

MONOPOLIO

- Il monopolio è una situazione in cui un'impresa ha la possibilità di **stabilire** il prezzo di vendita e non lo **“subisce”** come accade invece in concorrenza

Monopolio e concorrenza: alcuni accenni introduttivi

- In concorrenza le imprese producono una quantità tale per cui il prezzo è uguale al costo marginale
- Inoltre la quantità prodotta è quella che massimizza il surplus totale
- In monopolio questo non accade: il prezzo è superiore al costo marginale e si ha una perdita di surplus

- Di seguito studieremo in che modo il monopolista decide quantità e prezzo e cosa questo implichi in termini di profitto e surplus complessivo rispetto alla concorrenza
- Vedremo che il monopolio è uno di quei casi di fallimento di mercato in cui l'intervento regolatore di un soggetto esterno è desiderabile anche nella sola logica dell'efficienza
- Prima tuttavia vediamo meglio cosa si intende per monopolio e come nascono e perché esistono i monopoli

Cosa è e come nasce un monopolio

- **Un'impresa è un monopolista quando è l'unico venditore di un bene per il quale non esistono buoni sostituti.**
- I monopoli si instaurano in genere a causa di ***barriere all'entrata*** che impediscono ad altre imprese di entrare in competizione con il monopolista

Barriere all'entrata

- Le barriere all'entrata vengono generate principalmente da tre ordini di cause:
 1. una risorsa chiave è detenuta da un'unica impresa
 2. lo Stato concede a un'unica impresa il diritto esclusivo di produrre un bene
 3. la struttura dei costi di produzione rende la singola impresa più efficiente di una molteplicità di produttori

Monopolio delle risorse

- Non sono molti gli esempi di imprese che sono monopoliste in quanto hanno un accesso esclusivo ad alcune risorse
- Ciò in quanto in generale i mercati hanno oggi spesso dimensioni mondiali, i beni sono commercializzati a livello internazionale e le risorse sono di proprietà di numerosi attori
- Un esempio interessante che fa riflettere su alcune logiche di mercato è quello dei diamanti della DeBeers

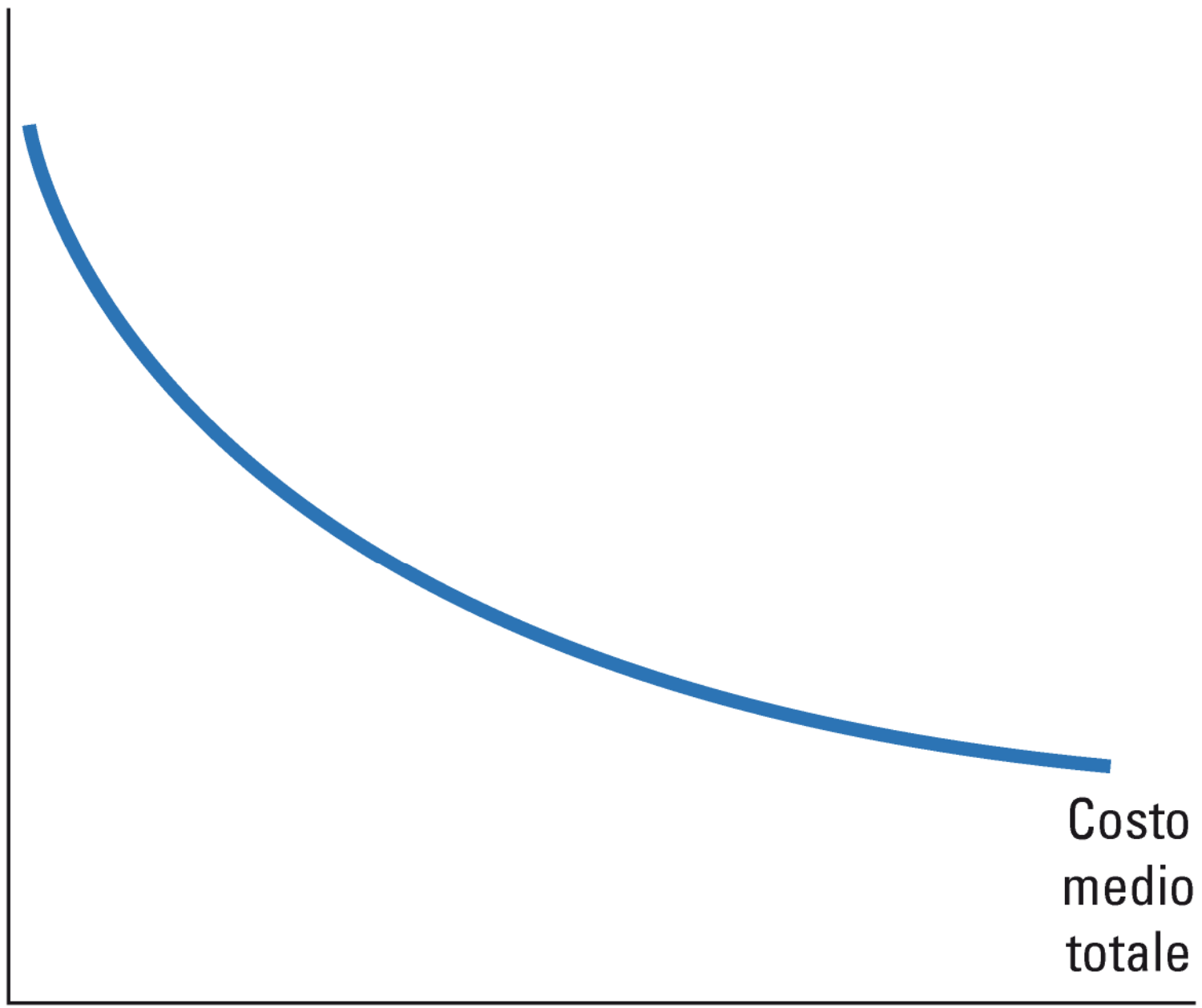
I monopoli di Stato

- Un esempio di come lo Stato costituisca monopoli è attraverso i brevetti
- Se un'impresa farmaceutica crea un nuovo farmaco lo può brevettare e per la durata del brevetto nessun altro può produrlo.
- Questo ovviamente crea potere di mercato e conseguentemente da l'opportunità di imporre un prezzo più elevato di quello che si avrebbe in assenza di brevetto
- Perché allora i brevetti?
- Il beneficio del brevetto è che offrendo l'opportunità di profitti positivi incentiva la ricerca e le nuove scoperte

Monopolio naturale

- Un settore è un monopolio naturale se una singola impresa operante nel settore (mercato) può fornire il bene o il servizio a costi inferiori di quelli che avrebbe ciascuna impresa se il mercato fosse popolato da una molteplicità di imprese
- Il monopolio naturale si crea quindi quando si hanno economie di scala rilevanti su un ampio livello di produzione

Costo

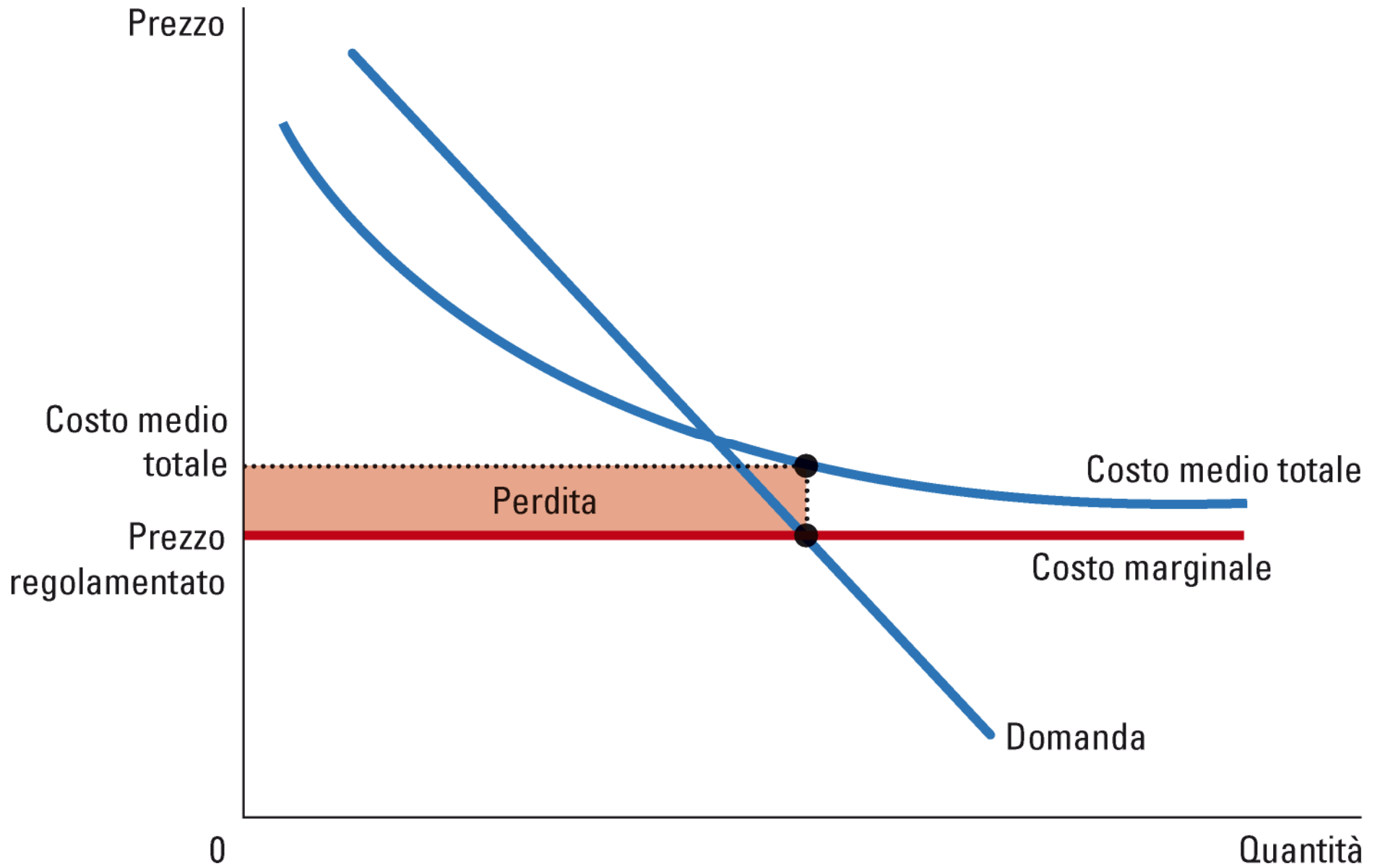


0

Quantità di prodotto

Costo
medio
totale

- Nel caso di una curva di costo che caratterizza la produzione di un certo bene come quella riportata in figura, è evidente che una sola impresa può sfruttare dei vantaggi in termini di costi di produzione rispetto a quello che accadrebbe se si avessero più imprese
- Inoltre, un prezzo pari al costo marginale non sarebbe sostenibile...
- Quali esempi di monopoli naturali?



Esempi

- Distribuzione di acqua potabile o ferrovie
- L'idea è che una volta fatto l'investimento iniziale di costruzione della rete (di condutture per l'acqua o di binari) (che è un costo molto elevato) i costi successivi relativi alla fornitura del bene o servizio sono decisamente più bassi e meno rilevanti

- Anche in assenza di barriere artificiali (es. brevetti) il monopolio naturale tende a non essere a rischio di ingresso di altre imprese.
- Infatti un'impresa che osserva i profitti del monopolista (in condizioni di monopolio naturale) sa che se entrasse anche lei, non produrrebbe la quantità prodotta dal monopolista (perché le due imprese si spartirebbero il mercato)

Costi per due produttori

	Impresa 1	Impresa 2
Produzione annua	1000	1200
Costo fisso	300	300
Costo variabile	700	850
Costo totale	1000	1150
Costo medio totale per unità di prodotto	1	0.96

Osservazioni:

Il costo fisso costituisce un frazione ridotta del costo totale

Il costo per unità di prodotto è quasi identico

Vediamo invece cosa accade quando il costo fisso costituisce via via frazioni crescenti del costo totale

Costi per due produttori

	Impresa 1	Impresa 2
Produzione annua	1000	1200
Costo fisso	20000	20000
Costo variabile	700	800
Costo totale	20700	20800
Costo medio totale per unità di prodotto	20,7	17,3

Osservazioni:

Il costo fisso costituisce una frazione consistente del costo totale
L'impresa 2 ha un vantaggio di €3.4 in termini di costo medio totale
Può abbassare i prezzi, coprire i costi e attrarre clienti

Costi per due produttori

	Impresa 1	Impresa 2
Produzione annua	600	1600
Costo fisso	20000	20000
Costo variabile	600	900
Costo totale	20600	20900
Costo medio totale per unità di prodotto	34,3	13,1

Spostamento di 400 unità da Impresa 1 a 2

Il costo medio totale per Impresa 1 sale a €34.3 unità

Il costo medio totale per Impresa 2 scende a €13.1

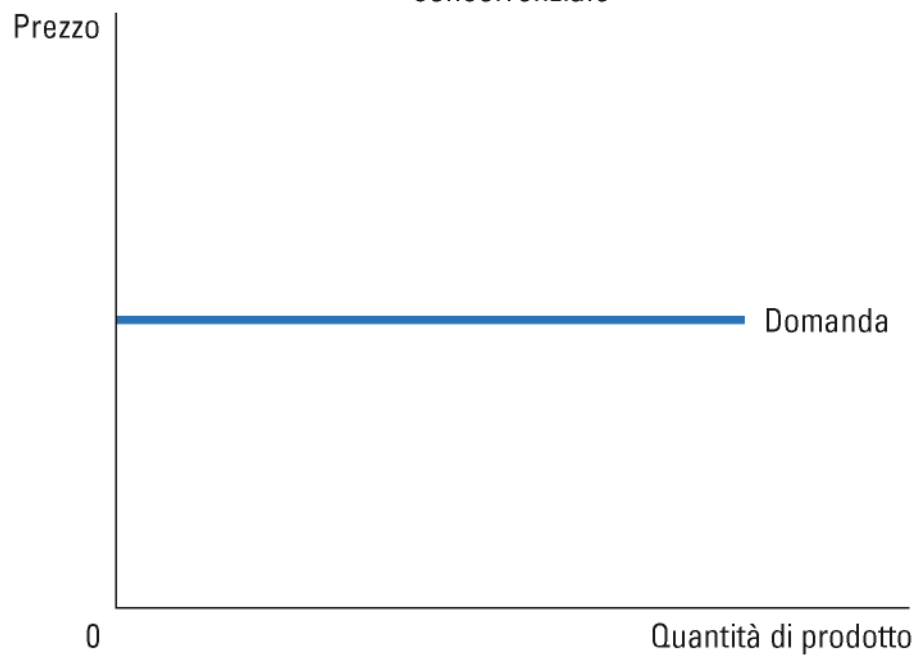
Monopolio e concorrenza

- La differenza fondamentale tra un monopolista e un'impresa in concorrenza perfetta è che il primo ha la possibilità di influenzare il prezzo di mercato
- Per l'impresa in concorrenza perfetta la curva di domanda è orizzontale.
- L'impresa monopolistica ha una curva di domanda che corrisponde alla domanda di mercato, e ha pendenza negativa

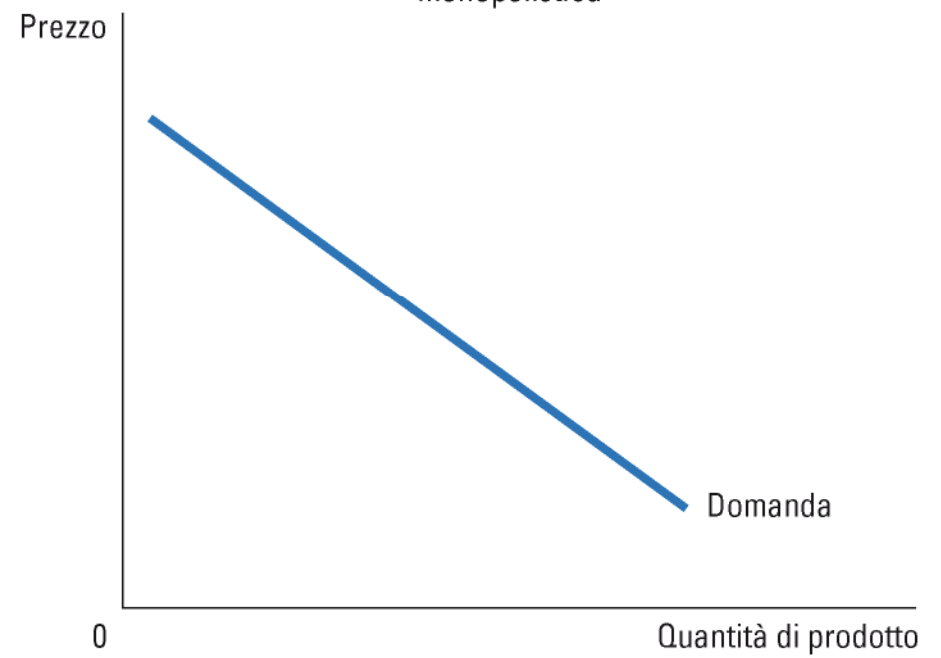
In concorrenza imperfetta le imprese hanno potere di mercato

- Potere di mercato: capacità di un'impresa di aumentare il prezzo di un bene senza che si azzerino le sue vendite.

(a) La curva di domanda dell'impresa concorrenziale



(a) La curva di domanda dell'impresa monopolistica



La curva di domanda del monopolista

- L'analisi della curva di domanda per il monopolista è molto importante.
- E' la curva di domanda che dice al monopolista le diverse combinazioni di quantità e prezzo che può pensare di vendere

- Mentre in concorrenza perfetta il prezzo non variava e se aumentava la quantità prodotta semplicemente l'impresa immetteva sul mercato più quantità ma praticando sempre il prezzo stabilito dal mercato,
in monopolio, per vendere una maggiore quantità il monopolista deve ridurre il prezzo
- Come il monopolista può massimizzare i suoi profitti?
- Vediamo innanzitutto cosa accade ai ricavi quando variano prezzo e quantità prodotte e vendute

Ricavo medio e marginale

- Il ricavo medio è uguale al prezzo del bene (così come accadeva in concorrenza perfetta)
- Il ricavo marginale, in monopolio, è però sempre inferiore al prezzo
- Questo dipende dal fatto che, per poter vendere una quantità superiore del bene, il monopolista deve vendere a un prezzo più basso tutte le unità che vende

Quantità	Prezzo	Ricavo totale	Ricavo marginale
1	1	1	0.8
2	0.9	1.8	0.6
3	0.8	2.4	0.4
4	0.7	2.8	

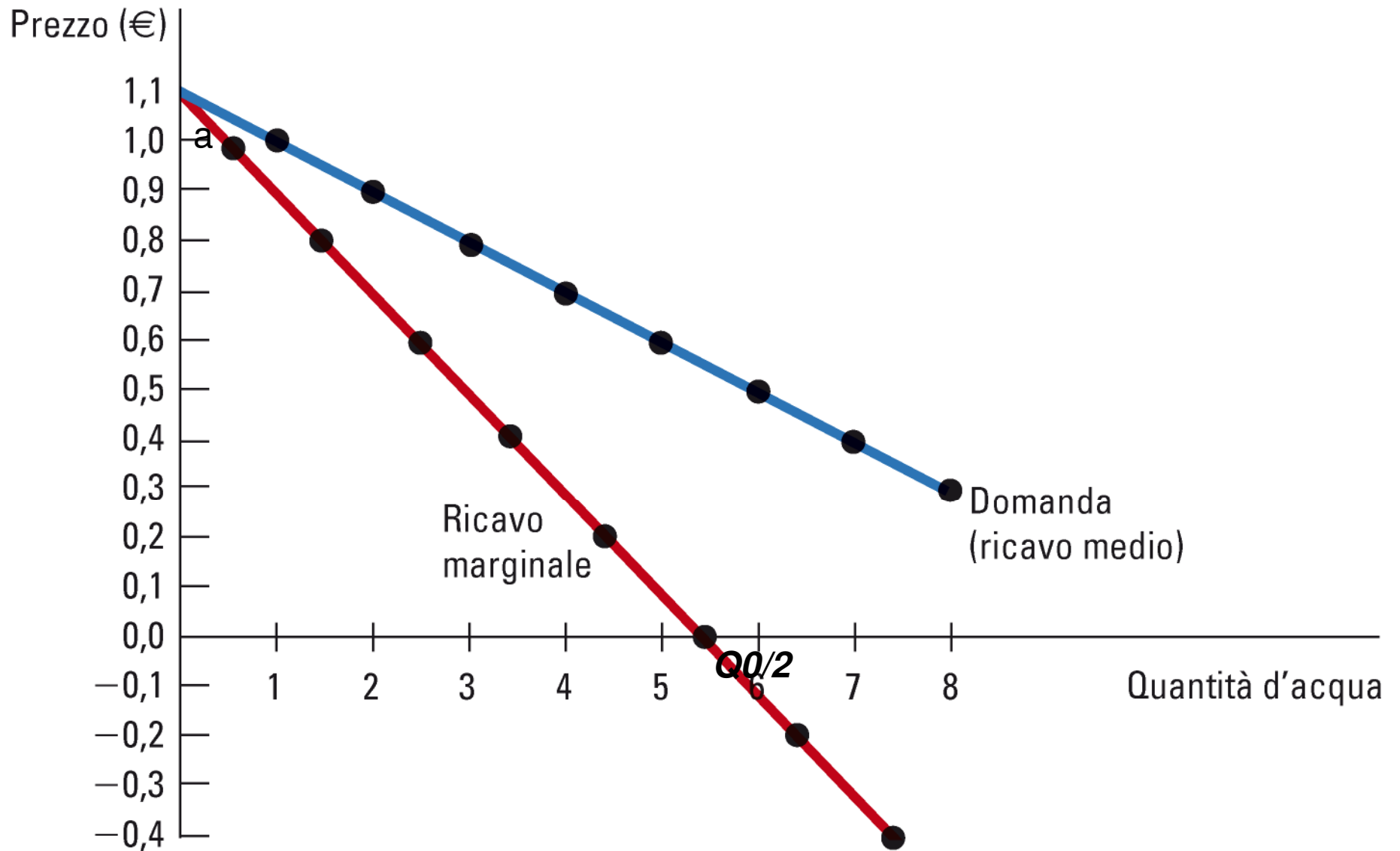
$MR < P$

MR diminuisce all'aumentare della quantità

$MR < P$ perchè il prezzo varia (**si riduce per tutte le unità vendute**) per vendere un'unità addizionale (diverso è il caso della concorrenza perfetta in cui posso variare la quantità continuando a vendere allo stesso prezzo...)

- Una variazione della quantità venduta ha un duplice effetto sul ricavo totale del monopolista :
 1. Effetto produzione: aumenta la quantità venduta quindi Q è maggiore e questo tende a far aumentare il ricavo totale
 2. Effetto prezzo: diminuisce il prezzo di tutte le quantità vendute, e questo tende a far diminuire il ricavo totale

- In monopolio se l'impresa decide di produrre di più automaticamente deve ridurre il prezzo per tutte le unità prodotte e vendute
- Quando la curva di domanda ha pendenza negativa (al crescere della quantità si deve ridurre il prezzo) il ricavo marginale starà sempre sotto alla curva di domanda (ossia il ricavo marginale sarà sempre più basso del prezzo a cui quell'unità è venduta...)
- L'impresa concorrenziale, potendo vendere qualsiasi quantità al prezzo di mercato, non subisce l'effetto prezzo



Osservazioni

L'intercetta verticale, a , è la stessa per MR e D

L'intercetta orizzontale per MR , $Q_0/2$, è la metà dell'intercetta per D

Ricavo totale in monopolio

- Per questo il ricavo totale in monopolio non è sempre crescente al crescere della quantità venduta (come in concorrenza), ma quando l'effetto prezzo “supera” l'effetto quantità, si ha una riduzione del ricavo totale al crescere della quantità venduta
- Ecco perché il monopolista “ha dei limiti” alla possibilità di aumentare il prezzo

Quale combinazione di prezzo e quantità sceglierà il monopolista?

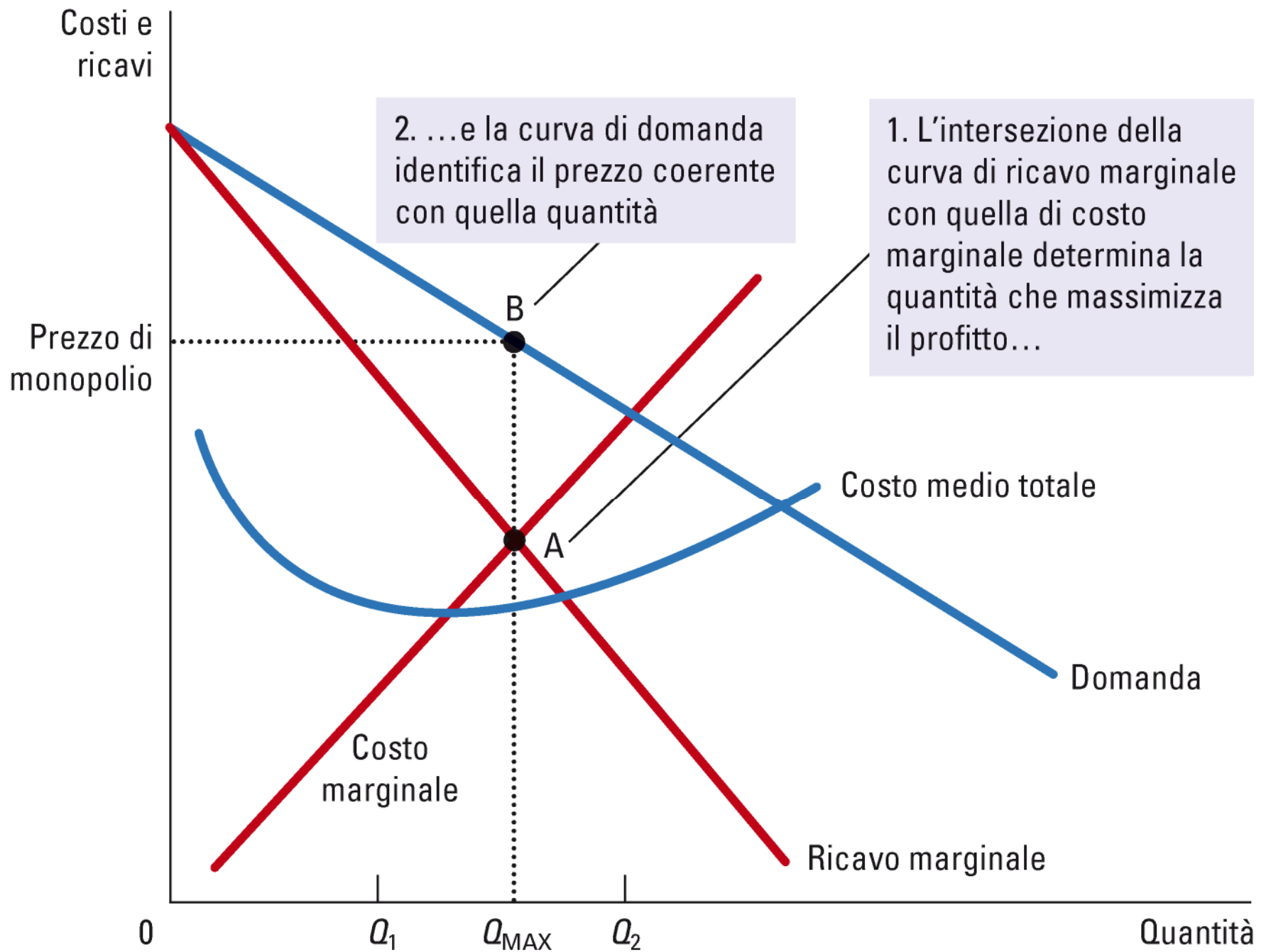
- Obiettivo del monopolista è sempre la massimizzazione del profitto e dunque sceglierà la combinazione di quantità e prezzo che massimizza la differenza tra Ricavo totale e Costo totale

Le decisioni di prezzo e produzione del monopolista

- Come nel caso della concorrenza, anche il monopolista ragiona al margine:
- Ossia la sua scelta sulla produzione dipende essenzialmente da un confronto fra Costo marginale e Ricavo marginale

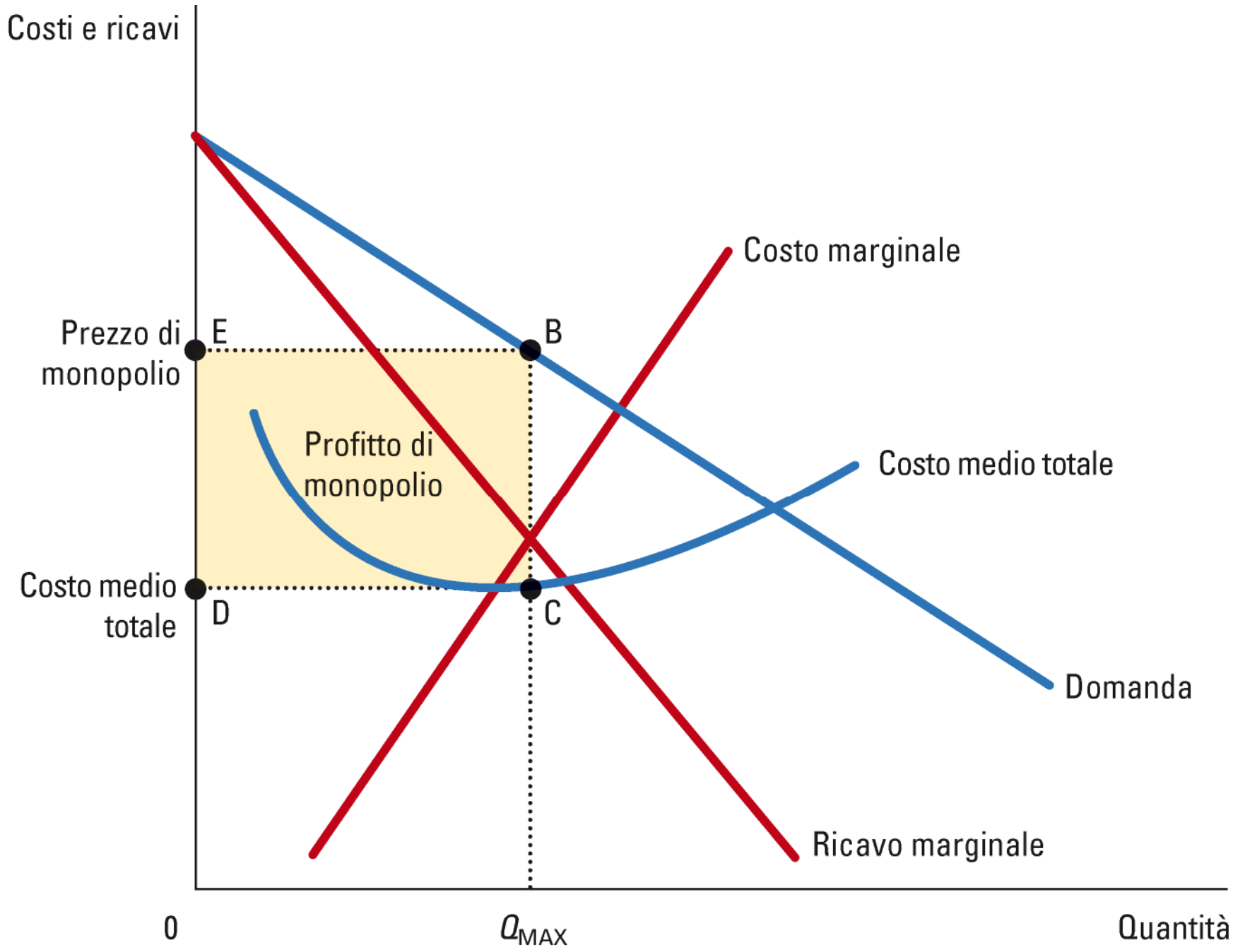
Il monopolista decide di produrre una quantità tale per cui costo marginale e ricavo marginale si eguagliano

- Una volta decisa la quantità, a che prezzo la vende il monopolista?
- Mentre in concorrenza la scelta era direttamente fatta (dal mercato e dal fatto che il prezzo era uguale al ricavo marginale) il monopolista ha margine di decisione:



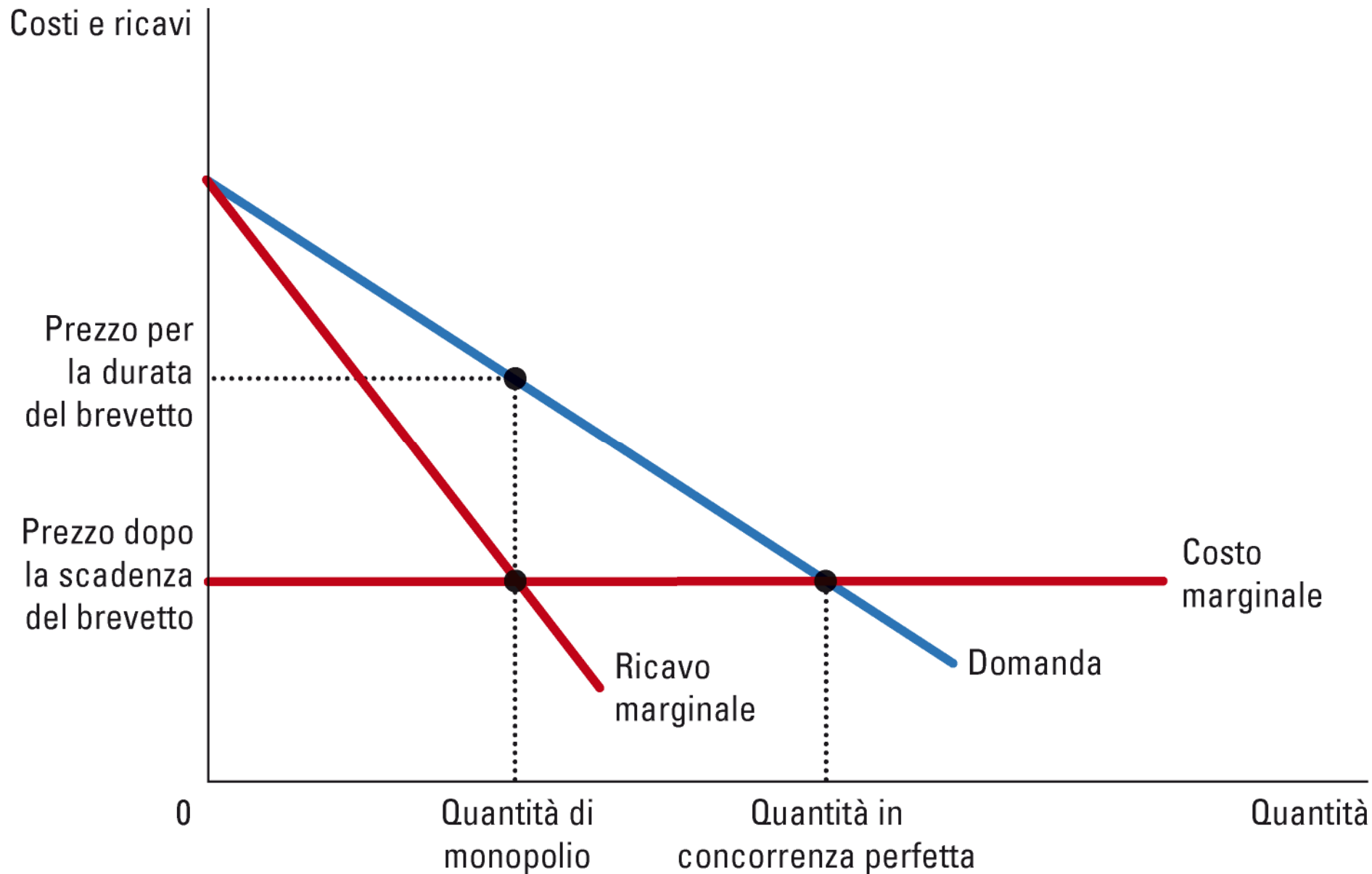
Il Profitto del monopolista

- Profitto= $RT-CT$
- Profitto= $(RT/Q-CT/Q) \times Q$
- Essendo RT/Q il ricavo medio (e il ricavo medio abbiamo visto equivale al prezzo) ed essendo CT/Q il costo medio totale (CMeT) abbiamo:
- Profitto = $(P-CMeT) \times Q$
- (uguale all'espressione ricavata per la concorrenza perfetta)



Differenza fondamentale tra concorrenza e monopolio

- Nei mercati concorrenziali il prezzo è uguale al costo marginale e al ricavo marginale.
- In monopolio, il prezzo è maggiore del ricavo marginale.



Il costo del monopolio in termini di benessere

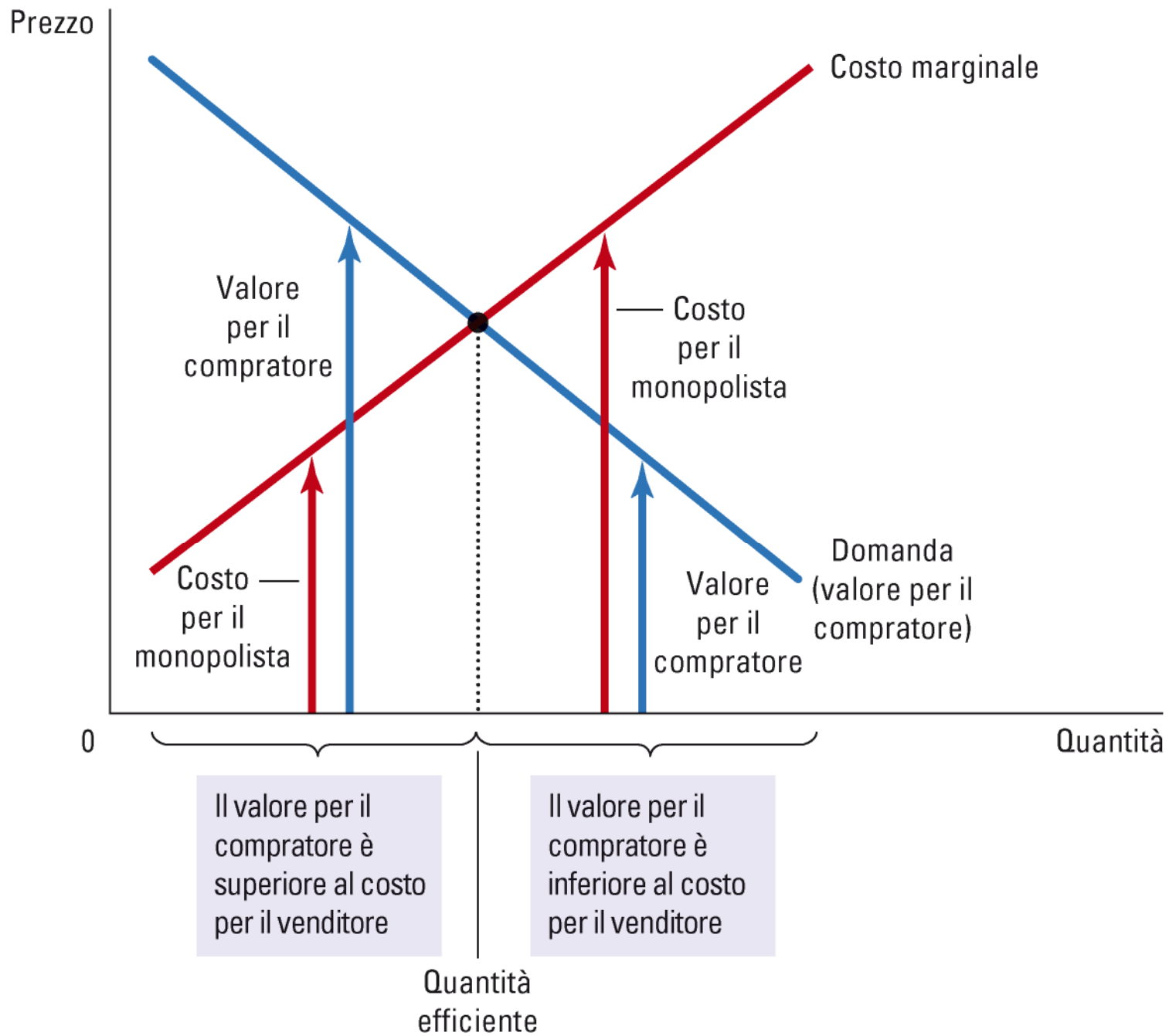
- Poiché il prezzo è più alto che non in concorrenza, evidentemente il monopolio non è desiderabile da parte dei consumatori
- Tuttavia è desiderabile da parte dell'impresa
- Che dire a livello aggregato?
Il surplus totale è più alto o più basso?

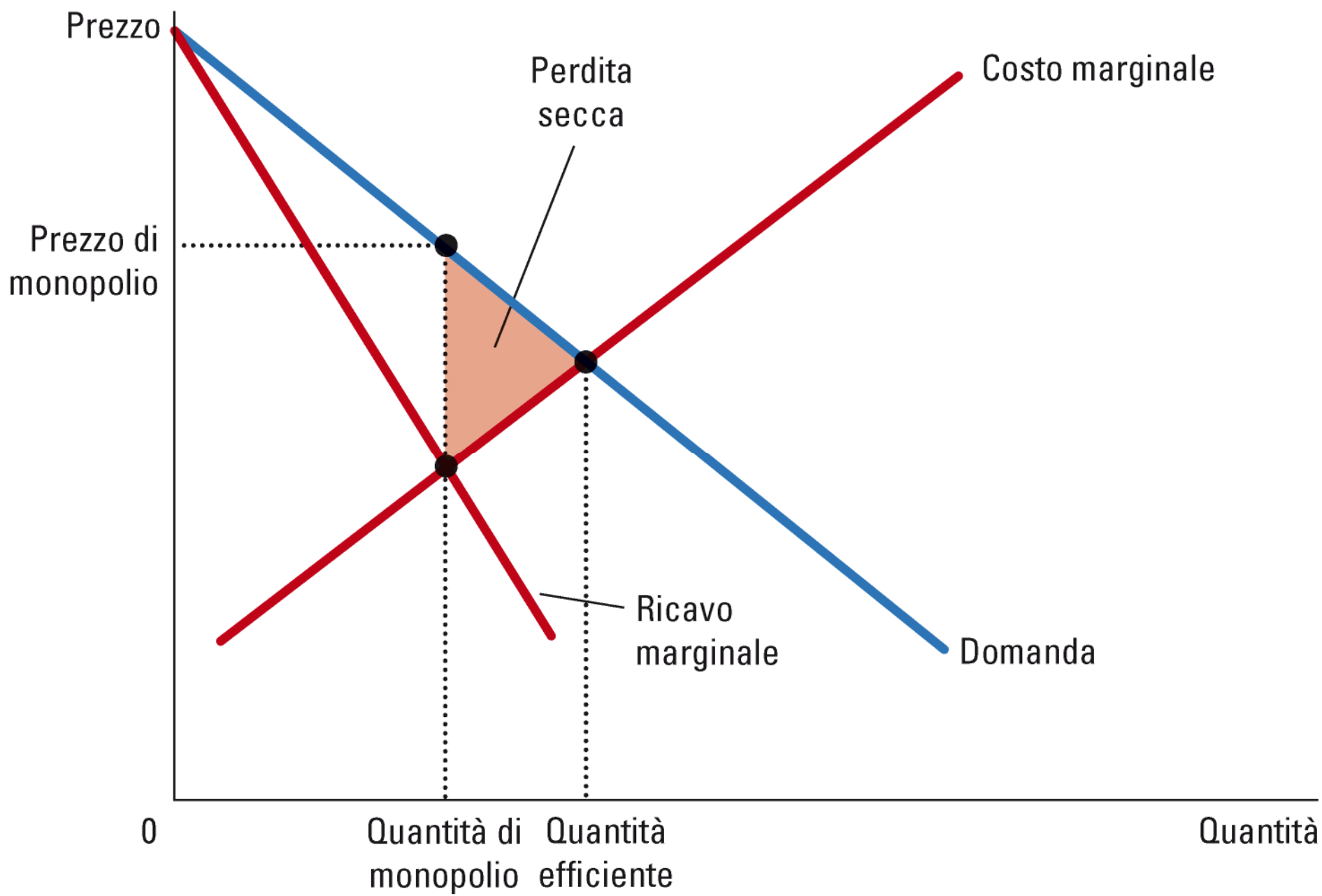
Riprendiamo il concetto di surplus totale pari alla somma del surplus del consumatore e del produttore

- Surplus del consumatore: differenza tra quanto il consumatore è disposto a pagare e il prezzo che effettivamente paga
- Surplus del produttore: differenza tra il prezzo che il produttore incassa e il costo che sostiene per produrlo
- Come vedremo, rispetto a una situazione di concorrenza perfetta si produce una perdita secca

Cosa farebbe un pianificatore benevolo che cercasse di max il surplus totale?

- La quantità socialmente efficiente si trova all'intersezione della curva di domanda (che rappresenta la disponibilità a pagare dei consumatori) e del costo marginale che riflette la disponibilità a produrre e vendere ciascuna unità aggiuntiva da parte del monopolista





- Praticando un prezzo superiore al costo marginale il monopolista impedisce la realizzazione di alcuni scambi che sarebbero vantaggiosi da un punto di vista sociale perché si tratta di consumatori che sarebbero disposti a pagare più del costo marginale (e quindi sarebbe conveniente sia per il monopolista sia per il compratore) ma non un prezzo pari al prezzo di monopolio... (diverso sarebbe se il monopolista potesse *discriminare*)

Considerazione in ottica di “pura teoria economica standard”

- Dal punto di vista dell'efficienza (come definita), il problema del monopolio non riguarda il fatto che una parte del surplus del consumatore viene spostato nelle mani del monopolista. Il vero problema (la perdita di efficienza) deriva dal fatto che per allargare la sua quota di profitto il monopolista pratica un prezzo più elevato del costo marginale

Quali contromisure per evitare la perdita secca connessa al monopolio?

- Lo Stato può mettere in atto 3 contromisure:
 1. Stimolare la concorrenza ad esempio attraverso le norme antitrust
 2. Regolamentare il comportamento delle imprese monopolistiche
 3. Trasformare alcuni monopoli privati in imprese pubbliche

Stimolare la concorrenza

- La legislazione in termini di concorrenza copre vari ambiti:
- Es. impedire fusioni
- Proibizione di strategie di prezzo anticoncorrenziali (accordi)

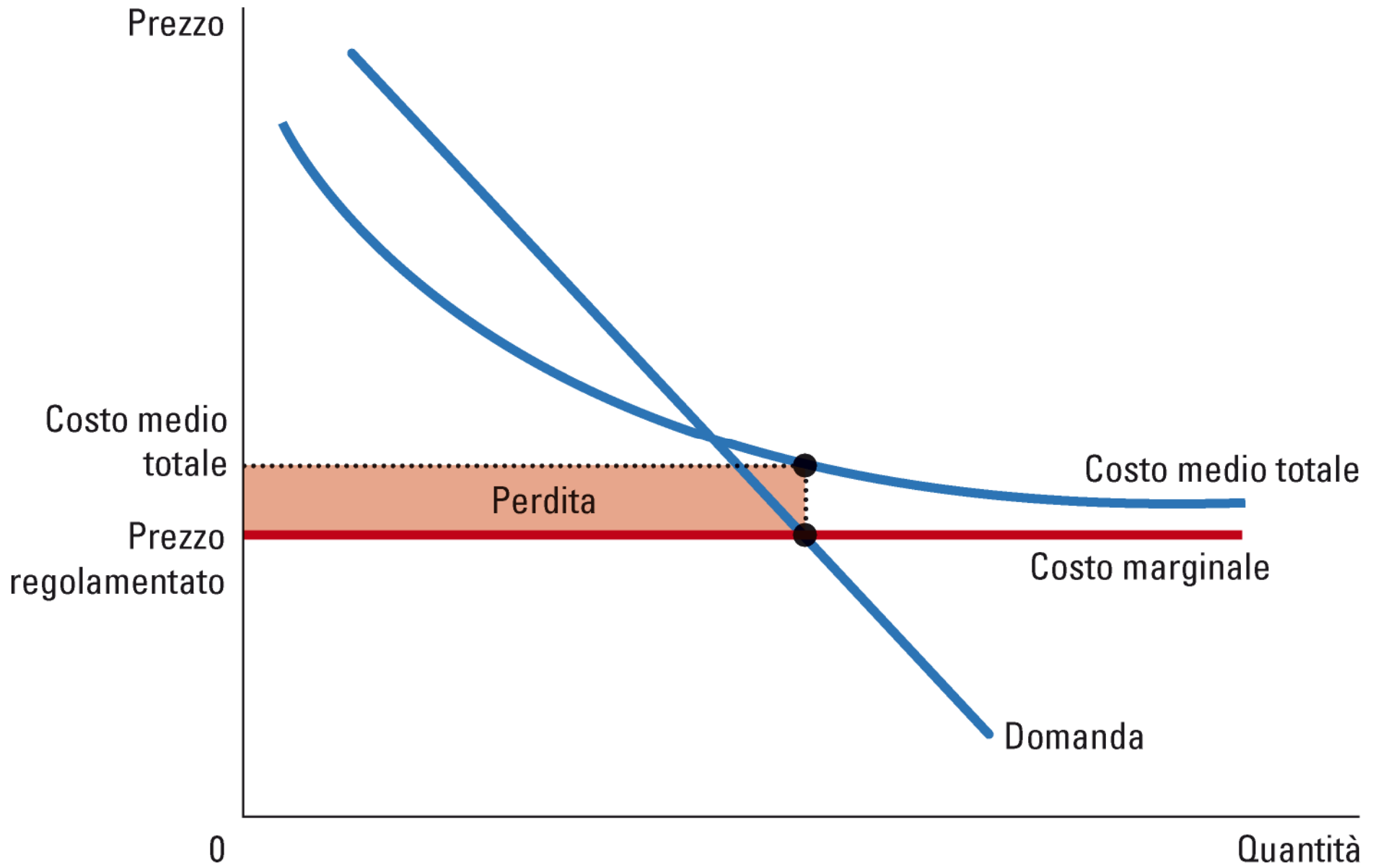
(riflessione: spesso le fusioni servono per creare sinergie che riducono costi ecc. quindi lo stato deve essere in grado di fare una analisi costi/benefici che consenta di stabilire quali fusioni sono desiderabili)

Regolamentazione

- Lo Stato può decidere di intervenire regolamentando il comportamento del monopolista (es. imponendo il prezzo)
- Questo spesso accade in caso di monopoli naturali per i quali altri interventi es. di stimolo della concorrenza sarebbero inefficaci
- Il punto in questi casi è: quale prezzo occorre fissare?

Il prezzo “regolamentato” in monopolio naturale

- In monopolio naturale il costo marginale è inferiore al costo medio totale e dunque lo stato non può semplicemente imporre un prezzo uguale al costo marginale (come sarebbe in concorrenza) perché questo produrrebbe delle perdite all'impresa



Soluzioni:

1. Imporre prezzo=costo marginale e sussidiare il monopolista (ovviamente il sussidio implica delle imposte e si genera dunque di nuovo una perdita secca)
2. Imporre prezzo = costo medio totale. Ma anche questo implica una perdita secca perché comunque il prezzo è più alto del costo marginale di produzione

Inoltre se si impone prezzo uguale a costo (marginale o medio) non si incentiva in alcun modo l'impresa a ridurre i costi. Una soluzione a questo problema è quello di lasciare all'impresa la possibilità di appropriarsi almeno di una parte di eventuali profitti derivanti da riduzioni di costi

La proprietà pubblica

- In caso di monopolio naturale lo stato potrebbe (e spesso accade: es. società telefoniche, elettriche, acqua etc.) decidere di produrre il bene o servizio così producendo al prezzo desiderato e sopportando la eventuale perdita
- (gli economisti spesso ritengono preferibile la gestione privata dei monopoli naturali. Perché?)

- Perché se gli si consente di appropriarsi di una parte del profitto, le imprese private tendono a essere più incentivate a ridurre i costi di quanto non siano imprese pubbliche che rispondono solo in modo molto indiretto quando ci sono le elezioni (salvo altri possibili meccanismi di incentivazione...)

Discriminazione di prezzo

- Pratica economica di vendere lo stesso bene a prezzi diversi a consumatori diversi
- È una strategia razionale per max il profitto
- È possibile solo se si possono suddividere i consumatori sulla base della loro disponibilità a pagare (e non è possibile l'arbitraggio)

Es. di discriminazione di prezzo

- Biglietti per il cinema (prezzi più bassi alle categorie che hanno meno disponibilità a pagare)
- I buoni sconto (solo chi ha disponibilità a pagare “inferiore” li raccoglie)
- Sconti sulla quantità: perché la disponibilità a pagare per una unità aggiuntiva di un cliente decresce con il crescere della quantità acquistata

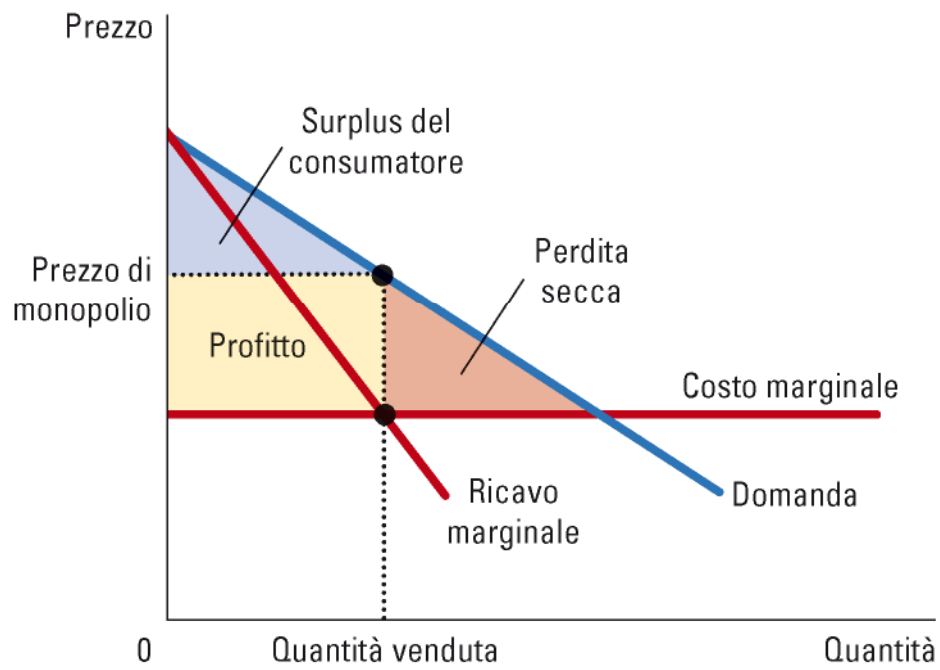
La discriminazione di prezzo

- Tre caratteristiche importanti della discriminazione di prezzo:
 1. Consente al monopolista di aumentare il profitto
 2. È possibile solo se si possono dividere i consumatori sulla base della loro disponibilità a pagare (e non è possibile effettuare arbitraggio)
 3. La discriminazione di prezzo riduce la perdita secca di surplus (aumenta il benessere complessivo in termini di surplus)

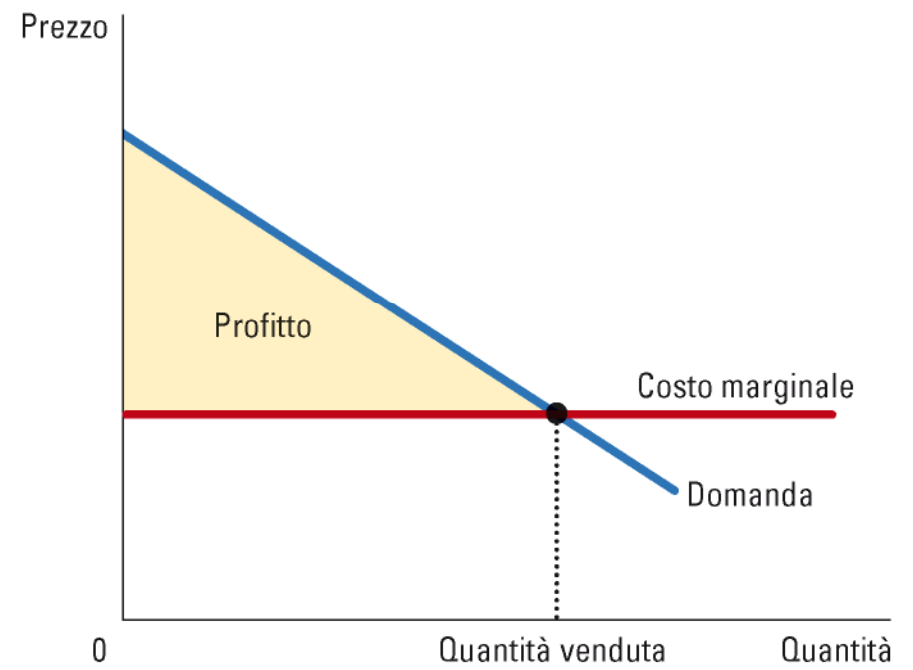
Discriminazione di prezzo

- Tre tipi di discriminazione di prezzo
 - Di primo grado
 - Di secondo grado
 - Di terzo grado

(a) Monopolista con prezzo unico



(b) Monopolista con discriminazione di prezzo perfetta



Il potere monopolistico

- Dopo aver considerato concorrenza perfetta e monopolio occorre sottolineare il fatto che nella maggior parte dei mercati si verificano situazioni che sono a metà strada tra la concorrenza perfetta e la situazione di monopolio che abbiamo ora studiato.
- Spesso i prodotti considerati parte dello stesso mercato (es. auto dello stesso segmento) non sono perfettamente omogenei e quindi ogni produttore ha un certa possibilità di influire sul prezzo. Tuttavia non un potere come quello ora visto di un monopolista in senso stretto
- Si tratta quindi nella maggior parte dei casi di una questione di gradi...