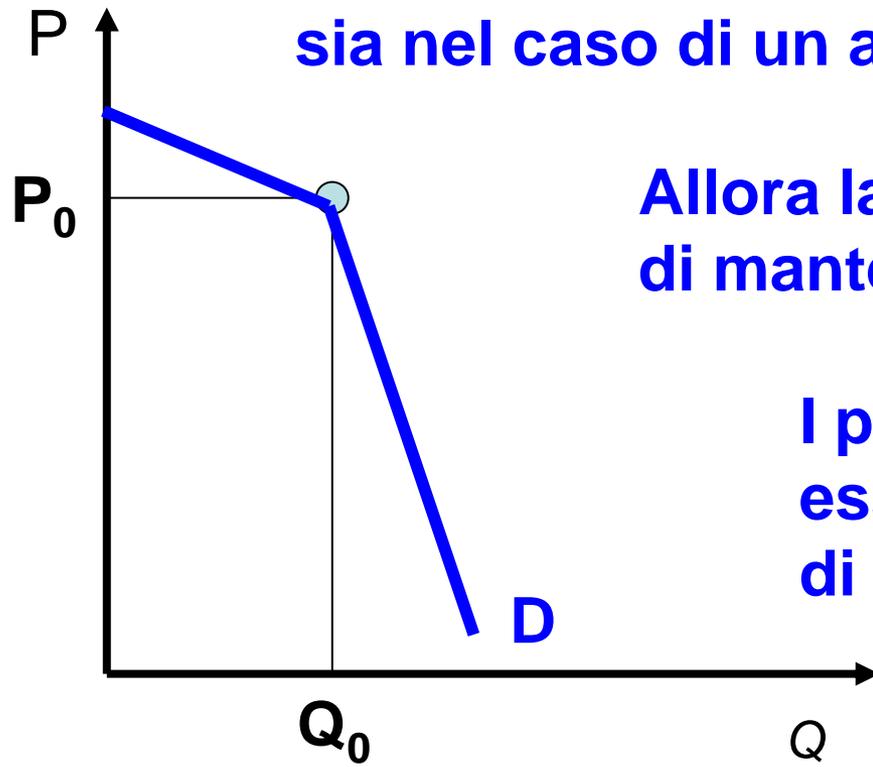
Allora la domanda sarà relativamente elastica per prezzi sopra al di sopra dell'attuale P_0

L'impresa ipotizza di avere una curva di domanda ad angolo



La curva di domanda ad angolo (4)

Date queste ipotesi l'impresa prevede che i propri ricavi si ridurranno sia nel caso di una riduzione, sia nel caso di un aumento del prezzo



Allora la miglior strategia sarà quella di mantenere il prezzo a P_0 .

I prezzi tenderanno allora a essere stabili, anche in presenza di variazioni dei costi marginali

La teoria dei giochi: alcune parole chiave

- **Gioco**
 - situazione nella quale agenti interdipendenti devono compiere scelte intelligenti
- **Strategia**
 - linea di comportamento che l'agente seguirà, in ogni situazione prevedibile
- **Strategia dominante**
 - la migliore strategia possibile, indipendentemente dalle scelte degli altri agenti

Un esempio di gioco: il “*dilemma del prigioniero*”

In una prigione vi sono (separati) due complici di un reato.
Ognuno può scegliere se confessare o meno

MATRICE DEI PAGAMENTI

PRIGION. B

confessa

non confessa

**PRIGION.
A**

confessa

non confessa

10 anni 10 anni	0 anni 20 anni
20 anni 0 anni	2 anni 2 anni

Dominante, ma
svantaggioso

Applicazione de “*il dilemma del prigioniero*” all’oligopolio: collusione o competizione?

In un settore vi sono solo due imprese. Ognuna può scegliere se aumentare o ridurre la propria produzione

MATRICE DEI PAGAMENTI

		Impresa B	
		Aumentare la produzione	Ridurre la produzione
Impresa A	Aumentare la produzione	1 1	3 0
	Ridurre la produzione	0 3	2 2

Dominante, ma svantaggioso

Il dilemma tra collusione e competizione

- nell'oligopolio c'è un dilemma tra competizione e collusione
- ognuna delle imprese ha come strategia dominante l'aumento della produzione
- così ognuna otterrebbe un profitto pari a 1
- ma entrambe avrebbero profitti maggiori riducendo la quantità prodotta
 - sempre che ognuna sia certa che anche l'altra riduca la quantità prodotta.
- una collusione porterebbe a un mutuo beneficio (2)
- ma successivamente vi sarebbe l'incentivo, per ognuna delle due imprese, a violare l'accordo

Ancora sulla collusione

- L'incentivo a violare l'accordo può essere "controllato" attraverso un
 - Impegno irrevocabile: azione volontaria, attuata da un agente, che ne restringe le scelte future
- Minaccia credibile
 - minaccia che, dopo la realizzazione di un certo evento, risulta essere la scelta ottima o obbligata

I mercati contendibili

- Un mercato contendibile è caratterizzato da una libera entrata e una libera uscita
 - non esistono costi irrecuperabili (*sunk costs*)
 - è possibile una veloce entrata e uscita anche per poco tempo (*hit-and-run*)
- Un mercato contendibile può impedire alle imprese esistenti lo sfruttamento del proprio potere di mercato

Barriere strategiche all'entrata

- Alcune barriere all'entrata sono strategicamente create dalle imprese esistenti:
 - minaccia di prezzi predatori
 - capacità in eccesso
 - pubblicità, ricerca e sviluppo
 - proliferazione di prodotti
- Azioni che obbligano i potenziali entranti a costi irrecuperabili.