

Corso di Scelte degli individui, strategie d'impresa  
e strutture di mercato  
Facoltà di Giurisprudenza – LIUC  
Prof.ssa Donatella Porrini  
a.a. 2017-2018

QUINTA LEZIONE

22 MARZO 2018

**IL MONOPOLIO**

# Classificazione delle forme di mercato

- All'estremo del massimo grado di concorrenza c'è la concorrenza perfetta (completa libertà di entrata, prodotto omogeneo, nessun grado di controllo da parte delle imprese sul prezzo)
- Situazioni intermedie sono date dalla concorrenza monopolistica (libertà di entrata, prodotto differenziato) e dall'oligopolio (barriere all'entrata, prodotto differenziato o omogeneo)
- All'estremo opposto c'è il monopolio (presenza di barriere all'entrata, prodotto unico, massimo grado di controllo sul prezzo da parte del monopolista)

# I ricavi quando il prezzo è determinato dall'impresa

La curva di domanda che affronta l'impresa è decrescente

- Ricavo medio

come la domanda è decrescente

- Ricavo marginale

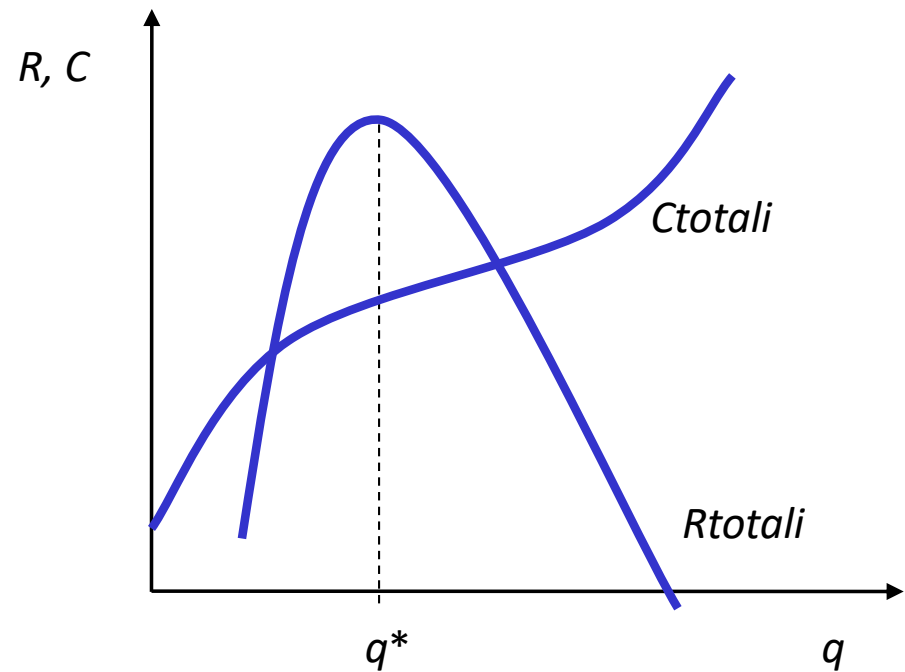
è anch'esso decrescente e sottostante al ricavo medio

- Ricavo totale

si può rappresentare con una linea curva a «U» rovesciata

# Massimizzazione del profitto per l'impresa monopolistica

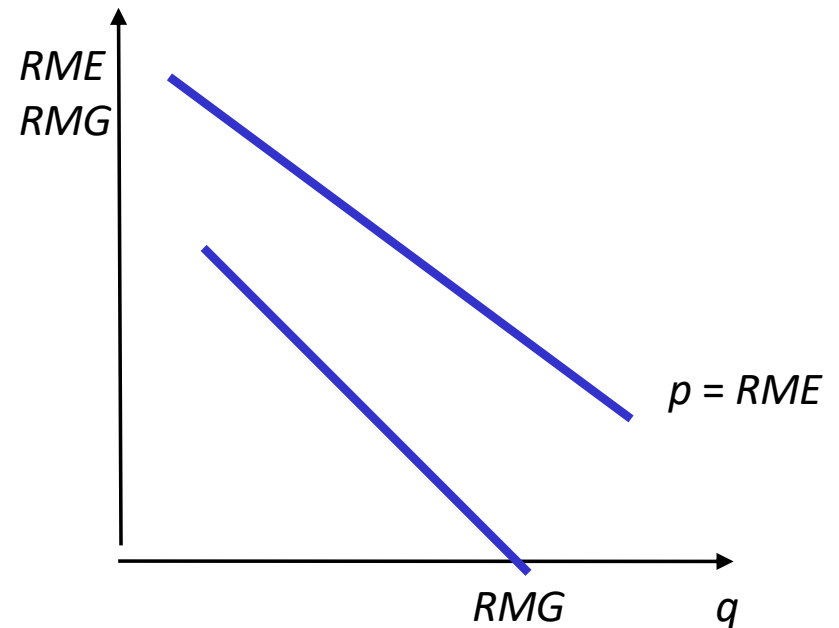
Usiamo le curve di ricavo totale e del costo totale per trovare la quantità che massimizza il profitto (RT-CT)



# I ricavi quando l'impresa è in grado di influenzare il prezzo

L'impresa fronteggia una curva di domanda decrescente

- Ricavo medio coincide con il prezzo (la curva di domanda)
- Ricavo marginale è decrescente

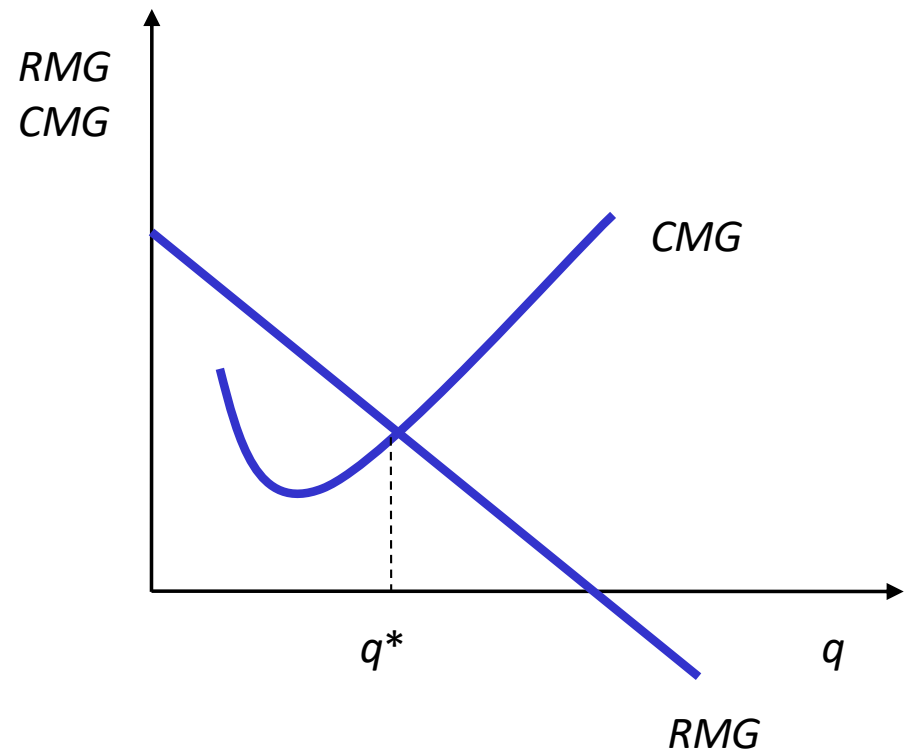


# Massimizzazione del profitto usando ricavi e costi medi e marginali

1. Usiamo le curve di ricavo marginale e costo marginale per trovare l'output che massimizza il profitto

La condizione di massimo profitto è

$$RMG = CMG$$



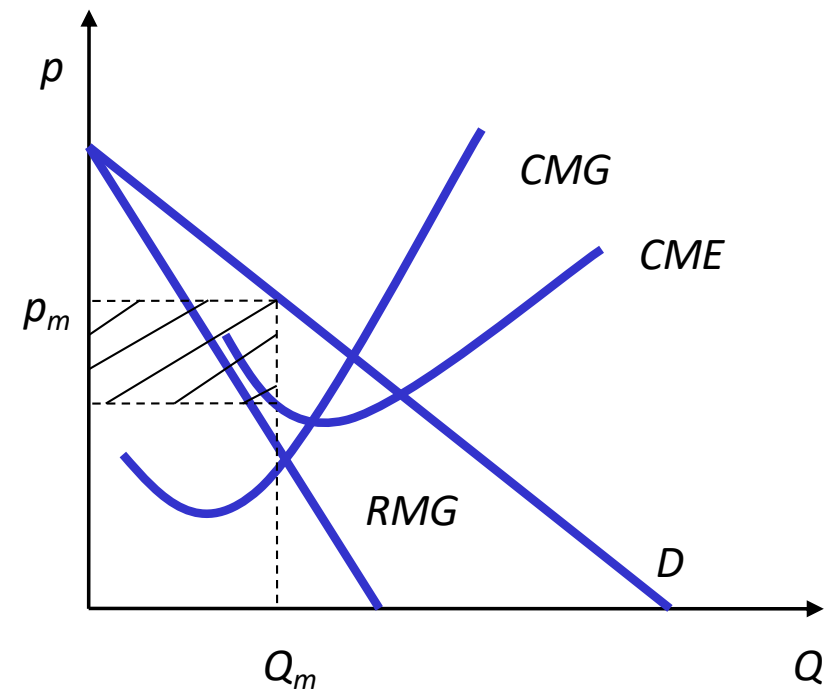
# *IL MONOPOLIO*

Si ha monopolio quando nell'industria opera una sola impresa.

Affinché un'impresa mantenga la propria posizione di monopolista ci devono essere barriere all'entrata sufficientemente elevate (barriere pubbliche, burocratiche, infrastrutturali, etc.).

# Equilibrio in monopolio

La curva di domanda dell'impresa coincide con la domanda di mercato → variando la quantità offerta l'impresa è in grado di influenzare il prezzo  
La condizione di massimo profitto è  $RMG=CMG$   
L'extraprofitto corrisponde all'area tratteggiata.





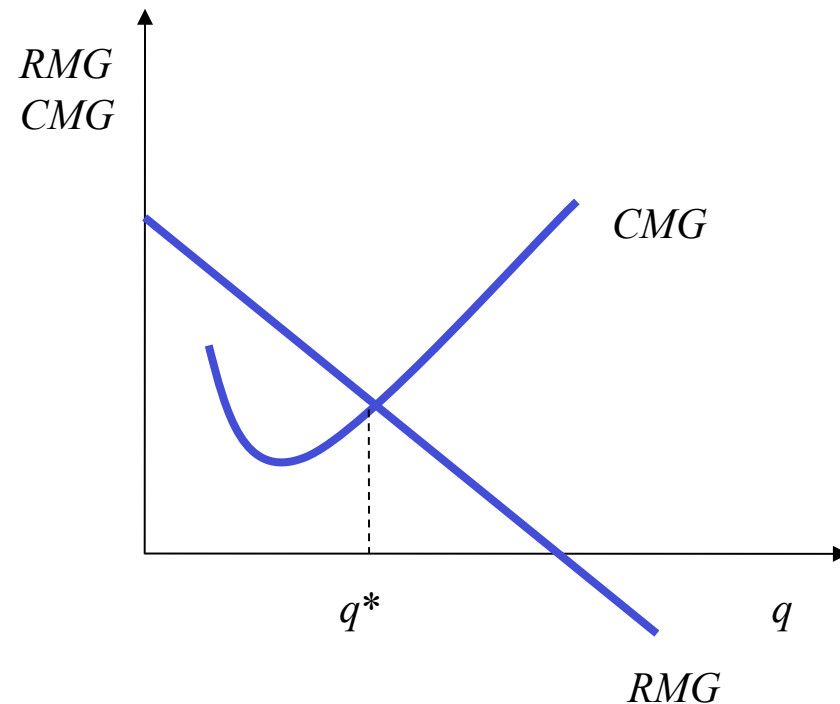
## I ricavi quando il prezzo è determinato dall'impresa

La curva di domanda che affronta l'impresa è decrescente

- Ricavo medio  
come la domanda è decrescente
- Ricavo marginale  
è anch'esso decrescente e sottostante al ricavo medio
- Ricavo totale  
si può rappresentare con una linea curva a «U» rovesciata

# Massimizzazione del profitto usando ricavi e costi medi e marginali

1. Usiamo le curve di ricavo marginale e costo marginale per trovare l'output che massimizza il profitto

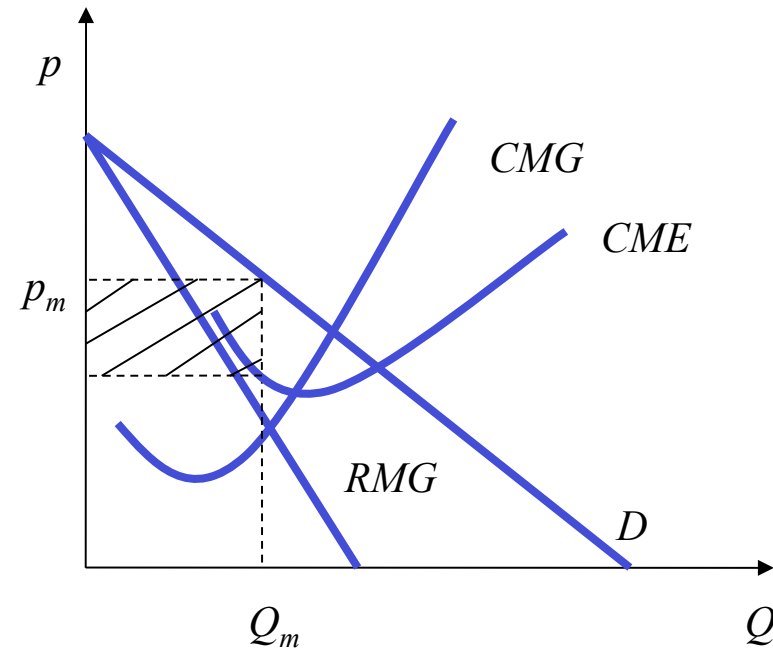


La condizione di massimo profitto è

$$RMG = CMG$$

# Equilibrio in monopolio

La curva di domanda dell'impresa coincide con la domanda di mercato → variando la quantità offerta l'impresa è in grado di influenzare il prezzo  
La condizione di massimo profitto è  $RMG=CMG$   
L'extraprofitto corrisponde all'area tratteggiata.



Fin dalla fine del secolo scorso, è sorto un movimento di opinione volto a valorizzare il concetto di concorrenza e ad evitare che mercati in qualche modo concorrenziali si monopolizzassero. In diversi paesi, infatti, sono nate in momenti storici diverse legislazioni antimonopolistiche e sono state applicate politiche economiche che avevano lo scopo di scoraggiare il formarsi dei monopoli nel mercato.

Le legislazioni anti-monopolistiche hanno, appunto, il compito di promuovere e intensificare la concorrenza rendendo più difficile far sorgere o esercitare un potere di monopolio il quale causa un costo che viene sopportato dalla società.

Un'altra forma di mercato rispetto alle due considerate in precedenza è l'oligopolio che rappresenta una forma ibrida a metà strada tra la concorrenza perfetta e il monopolio.

L'oligopolio è caratterizzato dall'esistenza di un limitato numero di produttori, di rilevanti dimensioni, in grado di soddisfare considerevoli quote della domanda del mercato. Questa è la forma tipica di mercati importanti, quali quello siderurgico, automobilistico e chimico.

A volte, i produttori agiscono in esso collusivamente comportandosi come se fossero di fatto un'impresa monopolistica che offre un bene omogeneo seguendo una strategia unitaria di prezzo. Il patto di non aggressione che le imprese stipulano crea degli equilibri di mercato fortemente simili a quelli di monopolio, portandole a scegliere il livello produttivo ottimale nell'incontro tra i ricavi e i costi marginali.

Nel caso in cui l'impresa oligopolista, per ottenere profitto o quote di mercato maggiori, utilizzi le caratteristiche fisiche dei suoi beni distinguendole da quelle dei suoi concorrenti, si parla di oligopolio differenziato; la pubblicità, in questo caso, gioca un ruolo molto importante e rappresenta, a volte, una barriera all'entrata del mercato.

A questo proposito si può analizzare la teoria dei mercati "contendibili", contestable markets, che si è diffusa negli USA nel corso degli anni '70, rivoluzionando la teoria economica del monopolio. Un mercato perfettamente "contendibile" è quello che consente un ingresso libero e veloce; ciò non vuole significare che l'ingresso sia gratuito o facile, ma si fa riferimento al fatto che chiunque acceda al mercato non debba essere svantaggiato rispetto a chi già vi opera. Parimenti vi è piena libertà di uscita in quanto ciascun operatore economico può uscire dal mercato senza alcun ostacolo e inoltre ha modo di recuperare i costi precedentemente sostenuti in occasione del suo ingresso.

Diversamente dalla teoria della concorrenza perfetta, la teoria dei "contestable markets" si applica non solo ai mercati in cui vi sia una pluralità di agenti economici, ma si estende anche ai regimi di duopolio e di monopolio. In queste ipotesi un

mercato “contendibile” in cui operi un unico soggetto o al massimo due, può, sotto determinate condizioni, comportarsi come un mercato concorrenziale, assicurando un equilibrio ottimale. Ciò è dovuto al fatto che gli altri operatori possono comunque accedere al mercato in qualsiasi momento e in piena libertà, non essendovi alcuna barriera che ne ostacoli l'accesso.

E' pertanto opportuno qualsiasi intervento di politica economica che favorisca la creazione delle condizioni di “contendibilità”, cioè libertà di entrata e di uscita delle imprese tra i diversi comparti produttivi. Andrebbe invece escluso qualsiasi intervento che miri ad individuare il numero e le dimensioni delle imprese presenti sul mercato, al fine di costituire una sorta di barriera all'entrata nel momento in cui tali condizioni vengano raggiunte.

Non bisogna sottovalutare il ruolo determinante svolto dalla teoria dei contestable markets. Essa ha, infatti, ispirato l'autorità amministrativa statunitense circa i criteri di valutazione da adottare per potere intervenire sul mercato. Questa influenza si è diffusa nel continente europeo e in Italia dove, con la Relazione Cassola di accompagnamento alla legge n. 287 del 1990, di istituzione dell'Autorità Antitrust italiana (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – AGCM), si è sostenuto che obiettivo della legge “è di impedire quei comportamenti che mirano a creare barriere all'entrata”.

Si svolgerà ora una disamina relativa all'evoluzione storica del concetto di concorrenza allo scopo di definire le basi su cui poggia la legge antitrust.

Nell'economia classica, concorrenza significa confronto tra operatori, inteso come rivalità interdipendente, in cui ogni soggetto economico, nello svolgimento della propria attività, deve concorrere con tutti gli altri agenti che svolgono la medesima attività. Concorrenza significa anche libera competizione nel senso che ognuno deve essere in grado di agire in base ai propri interessi. E' dunque bandita ogni forma di intervento normativo nella sfera economica, l'esistenza della concorrenza è infatti sancita proprio dalla mancanza di barriere e da un contesto politico di perfetta libertà in cui possa operare il mercato.

La teoria della politica economica è quella del “laissez faire” e consiste nello spalancare la porta delle opportunità e confidare nei risultati. E' indubbio però che alcuni economisti classici ritenevano opportuna una regolamentazione mediante un intervento statale limitato al solo fine di garantire ai concorrenti l'ingresso o l'uscita dal mercato senza alcun ostacolo, continuando in ogni caso ad incoraggiare la rivalità tra operatori.

Il primo limite di tale teoria riguarda il fatto che ciascun soggetto economico deve essere in grado di entrare ed uscire dal mercato senza alcun costo. In realtà, esistono ostacoli di natura istituzionale ed economica. Tra gli ostacoli di natura istituzionale si possono citare le concessioni governative per produrre in esclusiva un determinato bene e gli interventi amministrativi e legali che regolano l'entrata e l'uscita nei mercati. Tra quelli di natura economica vi sono: l'esistenza di economie di scala nella produzione di un determinato bene, la presenza di fattori scarsi che generino posizioni di rendita e le informazioni acquisite dalle imprese già presenti sul mercato non disponibili, invece, per i concorrenti esterni.

Nel periodo “neoclassico”, intorno la prima metà del XIX sec., la principale svolta concettuale in tema di concorrenza è contenuta nell’opera di Cournot<sup>42</sup> il quale sosteneva che la concorrenza opera in modo pieno e completo quando ciascun operatore, su ogni mercato, tratta il prezzo come un parametro che egli non è in grado di modificare mediante variazioni delle quantità offerte o domandate. In altre parole la concorrenza perfetta viene definita come la situazione in cui gli agenti economici, nell’effettuare le proprie scelte, considerano i prezzi come dati.

Un’impresa concorrente, dunque, è “price-taker” e deve perciò attenersi ai prezzi dati dal mercato. Ad essa si contrappone il monopolista che è invece un “price-maker” che determina da sé il prezzo di vendita.

Una delle teorie più recenti intorno alla quale si è incentrato gran parte del dibattito sul moderno diritto antitrust, è quella della scuola di Chicago, che cominciò a diffondersi negli anni ‘70 e raggiunse massima autorevolezza negli anni ‘80. Attraverso tale corrente di pensiero si allarga lo spazio del “laissez-faire”: si ritiene, infatti, che con la libera contrattazione tra gli operatori si sviluppino dei contesti istituzionali efficienti che vanno quindi consentiti e favoriti e sono, invece, da combattere forme di monopolio.

Gli esponenti di questa scuola criticano pesantemente la tendenza, da un lato, a proteggere le piccole imprese individuali e, dall’altro, a ostacolare le imprese di più ampie dimensioni. Si asserisce, infatti, che se un’impresa diviene grande, evidentemente è efficiente: se in seguito a fusioni, un’impresa riesce ad eliminare le altre presenti sul mercato, la concorrenza potrà in ogni momento essere ripristinata dall’ingresso di nuove imprese rivali provenienti, ad esempio, dall’estero. Dal punto di vista distributivo, i maggiori profitti realizzati dalle grandi imprese a scapito dei consumatori ritornano in circolazione attraverso un aumento degli stipendi o dei dividendi, a favore di altri consumatori.

Tradizionalmente al diritto antitrust viene attribuito il duplice intento di impedire gli effetti puramente redistributivi e di assicurare la massima efficienza allocativa delle risorse. Il primo dei due effetti si verifica quando un’impresa che ha un certo potere sul mercato è in grado di praticare prezzi superiori a quelli che sarebbero praticati in un regime concorrenziale. L’aumento dei prezzi determinerebbe un trasferimento di ricchezza dai consumatori all’impresa, con una conseguente riduzione del benessere dei consumatori ed un aumento in misura corrispondente del benessere dell’impresa. Il secondo degli effetti sopra menzionati si verifica quando alcuni consumatori, a causa dell’aumento del prezzo al di sopra del livello concorrenziale, sono costretti a rinunciare all’acquisto di quel bene e a ricorrere ad altri beni per soddisfare i propri bisogni con un’alterazione dell’allocazione delle risorse.

L’impostazione teorica della scuola di Chicago, a differenza di quella tradizionale, prende in considerazione solo il secondo degli effetti descritti, affermando che obiettivo unico del diritto antitrust consiste nell’assicurare la massima efficienza

---

42. Antoine-Augustin COURNOT (1801 - 1877) è stato un filosofo, matematico ed economista francese; è considerato un fondatore della teoria economica matematica; gran parte del suo lavoro riguarda lo studio del calcolo delle probabilità.

*Politiche economiche, dei mercati e dell'ambiente.*

complessiva del sistema, tralasciando, quindi, le questioni distributive. Da questa impostazione ne deriva che la perdita di efficienza del sistema non è causata dall'aumento del prezzo del bene, bensì da una produzione del bene in quantità inferiore a quella che sarebbe stata prodotta in condizioni di concorrenza. Perciò sono da considerare lecite tutte quelle azioni con cui l'operatore economico, che detiene un ampio potere di mercato, di aumentare i propri profitti.