

Come è strutturato il corso?

4 quesiti fondamentali:

1. QUALE E' LA NATURA ECONOMICA DELL'IMPRESA?
2. LE IMPRESE HANNO POTERE DI MERCATO?
3. COME LO ACQUISISCONO E MANTENGONO?
4. QUALI SONO LE CONSEGUENZE DEL POTERE DI MERCATO?

Le imprese hanno potere di mercato?

(1)

Cosa è il POTERE DI MERCATO?

Come si misura?

Un modo può essere quello di analizzare i dati sui PREZZI, QUANTITA' PRODOTTA, TASSI DI PROFITTO

Se i costi totali (TC) sono proporzionali alla quantità prodotta (costo unitario= costo marginale) avremo che:
 $TC = c \cdot Q$ e poiché il tasso di profitto è $r = (TR - TC) / TC$
 e $TR = P \cdot Q$

il TASSO di PROFITTO sarà $r = (P - c) / c$

Le imprese hanno potere di mercato? (2)

Il TASSO di PROFITTO $r = (P - c) / c$

È una buona misura dello scarto esistente tra Prezzo (P) e costo marginale (c).

Harberger (1954) utilizzando questa misura sostenne che nell'economia americana dell'epoca il PdM risultava molto basso.

Hall (1988): *The Relationship Between Price and Marginal Cost in US Industry*, JPE

Stima del MC rapportando incremento del TC con incremento della produzione -> PdM alto in certi mercati

Come si acquisisce il PdM?

Il potere di mercato si può acquisire in due modi:

MONOPOLIO LEGALE (brevetti, concessioni) es. Xerox

COMPORAMENTO STRATEGICO (molte strategie possibili)

es. Harley Davidson qualità-prezzo basso rispetto a moto giapponesi.

STRATEGIE ADOTTATE: scarsità del prodotto, finanziare associazioni di fan, innovazione linea prodotti lenta, esaltare i difetti

Caso Coca-cola (sconti selettivi) o Italcementi

Conseguenze del PdM? (1)

PdM significa maggiori profitti e quindi maggior valore dell'impresa. Ma...

ANALISI STATICA

TRASFERIMENTO DI RISORSE DAI CONSUMATORI ALLE IMPRESE

INEFFICIENZA ALLOCATIVA a causa dei prezzi più alti

INEFFICIENZA PRODUTTIVA: minori incentivi ad essere efficienti

RENT SEEKING se il PdM dipende da un monopolio/oligopolio legale (telefonia mobile, frequenze TV etc.). Spreco di risorse -> Lobbying o corruzione.

Conseguenze del PdM? (2)

ANALISI DINAMICA

Scuola di Chicago: il PdM non esiste, se sono assicurate condizioni di sostanziale libertà di entrata ed uscita dall'industria.

Schumpeteriani: il PdM esiste e grazie a ciò le grandi imprese con PdM possono investire risorse in R&S e contribuire significativamente al progresso tecnico.

La relazione tra struttura di mercato, concentrazione innovazione e potere di mercato occuperà molta della nostra analisi.

Politiche pubbliche

Due tipi di intervento per evitare le conseguenze negative del potere di mercato:

REGOLAMENTAZIONE: un'impresa che detiene PdM deve sottostare al controllo di una autorità che valuta i suoi comportamenti (fissazione dei prezzi, strategie)

ANTITRUST: impedire o limitare le azioni delle imprese volte ad aumentare il potere di mercato.