Lezione 3
Potere di mercato e benessere collettivo.
Introduzione

-Efficienza allocativa e definizione di potere di mercato
-Inefficienza allocativa del monopolio
-Efficienza produttiva e monopolio
-Concorrenza ed efficienza allocativa
-Efficienza dinamica: incentivi ad innovare in concorrenza e monopolio
-Politiche pubbliche ed incentivi ad innovare
-Il monopolio e la sua “naturale regolamentazione”

Obiettivi della lezione

-Alla base della politiche per la concorrenza (PpC),vi è l'idea che i monopoli siano un "MALE"

Vedremo che un monopolio (= elevato potere di mkt) è inefficiente dal punto di vista statico e può esserlo anche dal pdv dinamico(minor incentivi ad innovare in concorrenza e monopolio)

Dunque:

dovrebbe essere ottimale accrescere la concorrenza…..

INVECE, vedremo che:

Le PpC:

1.Non devono avere come obiettivo quello di massimizzare n.rodi imprese

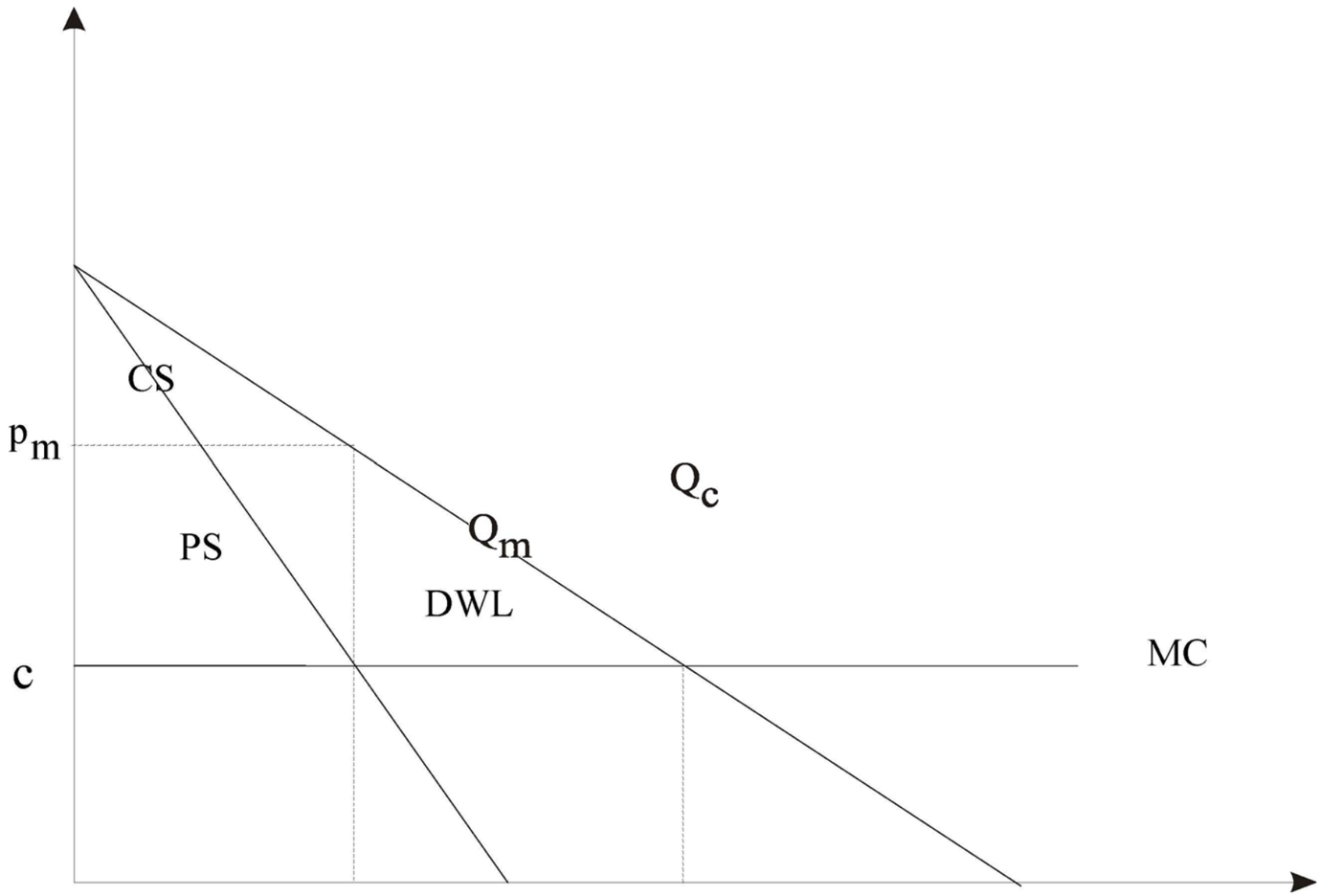
2.Devono avere l'obiettivo di difendere la concorrenza e non i concorrenti!

Definizione del potere di mercato

•Il potere di mercato è usualmente definito come la differenza tra prezzo, *p*, costo marginale di produzione, *c*.

•Il monopolio (a prezzo uniforme) determina un'inefficienza allocativa perché riduce il benessere allocativo (somma del surplus del consumatore e del produttore) rispetto alla concorrenza (ove tale benessere è massimizzato).

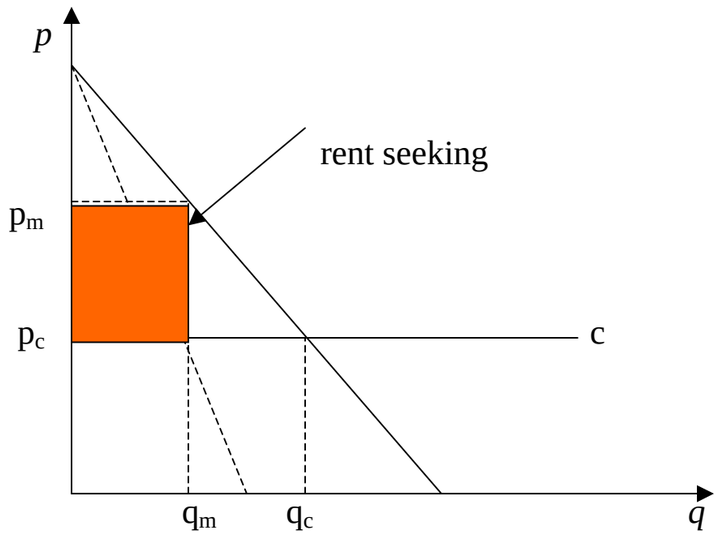
•La perdita netta di benessere (*DWL*) avviene per **ogni** prezzo *p>c* (prezzi più alti = quantità venduta minore)

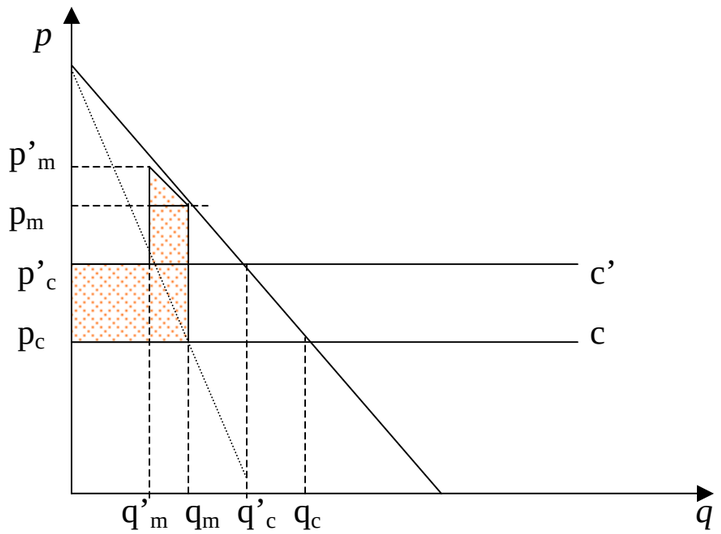

CS
p_m
PS
Q_m
Q_c
DWL
MC
c

•DWL dipende dall'elasticità della domanda (pendenza della domanda) e dalla dimensione del mercato (l'intercetta).

•Alcuni autori (Posner, 1975) sostengono che il costo sociale del monopolio è anche più elevato di quanto in figura perché i monopolisti competerebbero ex-ante in attività che dissipano la rendita (corruzione di pubblici funzionari, *lobbying*, etc.) [fig. 2.2]

Per quanto estremistica questa visione non è priva di fondamento, ma un modello di equilibrio parziale non è appropriato per studiare l'effetto sul benessere collettivo


p
rent seeking
pm
pc
c
qm
qc
q


p
p’m
pm
p’c
pc
c’
c
q’m
qm
q’c
qc
q

Efficienza produttiva e monopolio

- Il monopolio presenta un'addizionale perdita di benessere se produce ad un costo marginale superiore al costo di concorrenza

→ *Evidenza empirica*: Nickell, (1966) usando come proxy del potere di mercato la quota di mercato e utilizzando un campione di 700 imprese manufatturiere inglesi nel periodo 1972-86, trova che maggiore è la quota di mkt minore il livello di produttività

Efficienza produttiva e monopolio

Perché un monopolio dovrebbe essere meno efficiente?

1.I manager di imprese monopolistiche hanno meno incentivi ad impegnarsi per produrre in maniera efficiente

spiegazione legata ai modelli di principale-agente ma le conclusioni non sono univoche

2. Se vi è concorrenza solo le imprese efficienti sopravvivono, mentre quelle inefficienti sono naturalmente espulse dal mercato

argomento fondato sul ruolo “darwiniano”che entrata e uscita dal mercato hanno nel selezionare le imprese migliori

NOTA: non sempre più imprese = più efficienza

Bene, perché aumenta la concorrenza
Male se ci sono costi fissi –economie di scala
(duplicazione costi fissi)

Trade-off tra efficienza allocativa e produttiva

(i)Politiche antitrust devono tutelare la concorrenza non i concorrenti (se meno efficienti);
(ii)La tutela delle piccole imprese non è di per se un obiettivo delle politiche antitrust.

Efficienza Dinamica

Un monopolista <u>può avere</u> anche meno incentivi ad innovare rispetto ad un'impresa in concorrenza

Esempio:

- Un monopolista ha la possibilità di adottare un'innovazione *drastica* di processo che induce una riduzione del costo marginale, sostenendo un costo fisso pari a F.

➡ condizione per l'adozione è $\Pi_l - \Pi_h > F$

- La condizione per l'adozione nel caso di **un'impresa concorrenziale** (innovando diviene monopolio) è

$$\Pi_l > F$$

N.B.: un'innovazione è *drastica* se il prezzo di monopolio al nuovo costo marginale è inferiore al costo marginale pre-innovazione

DUNQUE: La competizione spinge le imprese ad investire?

ATT: tale esempio non può essere generalizzato.
Gli incentivi all'innovazione dipendono da

1.grado di concorrenza nel mercato
2.capacitàdi appropriarsi dell'innovazione
3.incertezza sugli effetti dell'attività di R&D

•Nell'esempio precedente se quando un'impresa innova, tutte le imprese possono produrre al nuovo costo marginale (perché per esempio nessun brevetto tutela l'innovatore) in concorrenza nessuna impresa decide di innovare!!

•Al fine di incentivare l'innovazione un certo grado di tutela dell'innovazione deve essere garantito e di conseguenza un certo potere di mercato all'innovatore (è la prospettiva dei futuri profitti ad indurre l'impresa ad innovare)

Politiche pubbliche per incentivare l'innovazione

- I diritti di proprietà intellettuali ed i diritti di proprietà in genere sono tutelati dagli ordinamenti giuridici in varie forme (tra cui brevetti, marchi, copyright, segreti industriali, etc.)

- Esiste un trade-off tra efficienza ex-ante (garantire incentivi all'innovazione) ed efficienza ex-post (stimolare la diffusione dell'avvenuta innovazione)

- La struttura giuridica pubblica dei brevetti è una maniera per l'autorità pubblica di vincolarsi a non espropriare le innovazioni

•**I** brevetti sono caratterizzati dalla ***durata***(quanto dura il brevetto) e dall'***ampiezza*** della loro tutela (solo l'innovazione o anche possibili sviluppi).

Esempio: I brevetti nel software
Open vs closed source software

IMPORTANTE
Simili problematiche relative ai diritti di proprietà riguardano anche asset fisici:

Un'impresa può investire in infrastrutture che poi 1) le garantiscono un vantaggio competitivo, 2) si rivelano un asset cruciale per un'impresa rispetto alle sue concorrenti

come si deve muovere un'agenzia della concorrenza?

garantire accesso all'asset specifico alle imprese concorrenti?

Il problema dell'*Essential facilities*

DEF: si definisce bene o attrezzatura essenziale quell'input che è necessario per operare in un'industria e che non sia facilmente duplicabile

Esempi: rete di trasmissione distribuzione elettrica, rete di metanodotti per il vettoriamento del gas, gli slots aeroportuali, etc.

Al fine di determinare il carattere essenziale di un input occorre determinare

1.Quanto è indispensabile questo input? Quale il grado di sostituibilità tra questo input ed eventuali altri input?

2.E' possibile la duplicazione di questo input?

Essential facility doctrine

La dottrina dell'*Essential facilities*

•Esempio dell'impresa di trasporti marittimi che costruisce proprie infrastrutture portuali nel suo paese di origine

POSSIBILI PROBLEMI:
le rivali hanno necessità di accedere alle strutture

è lecito rifiutare loro l'accesso?

come l'autorità se chiamata in causa si deve comportare?

E' diverso i caso in cui l'impresa non avesse investito ma ricevuto in diritto d'uso dallo Stato l'infrastruttura? (es. compagnie di bandiera e slot aerei)

PRINCIPIO: Un'impresa in posizione dominante che detiene un bene essenziale compie un abuso qualora non conceda l'utilizzo dell'input essenziale a prezzi ***equi*** ad un proprio concorrente

In molte industrie la presenza di un input essenziale a carattere di monopolio naturale giustifica l'attività di regolamentazione pubblica

ES: AGCOM nelle telecomunicazioni

➡ <u>le attività di tutela della concorrenza e di regolamentazione necessariamente si intersecano</u>!

- La determinazione del prezzo equo (ed in generale delle modalità di accesso) di una ***e.f.*** è un'attività di regolamentazione che ha effetti enormi sulla possibilità di creare effettiva concorrenza nel settore

Efficienza dinamica e dottrina dell'essential facility

•Le considerazioni di efficienza dinamica (incentivare l'innovazione) mettono in luce che

le imprese dovrebbero godere del potere di mercato se èil risultato dei loro investimenti in innovazione o della loro capacità(*crescita interna*)

la tutela non è dovuta se il potere di mercato è dovuto a fusioni o acquisizioni di imprese concorrenti (*crescita esterna*)

In questo caso il potere di mkt non è frutto di attività rischiose intraprese dall'azienda!

•Nella legislazione europea ed italiana antitrust tale distinzione è infatti presente:

–È vietato **l'abuso** da parte di una o più imprese di una posizione dominante all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante (art.3 legge 287/90)

–[sono vietate le] operazioni di concentrazione se comportano **la costituzione o il rafforzamento** di una posizione dominante sul mercato nazionale in modo da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza. (art.6 legge 287/90)

Ancora una riflessione sul monopolio: Il monopolio si autoregolamenta?

•Alcune teorie economiche suggeriscono che i meccanismi di mercato prevengono il monopolista dall'esercitare un potere di mercato:

1.la congettura di Coase
2.la teoria dei mercati contendibili

anche in presenza di Monopolio, il prezzo è pari (o vicino a) al prezzo di concorrenza

Dunque non ci sarebbe problema di "abusi"di posizioni dominanti

La congettura di Coase

Coase(1972) congetturò che un monopolista produttore di un bene durevole potesse essere obbligato a porre un prezzo uguale al suo costo marginale di produzione.

*Intuizione:*due gruppi di consumatori con diverse disponibilità a pagare:

consumatori con alta WTP e consum. con bassa WTP

Monopolista: fissa P alto oggi e poi abbassa P domani

Schema di prezzo che può non segmentare il mercato:
Consumatori OGGI possono preferire aspettare domani

La congettura di Coase

•In generale l'impresa ha interesse ad abbassare il prezzo (fino a P=MC) nei periodi futuri per vendere a coloro che ancora non hanno acquistato

•Anticipando le mosse future, i consumatori non comprano mai a P>MC

Il punto cruciale è che il monopolista è danneggiato dalla sua stessa flessibilità!

•Una maniera per il monopolista per evitare la perdita di potere di mercato è vincolarsi credibilmente a non abbassare il prezzo nel tempo

La teoria dei mercati contendibili

•Teoria della “**scuola di Chicago**”risalente agli anni ’80

la minaccia di un’entrata potenziale è sufficiente per imporre al monopolista di non esercitare il suo potere di mercato

•Se anche si osserva un monopolio non vi è necessità di regolamentazione, poiché“il mercato si *autoregolamenta*”

•I sostenitori di tale teoria sostengono che essa sia rilevante anche dal punto di vista empirico.

•Si basa su una serie di ipotesi fondamentali::

1.in caso di entrata nel mercato, i potenziali entranti non devono sostenere costi irrecuperabili

le imprese possano impiegare strategie di “*entrata-uscita*”;

2.i consumatori reagiscono istantaneamente a variazioni di prezzo (come in Bertrand);

3. il monopolista-incumbent è meno flessibile nel cambiare i suoi prezzi di quanto lo sia un potenziale entrante nel decidere se entrare o meno nel mercato.

•Due problemi di questa teoria:

-il monopolista reagisce all'ingresso (P cambia)

-assenza di sunk cost spesso irrealistica: l'entrante spesso deve sostenere costi che non possono essere recuperati in alcun modo!

Modelli recenti di economia industriale mostrano che la possibilità che le imprese possano entrare liberamente in un mercato non è sufficiente a far diminuire il potere di mercato.

Esempio:due imprese identiche possono entrare in un mercato sostenendo un costo irrecuperabile pari a *F*; in caso entrambe decidano di entrare competono alla Bertrand.

Il GIOCO di INGRESSO

	Entra	Non Entra
Entra	-F,-F	π_M-F,0
Non Entra	0,π_M-F	0,0

Qual è l'equilibrio di Nash?

Il gioco ammette due equilibri di Nash:

(E,NE) e (NE,E) (indipendentemente da F)

Pur in presenza di libertà di ingresso: il gioco finisce con una delle due imprese che diviene MONOPOLIO (eqb di lungo periodo)

•Più in generale shaker e Sutton (1982, 1987) dimostrano che in un mercato verticalmente differenziato se le imprese decidono prima l'entrata, poi la qualità ed infine il prezzo vale la cosiddetta proprietà di finitezza: anche se le dimensioni del mercato tendono all'infinito il numero delle imprese operanti è limitato superiormente

Persistenza della concentrazione

I consumatori talvolta sono catturati dal loro fornitore:

•**Switching costs**: vi sono costi nel cambiare fornitore (costi di apprendimento, costi fissi, costi di chiusura c/c bancario etc.)

Rappresentano una forma di differenziazione di prodotto
Accrescono il potere di mercato del venditore

Quali effetti sui prezzi??
Differente se trattasi di prodotto maturo (“returning customers”) o se lancio di nuovo prodotto

•**Effetti di rete**: è un tipo di esternalità di consumo: l'utilità del consumatore aumenta all'aumentare di coloro che consumano lo stesso bene o servizio, o direttamente, (ex.: utenti connessi alla stessa rete fisica) o indirettamente(ex.: aumenta la possibilità di beni complementari: videoregistratore)

In questi mercati vi è un notevole vantaggio nella prima mossa, cioè nell'acquisire una notevole quota di mercato per poi *fidelizzare* i propri consumatori