

Introduzione all'Oligopolio

Domenico Suppa

SUN - Economia Politica - 1^a Cattedra

27/04/2011

Definizione di mercato Oligopolistico

- ▶ L'oligopolio è una **forma di mercato intermedia** tra la libera concorrenza e il monopolio, in essa l'offerta è costituita da un numero "limitato" di imprese tra loro "concorrenti".
- ▶ Pertanto, le scelte delle imprese sono interdipendenti: le decisioni ed i risultati di ogni impresa dipendono dal comportamento delle imprese concorrenti.

Le condizioni per la concorrenza perfetta

Nei mercati di concorrenza perfetta ogni impresa (come ogni consumatore) è *price taker*: il prezzo di mercato è un dato non influenzabile dal comportamento della singola impresa (o del singolo consumatore). Ciò richiede che siano soddisfatte le seguenti condizioni:

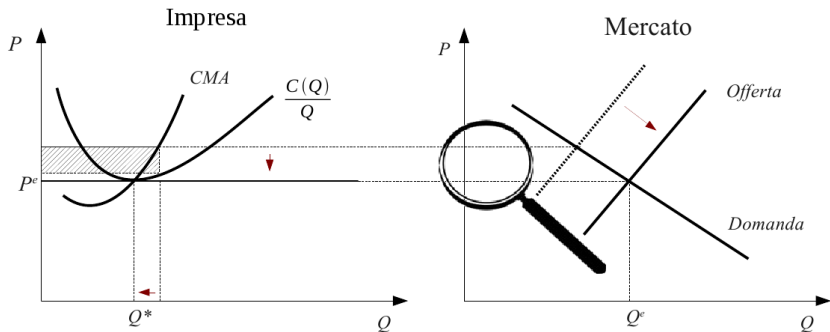
- ▶ *Perfetta libertà di ingresso e di uscita dal mercato senza costi.*
- ▶ *Perfetta omogeneità del prodotto offerto da tutte le imprese.*
- ▶ *Tutte le informazioni rilevanti per compiere le scelte (di vendita e di acquisto) sono trasmesse dal prezzo (non sono necessarie altre informazioni).*
- ▶ *Domande e offerte individuali dei singoli agenti economici (imprese e consumatori) sono di entità trascurabile rispetto alla domanda e all'offerta aggregate dell'intero mercato.*

Gli effetti che tende a produrre il processo concorrenziale

In un mercato perfettamente concorrenziale (nel quale, cioè, sono soddisfatte le precedenti condizioni):

1. La possibilità di ottenere profitti spinge nuove imprese ad entrare nel mercato.
2. L'offerta totale aumenta e il prezzo di equilibrio si riduce (perché la curva di domanda è inclinata negativamente).
3. Pertanto, il profitto di ogni impresa diminuisce e le imprese in perdita abbandonano il mercato.
4. Tale processo si arresta solo quando *il prezzo di equilibrio è uguale al costo medio minimo* di ogni impresa presente sul mercato.
5. Nel lungo periodo, quindi, tutte le imprese tendono a produrre nel modo più efficiente possibile (al costo medio minimo) quella quantità complessiva che i consumatori sono disposti ad acquistare pagando il prezzo più basso possibile.

Gli effetti che tende a produrre il processo concorrenziale



La singola impresa *atomistica* rispetto al mercato.

Il Monopolio

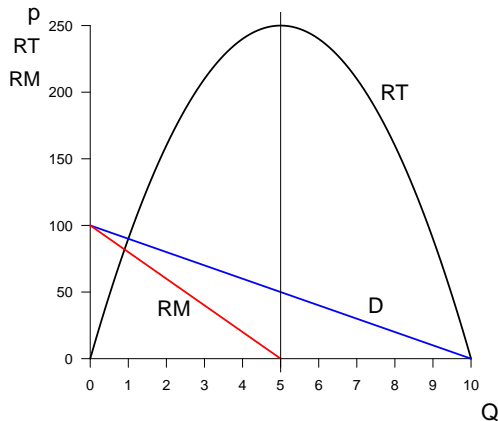
1. Nel mercato monopolistico l'offerta è costituita da un'**unica impresa produttrice**: il monopolista.
2. Il monopolista ha il vantaggio di conoscere la relazione che lega il prezzo di mercato alla quantità domandata (*potere di mercato*).
3. Il monopolista sfrutta questo "potere" per massimizzare il profitto.

Monopolio: esempio con costi di produzione nulli

Domanda (inversa):	$p = 100 - 10Q$
Ricavo totale:	$RT = pQ = 100Q - 10Q^2$
Ricavo marginale:	$RM = 100 - 20Q$

Il monopolista ottiene il massimo ricavo ($RT = 250 =$ Massimo profitto) quando la quantità prodotta e venduta è $Q^* = 5$ e il prezzo è $p^* = 50$

Monopolio: esempio con costi di produzione nulli



P	Q	RT	RM	ϵ
100	0	0	-	∞
90	1	90	90	9
80	2	160	70	4
70	3	210	50	2.33
60	4	240	30	1.5
50	5	250	10	1
40	6	240	-10	0.67
30	7	210	-30	0.43
20	8	160	-50	0.25
10	9	90	-70	0.11
0	10	0	-90	0

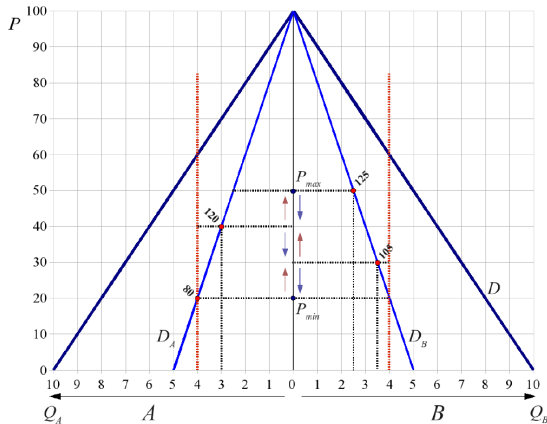
Duopolio: Modello di Edgeworth

Ipotesi:

1. Sul mercato vi sono due imprese identiche e concorrenti: A e B .
2. I beni prodotti sono perfettamente omogenei.
3. I costi di produzione sono nulli.
4. La domanda si divide a metà tra le due imprese se esse praticano lo stesso prezzo ($p_A = p_B$), mentre va tutta all'impresa A se $p_A < p_B$ oppure tutta a B quando $p_B < p_A$.
5. La capacità produttiva di ogni impresa è limitata: sfruttando tutta la propria capacità produttiva, una sola impresa non riuscirebbe a soddisfare tutta la domanda di mercato ad essa rivolta.

Duopolio: Modello di Edgeworth

DUOPOLIO DI EDGEWORTH



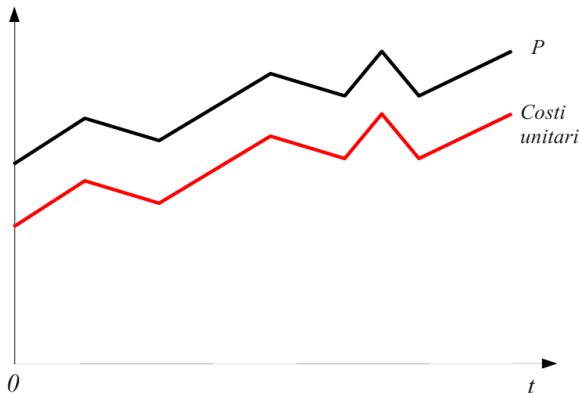
CONCLUSIONE: il prezzo oscilla continuamente tra P_{max} e P_{min}

Duopolio: Modello di Edgeworth

1. Se le due imprese praticano lo stesso prezzo, la domanda di mercato si ripartisce in parti uguali.
2. Con l'obiettivo di aumentare i propri profitti, una delle due imprese decide di ridurre un po' il prezzo e di offrire tutta la quantità che può produrre e vendere (sottraendo clienti al concorrente).
3. L'altra impresa riduce a sua volta il prezzo.
4. Quando entrambe le imprese offrono e vendono tutto l'output che sono in grado di produrre il processo di riduzione del prezzo si arresta.
5. Al prezzo P_{min} , parte della domanda è insoddisfatta e nessuna delle due imprese può sottrarre clienti al concorrente. Allora una delle due imprese deciderà di aumentare i propri profitti (ricavi) alzando il prezzo. L'altra impresa troverà anch'essa conveniente aumentare il prezzo. Si torna in P_{max} . Il processo si ripete.

Oligopolio: Mark-up pricing

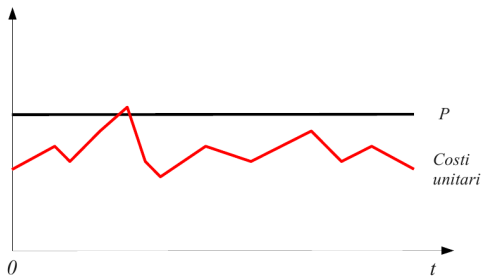
Formazione del prezzo nell'ipotesi di "*mark-up*" pricing



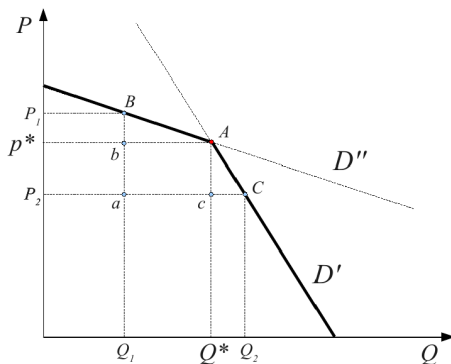
Oligopolio: Hall e Hitch

Ricerca di Hall & Hitch (1939)

1. Le imprese dichiarano di fissare i prezzi applicando un margine fisso ai costi di produzione.
2. Tuttavia, le indagini di settore rivelano che prezzi e costi di produzione **non sono correlati**.



Oligopolio: Modello di Sweezy

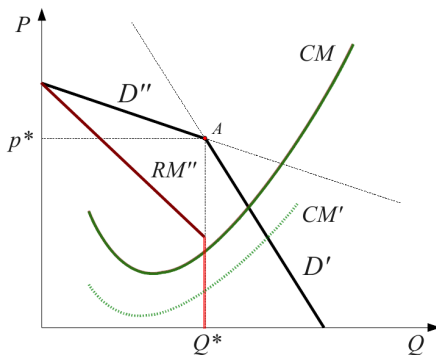


L'oligopolista ha un certo potere di mercato: i prodotti offerti da ogni concorrente sono in qualche misura differenziati.

Oligopolio: Modello di Sweezy

- ▶ Il modello della *curva di domanda ad angolo* di Sweezy mostra che nei mercati oligopolistici i prezzi possono essere più vischiosi che nelle altre forme di mercato.
- ▶ Ciò è causato dalle congetture dell'oligopolista rispetto al comportamento (asimmetrico rispetto alle variazioni dei prezzi) dei concorrenti.
- ▶ La Regola di massimizzazione del profitto $RM = CM$ perde gran parte della sua efficacia esplicativa.

Oligopolio: Modello di Sweezy



Prezzo e quantità offerta, con curve di domanda ad angolo, sono compatibili con diversi andamenti dei costi.

Definizione di mercato oligopolistico

Confronto con la Concorrenza Perfetta e il Monopolio

Proprietà caratteristiche della Concorrenza Perfetta

Caratteristiche del Monopolio

L'Oligopolio

Duopolio: Edgeworth (1897)

Oligopolio: Sweezy (1939)