

Il mercato

“ Luogo fisico o virtuale dove offerta e domanda si incontrano e si scambiano i beni o fattori di produzione al fine di aumentare il proprio benessere (consumatori) o profitto (imprese) ”

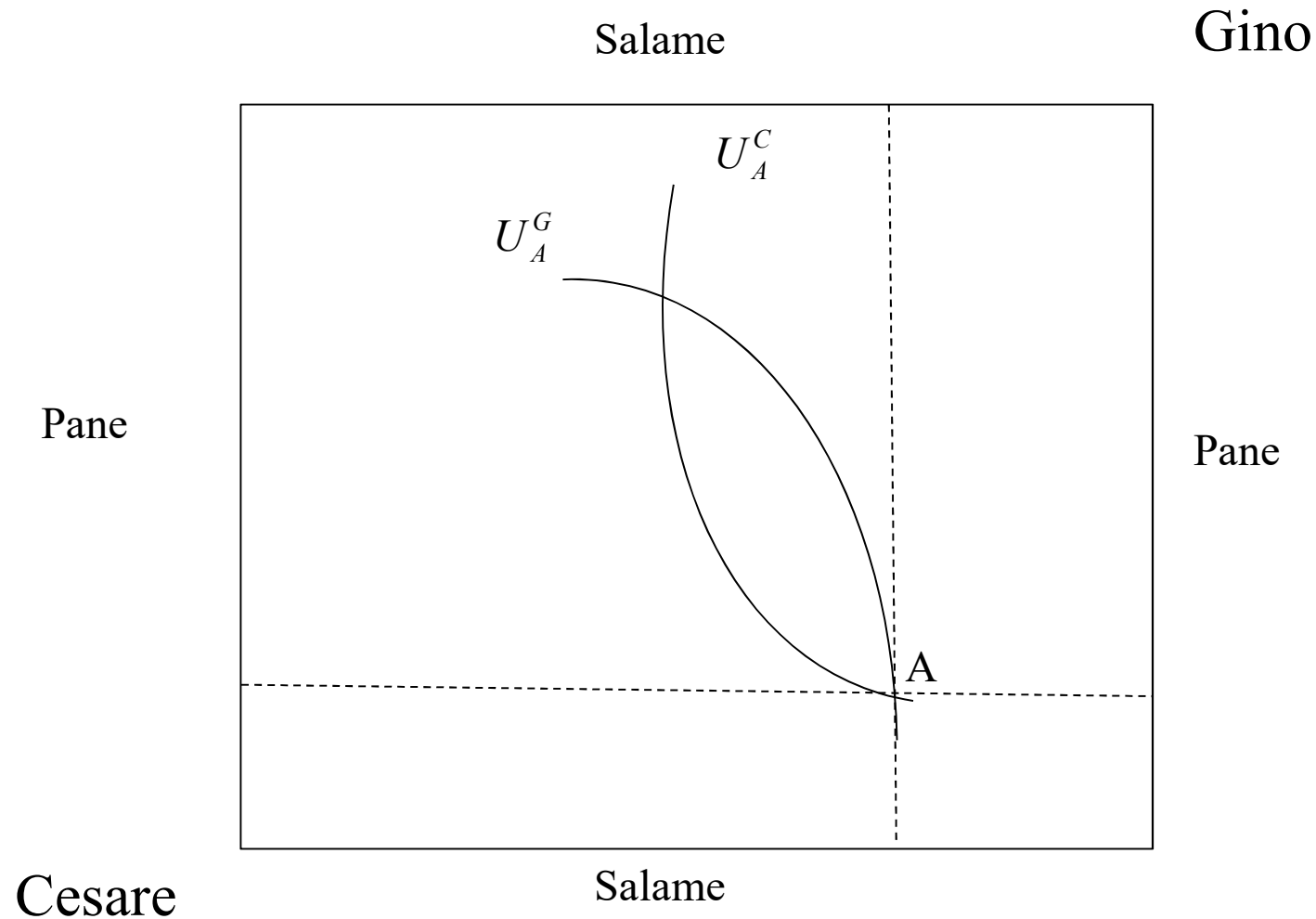
Lo scambio può avvenire:

1. In natura, senza l'uso della moneta (baratto): la ragione di scambio (prezzo unitario) di un certo bene è molteplice e definita rispetto a ciascuno dei beni con cui può essere scambiato;
2. Utilizzando la moneta: la ragione di scambio (prezzo unitario) è definita univocamente in una certa quantità di moneta.

Lo scambio di beni genera benessere (Edgeworth)

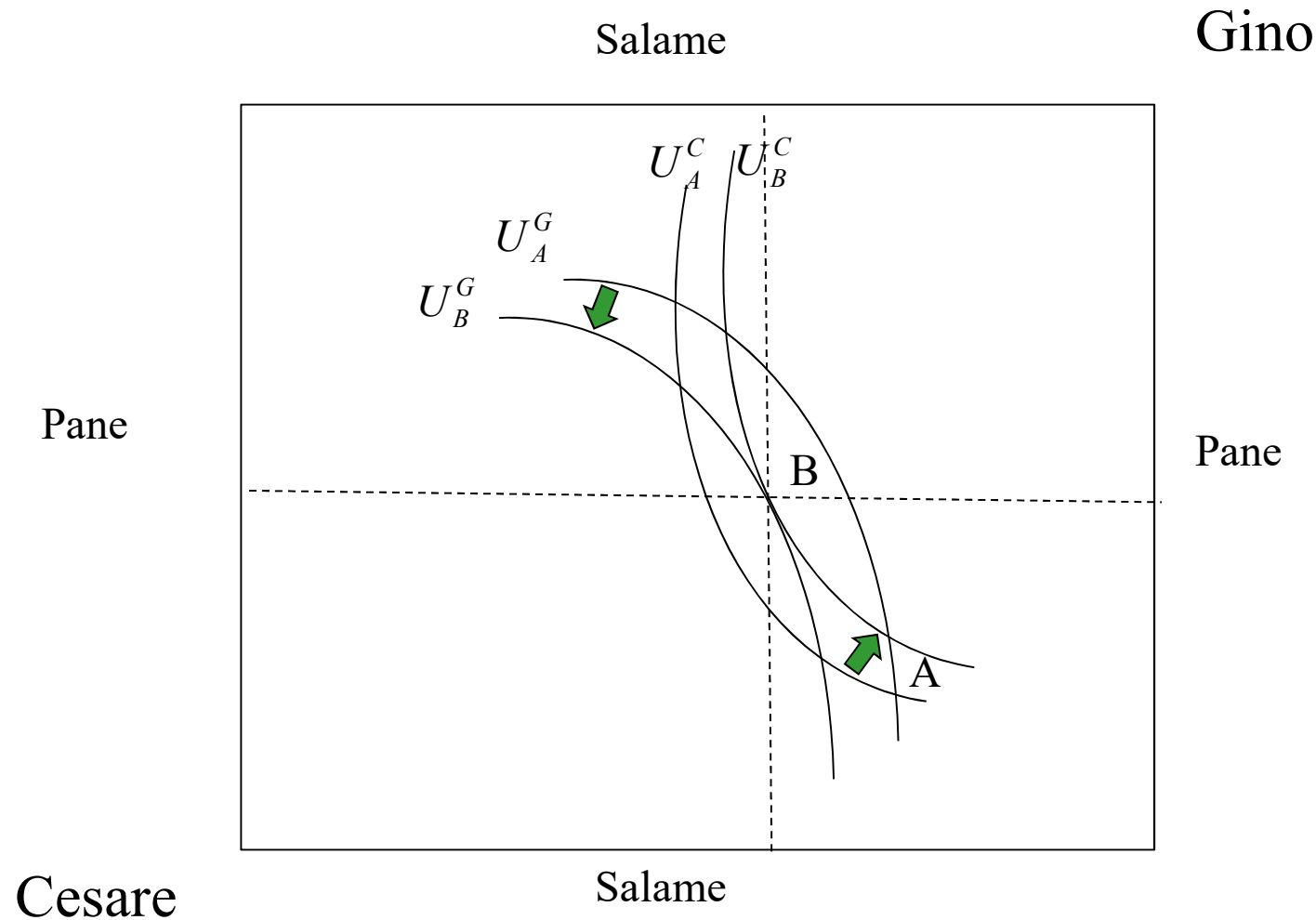
$$U_A^T = U_A^G + U_A^C$$

$$SMS_A^G \neq SMS_A^C$$



Lo scambio di beni genera benessere (Edgeworth)

$$U_B^G \succ U_A^G \quad U_B^C \succ U_A^C \quad U_B^T = U_B^G + U_B^C \quad U_B^T \succ U_A^T \quad SMS_B^G = SMS_B^C$$



Il mercato

Le principali forme di mercato

	Offerta			
Domanda		Molti operatori	Pochi operatori	Un solo operatore
	Molti operatori	Concorrenza libera	Oligopolio	Monopolio
	Pochi operatori	Oligopsonio	Oligopolio bilaterale	Quasi monopolio
	Un solo operatore	Monopsonio	Quasi monopsonio	Monopolio bilaterale

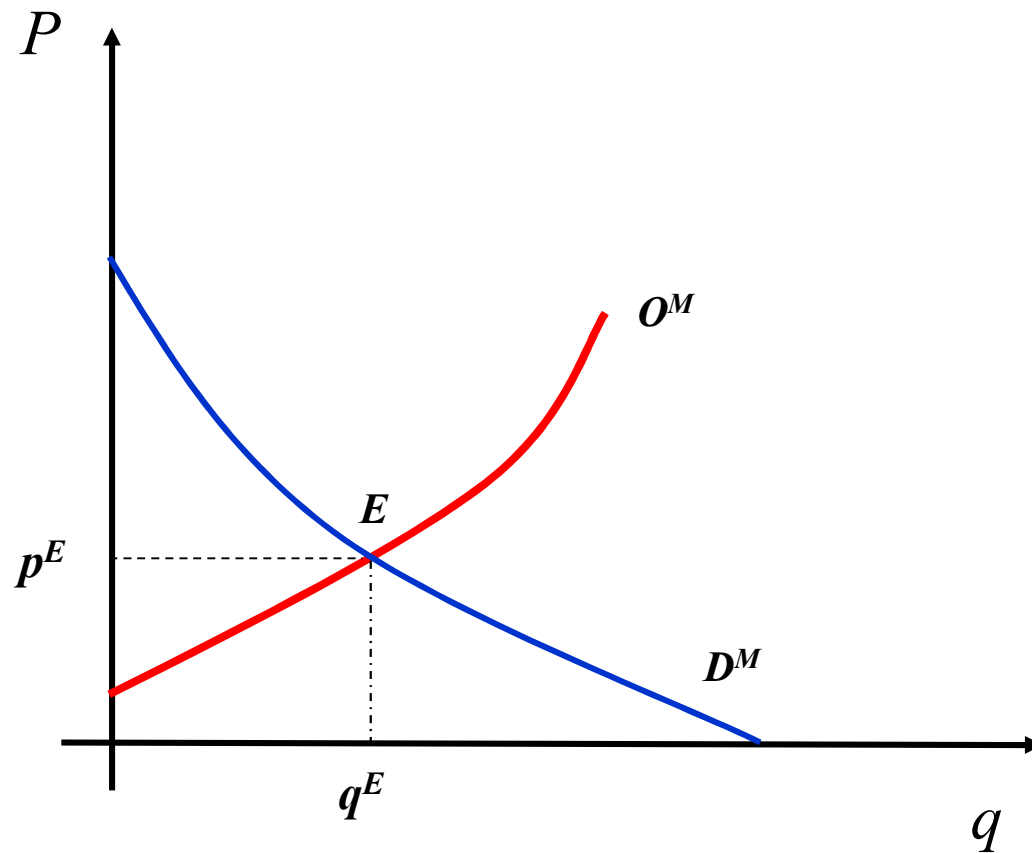
Il mercato di libera concorrenza

Forma di mercato ideale che massimizza il benessere totale prodotto dallo scambio e dove offerta e domanda controllano una porzione infinitesima dei beni scambiati e quindi non possono influenzare il prezzo di mercato (price taker).

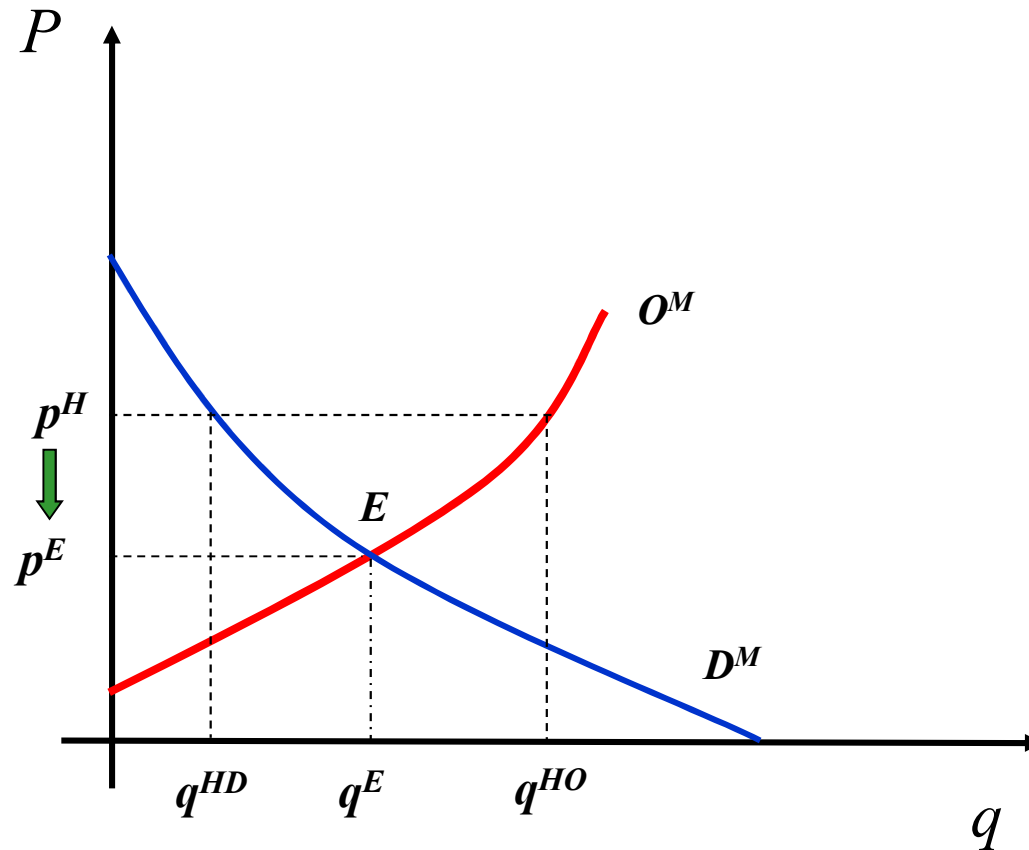
I prerequisiti:

1. Elevata numerosità degli attori
2. Merce suddivisibile
3. Flessibilità della domanda e dell'offerta
4. Gli operatori agiscono edonisticamente
5. Trasparenza del mercato (prezzi e quantità scambiate note a tutti gli operatori)
6. L'accesso al mercato è libero a offerenti e acquirenti

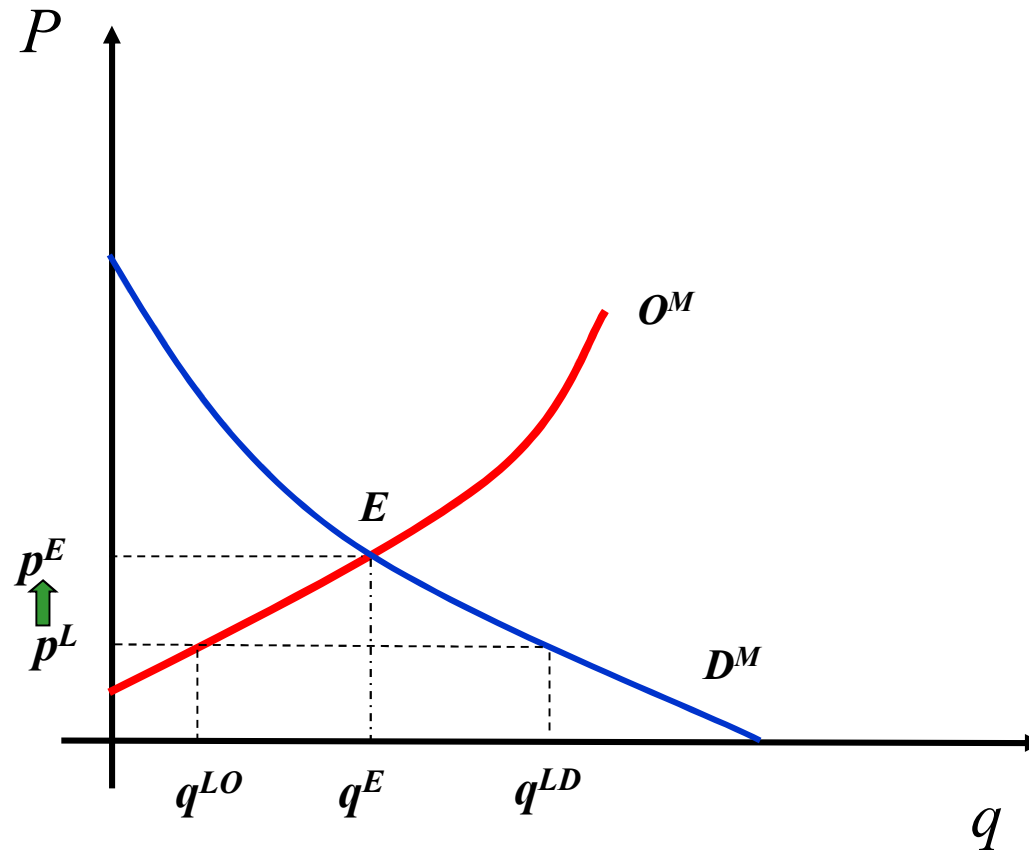
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza



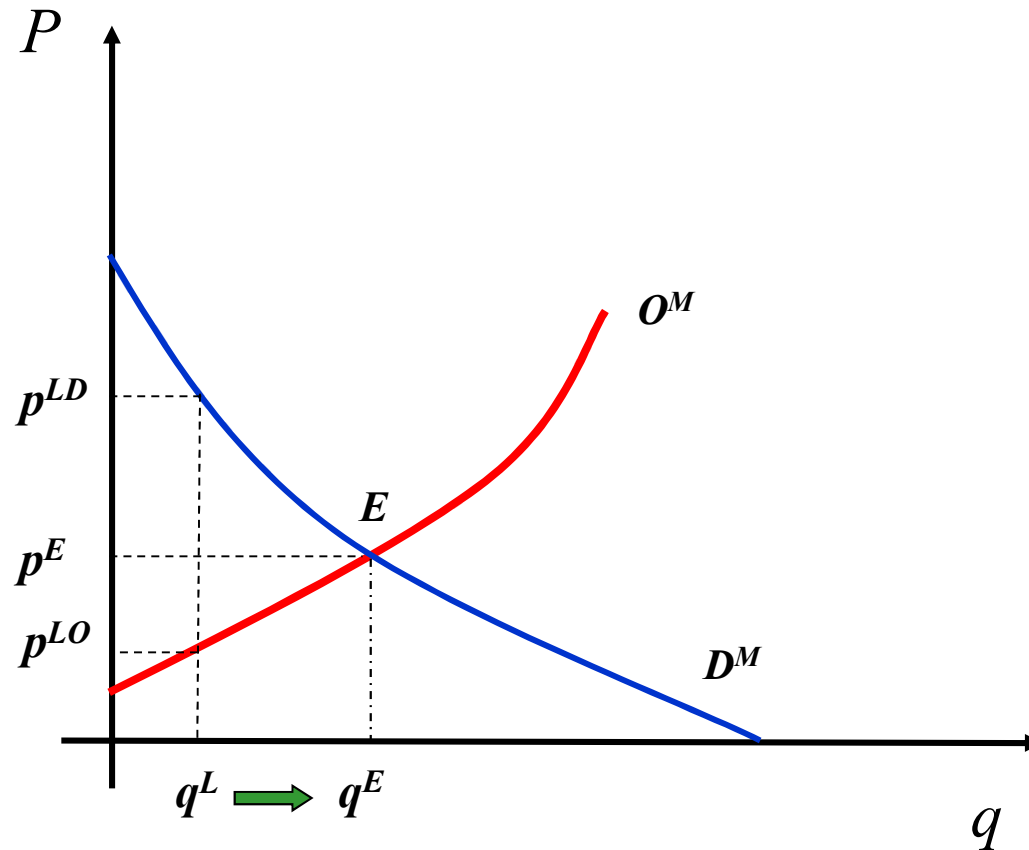
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di prezzo I



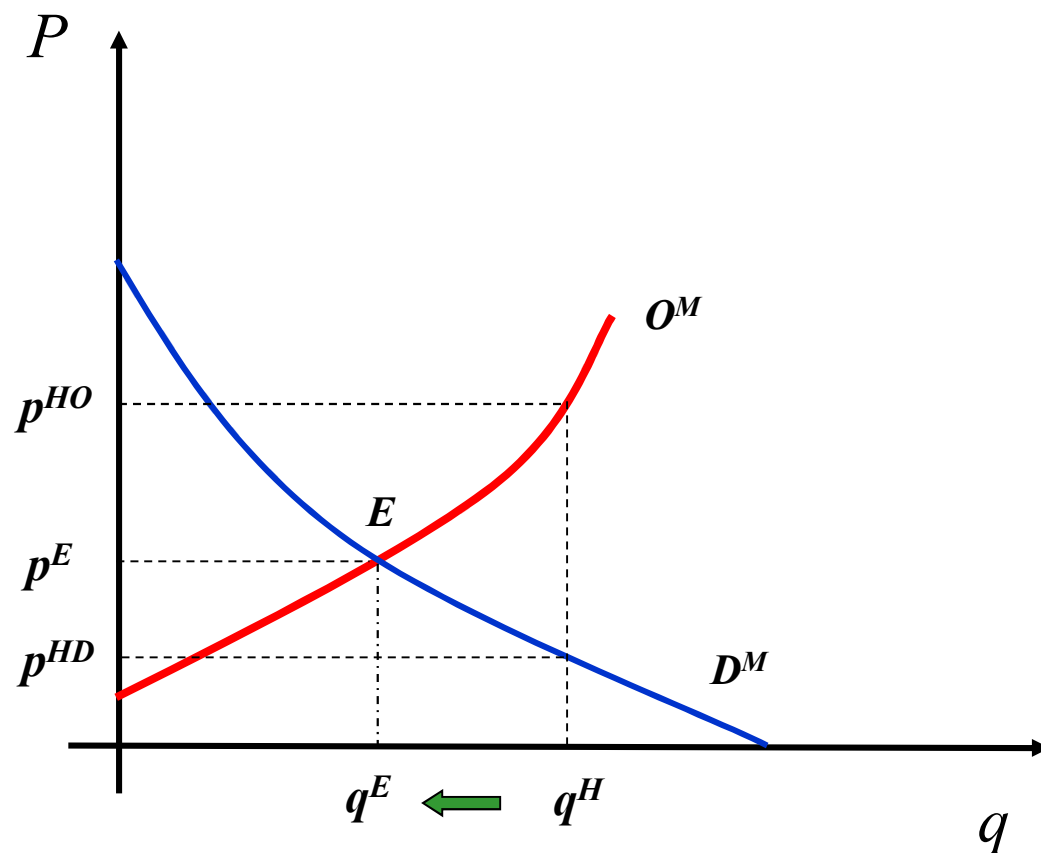
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di prezzo II



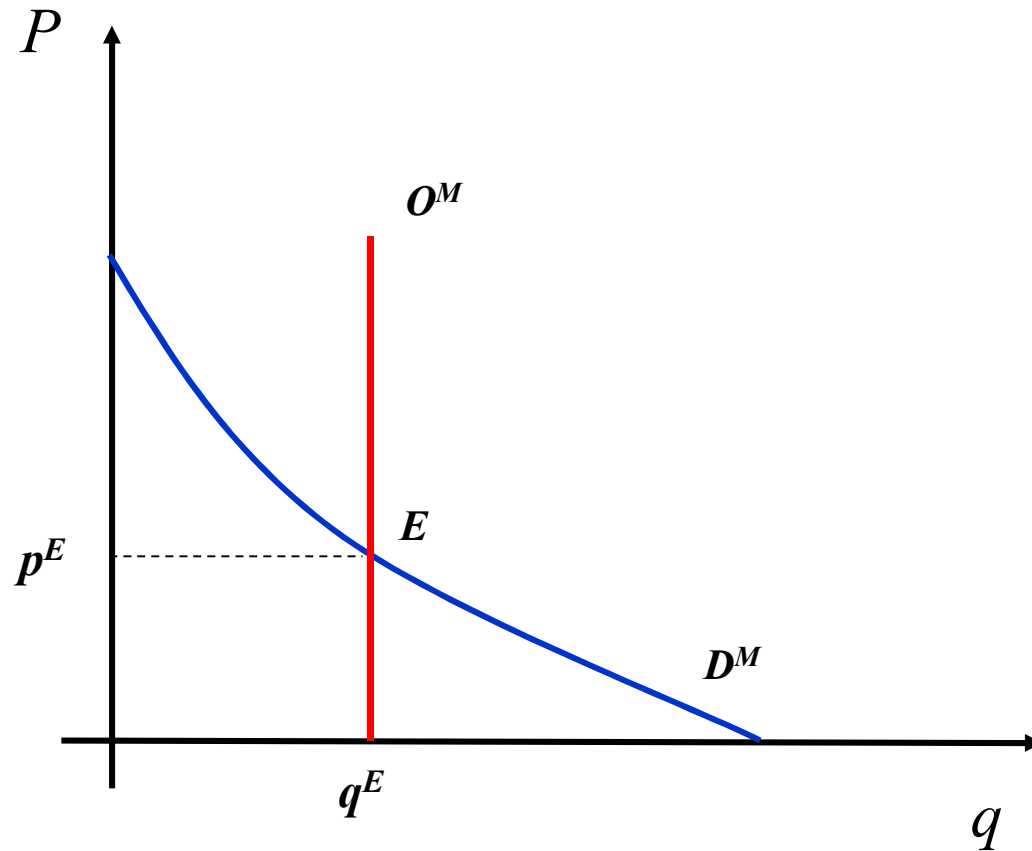
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di quantità I



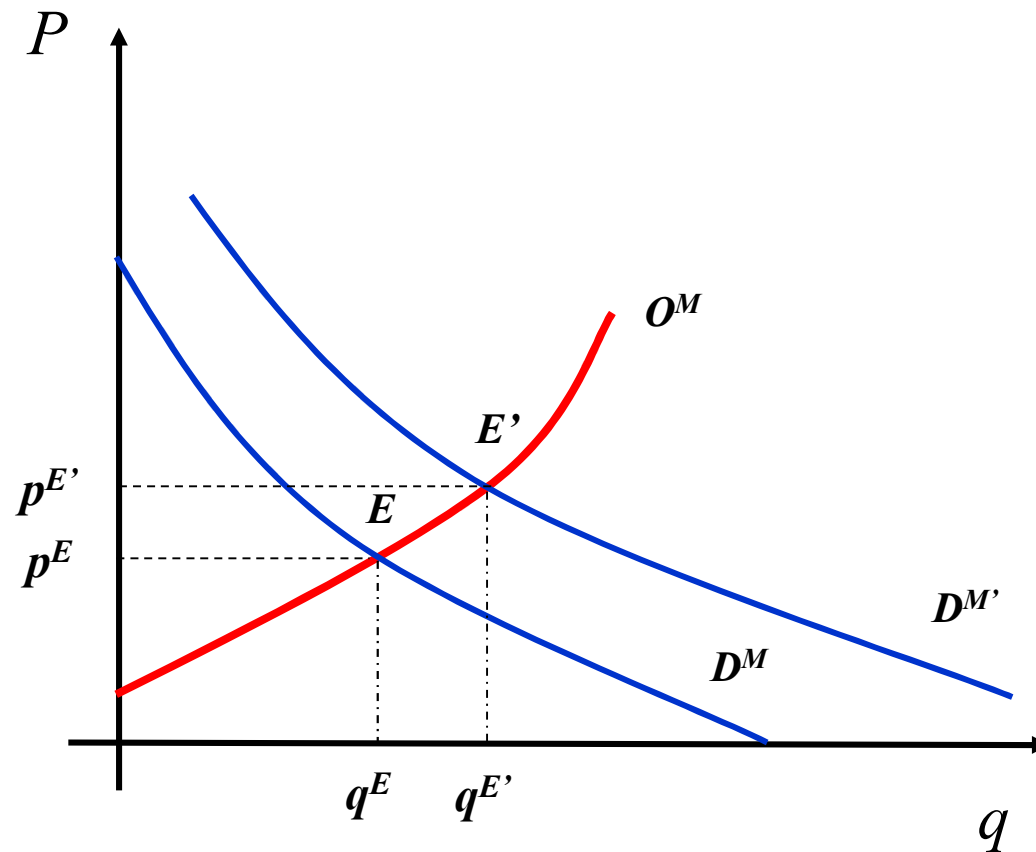
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di quantità II



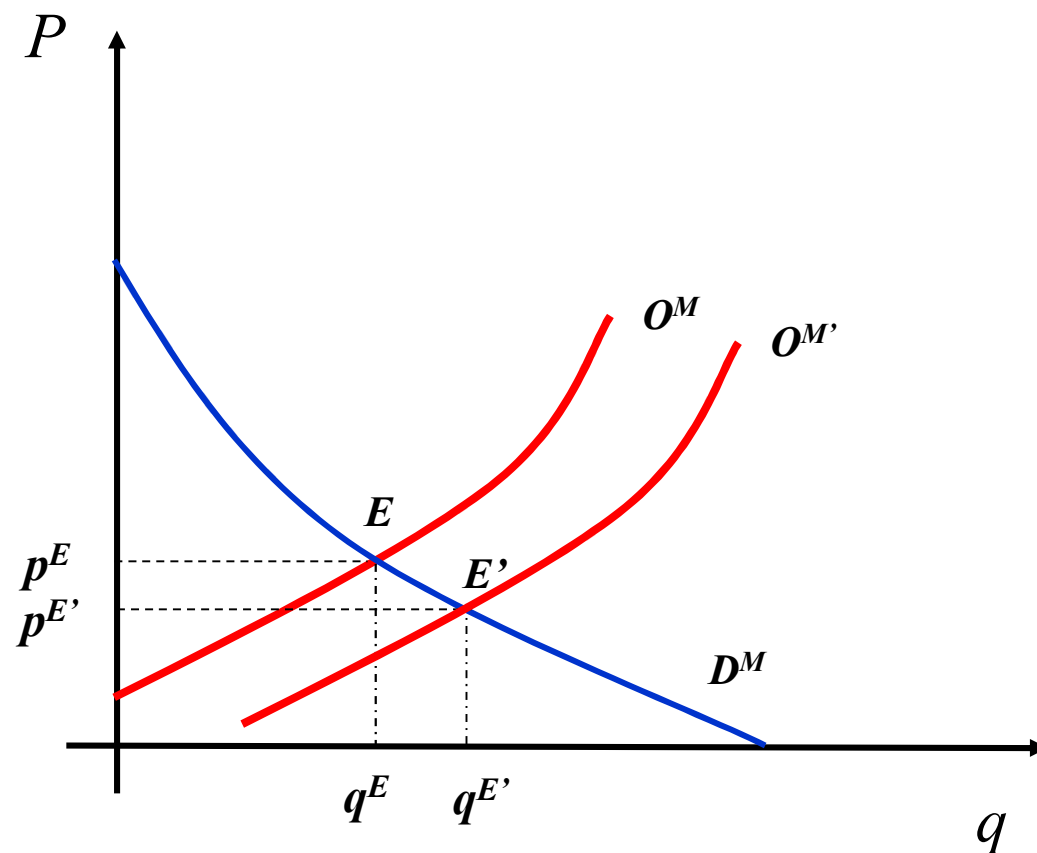
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza nel brevissimo periodo



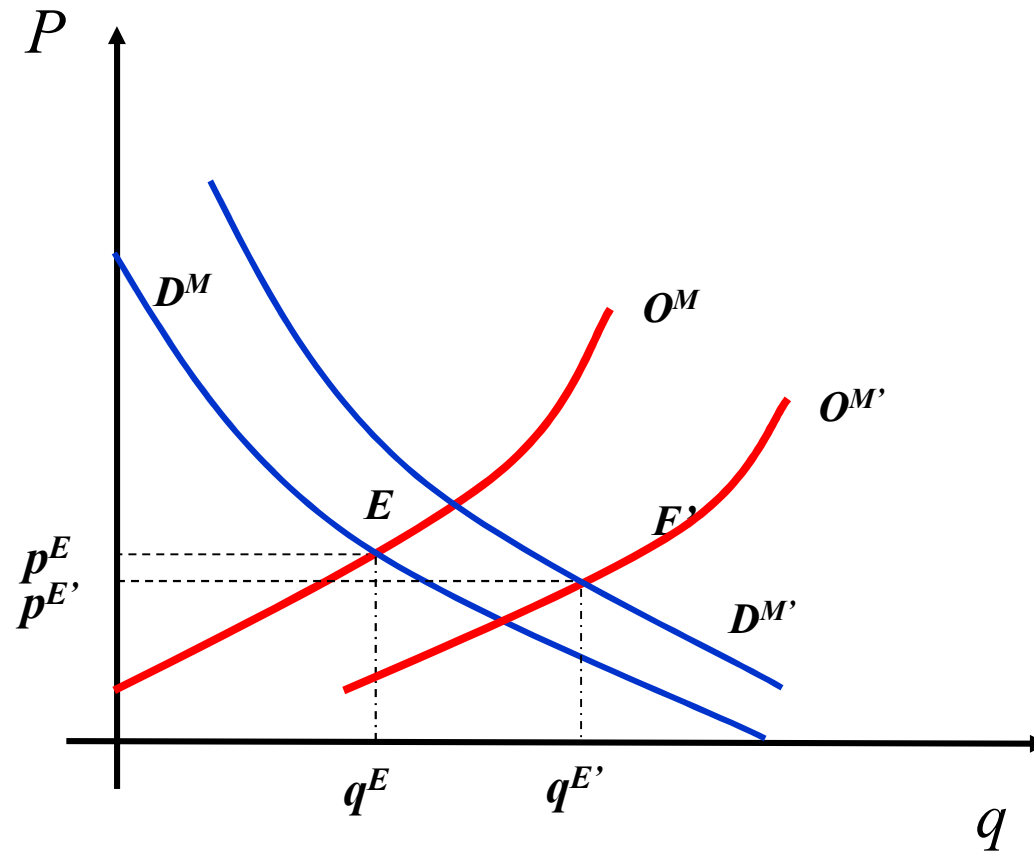
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e incrementi reddito



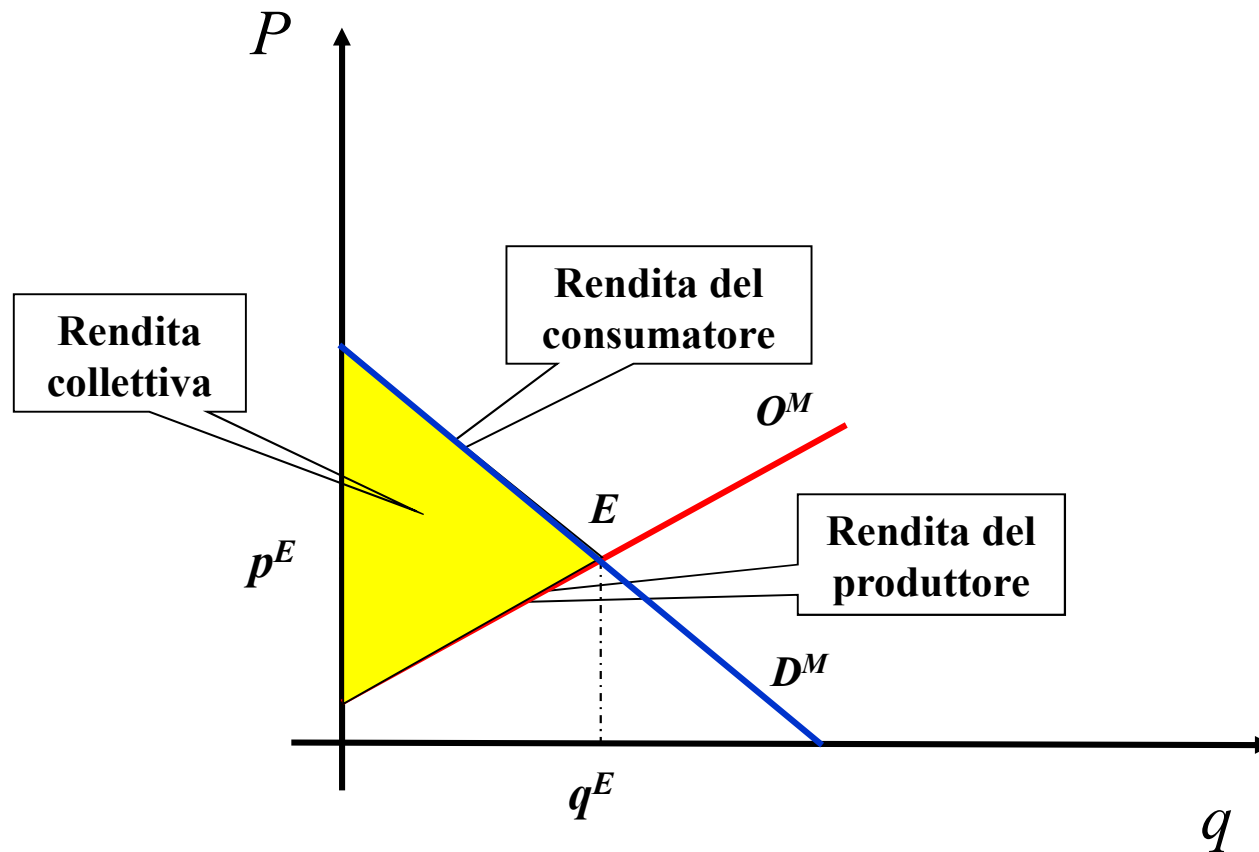
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e progresso tecnico



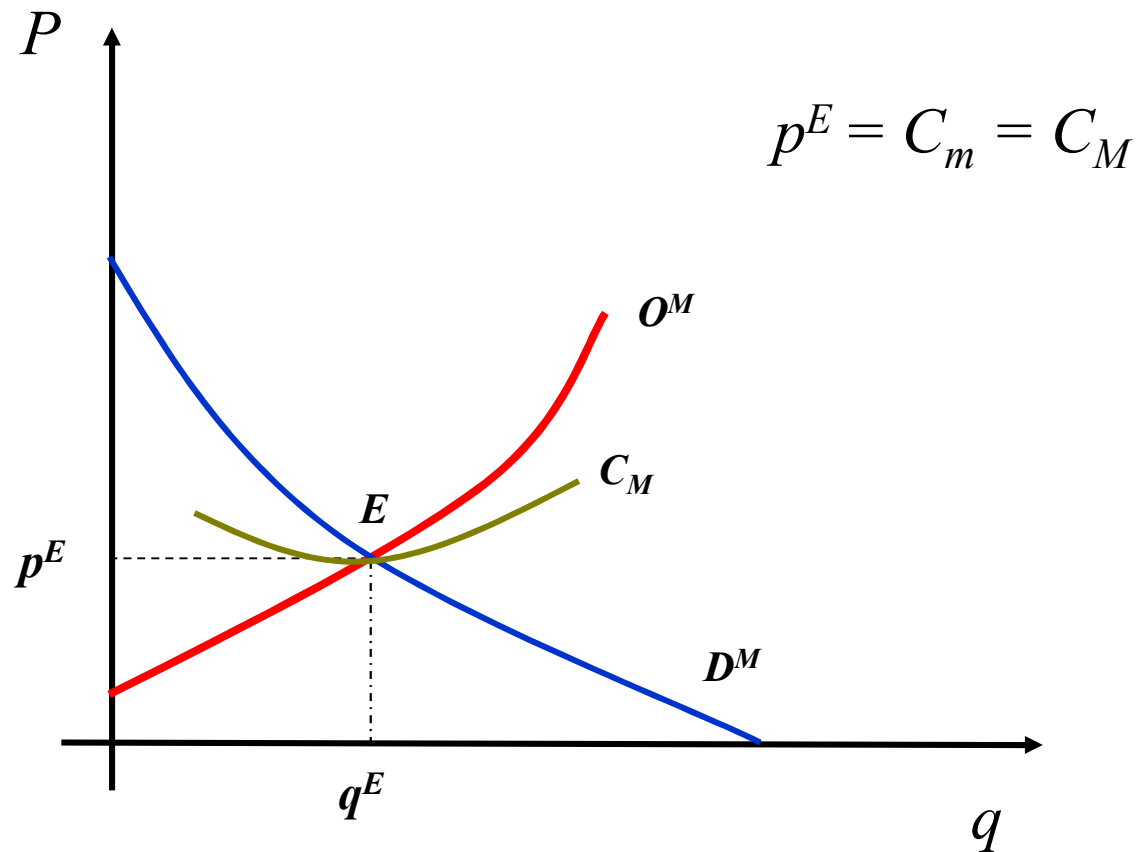
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza nell'evoluzione tecnica ed economica



L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e rendita collettiva



L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e profitti dei produttori



Il mercato di monopolio

Forma di mercato caratterizzata dalla possibilità dell'offerta di stabilire il prezzo di vendita o la quantità collocata sul mercato. E' considerata una forma di mercato da contrastare poiché penalizza la domanda.

I prerequisiti:

1. Un solo offerente e numerosi acquirenti
2. Gli operatori agiscono edonisticamente
3. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
4. L'accesso degli acquirenti al mercato è libero
5. L'accesso di altri offerenti sul mercato è molto difficile

I monopoli

I monopoli possono essere:

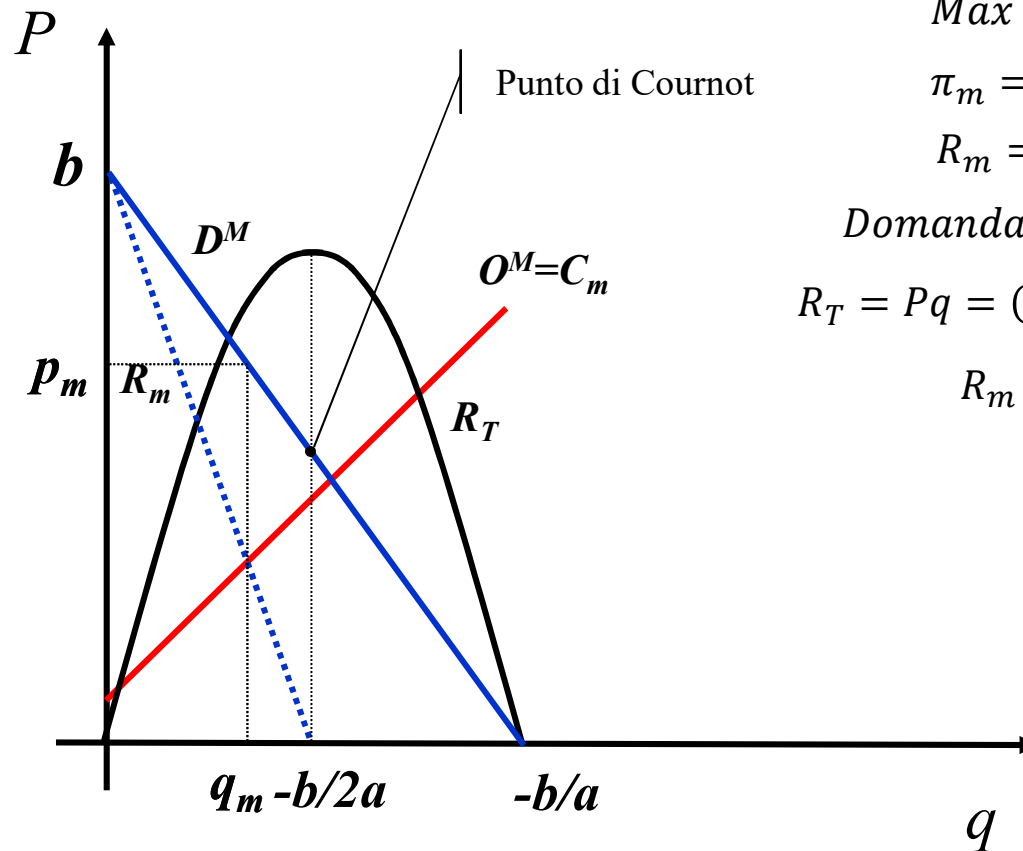
- Naturali: sono caratterizzati dal fatto che una singola impresa riesce a produrre ad un costo più basso (economie di scala) di una molteplicità di imprese e quindi in una strategia competitiva elimina progressivamente tutte le altre (chimica pesante, acciaierie, raffinazione, rete ferroviaria, rete di telecomunicazioni, distribuzione di energia elettrica). Possono anche costituirsi a causa delle «network externalities» vantaggi ad utilizzare un dato sistema operativo che deriva dalla sua diffusione (Windows, IOS).
- Legali: sono costituiti per legge per ragioni fiscali (tabacchi al consumo) o di interesse pubblico (il vecchio monopolio del sale).
- Di fatto: sono costituito da condizioni legali oggettive (brevetti, diritti d'autori) o sostanziali (De Beers per i diamanti)

I monopoli

Genesi:

- Economie di Scala/Rete
- Concentrazioni/Accordi
- Barriere all'ingresso di nuovi produttori (brevetti, investimenti, ecc.)

L'equilibrio del mercato di monopolio



$$\text{Max } \pi = R_T - C_T$$

$$\pi_m = R_m - C_m = 0$$

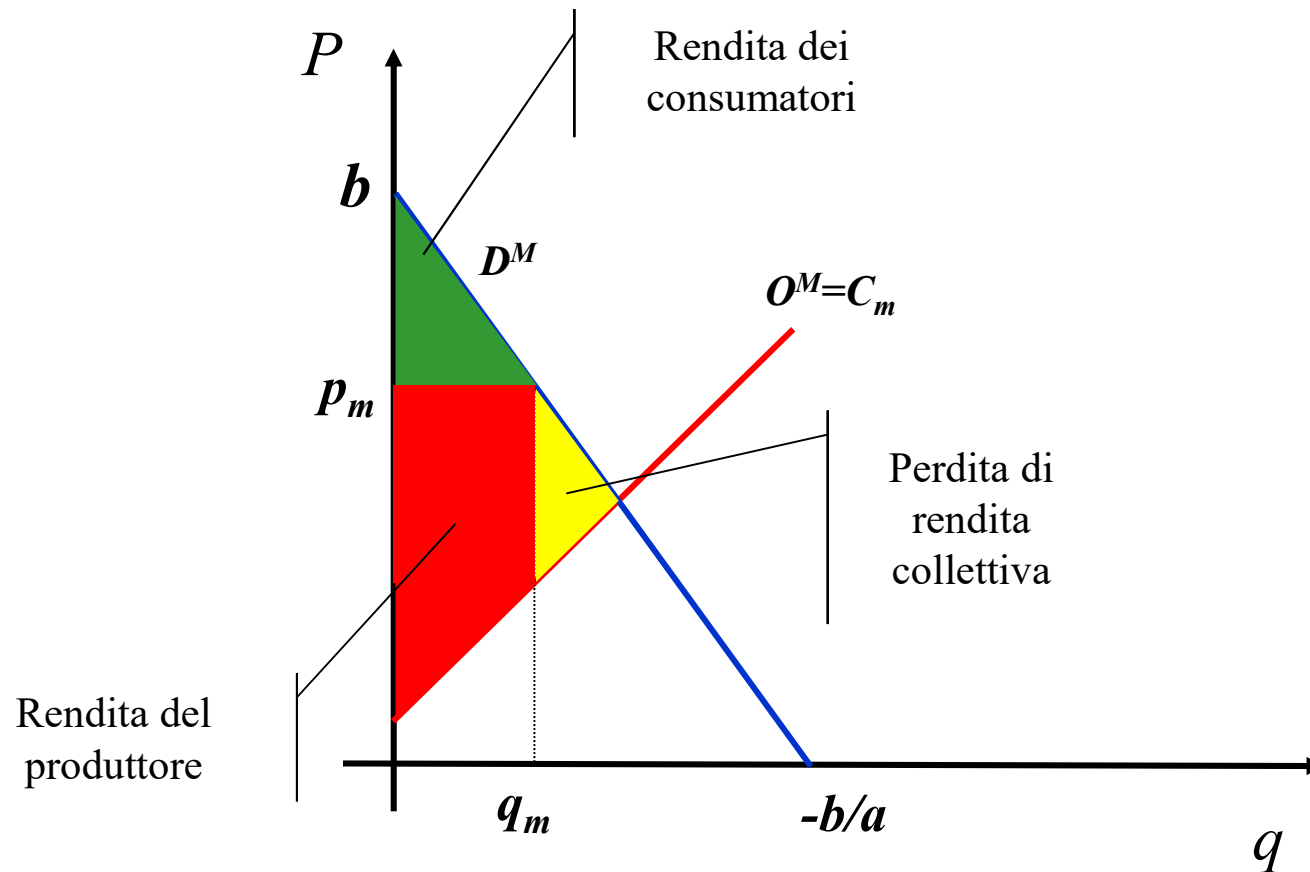
$$R_m = C_m$$

$$\text{Domanda: } P = aq + b$$

$$R_T = Pq = (aq + b)q = aq^2 + bq$$

$$R_m = 2aq + b$$

Le rendite nel mercato di monopolio



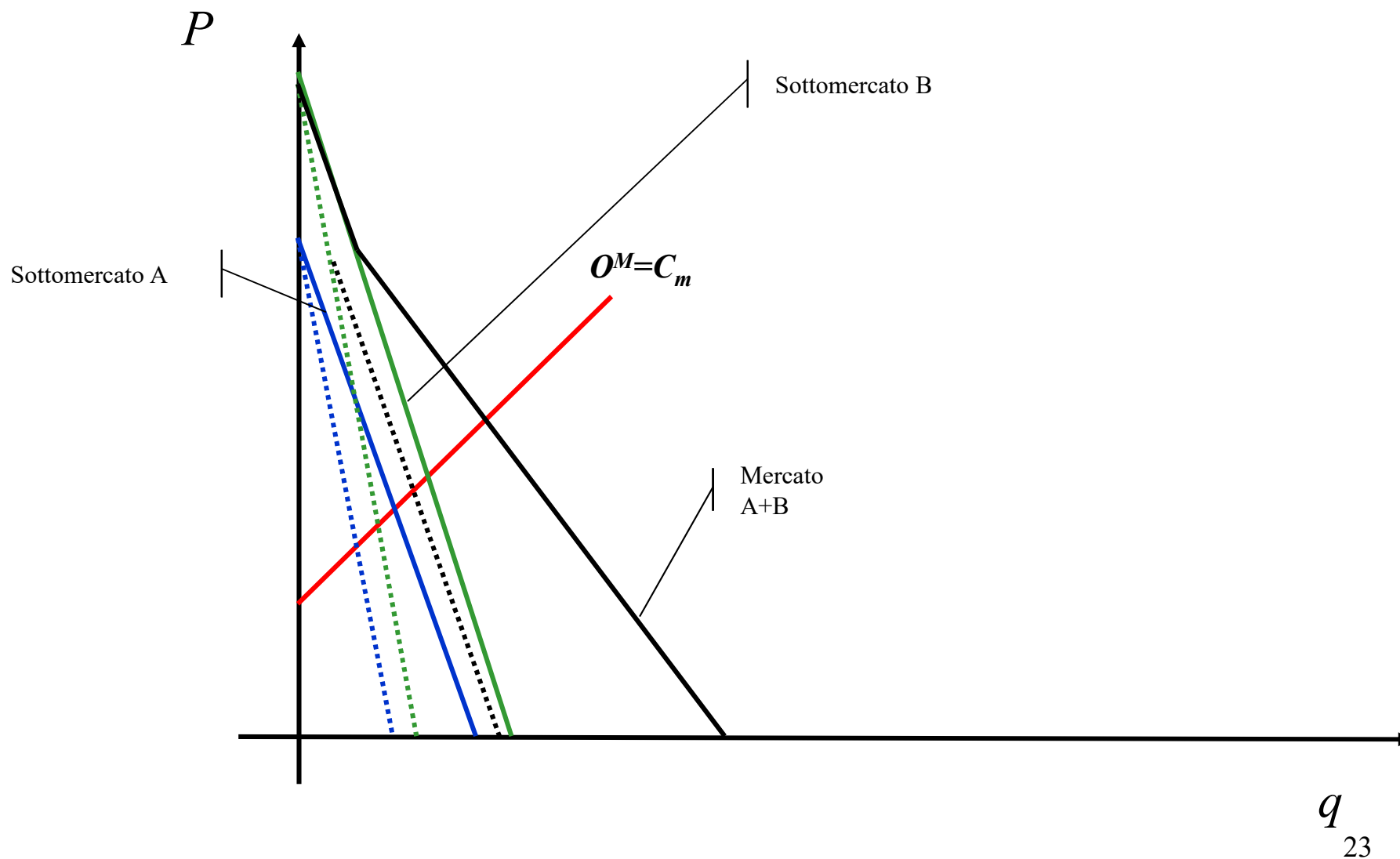
I monopoli con discriminazione di prezzo

Il monopolista, se ne ha la possibilità, tende a discriminare il prezzo per massimizzare i suoi profitti.

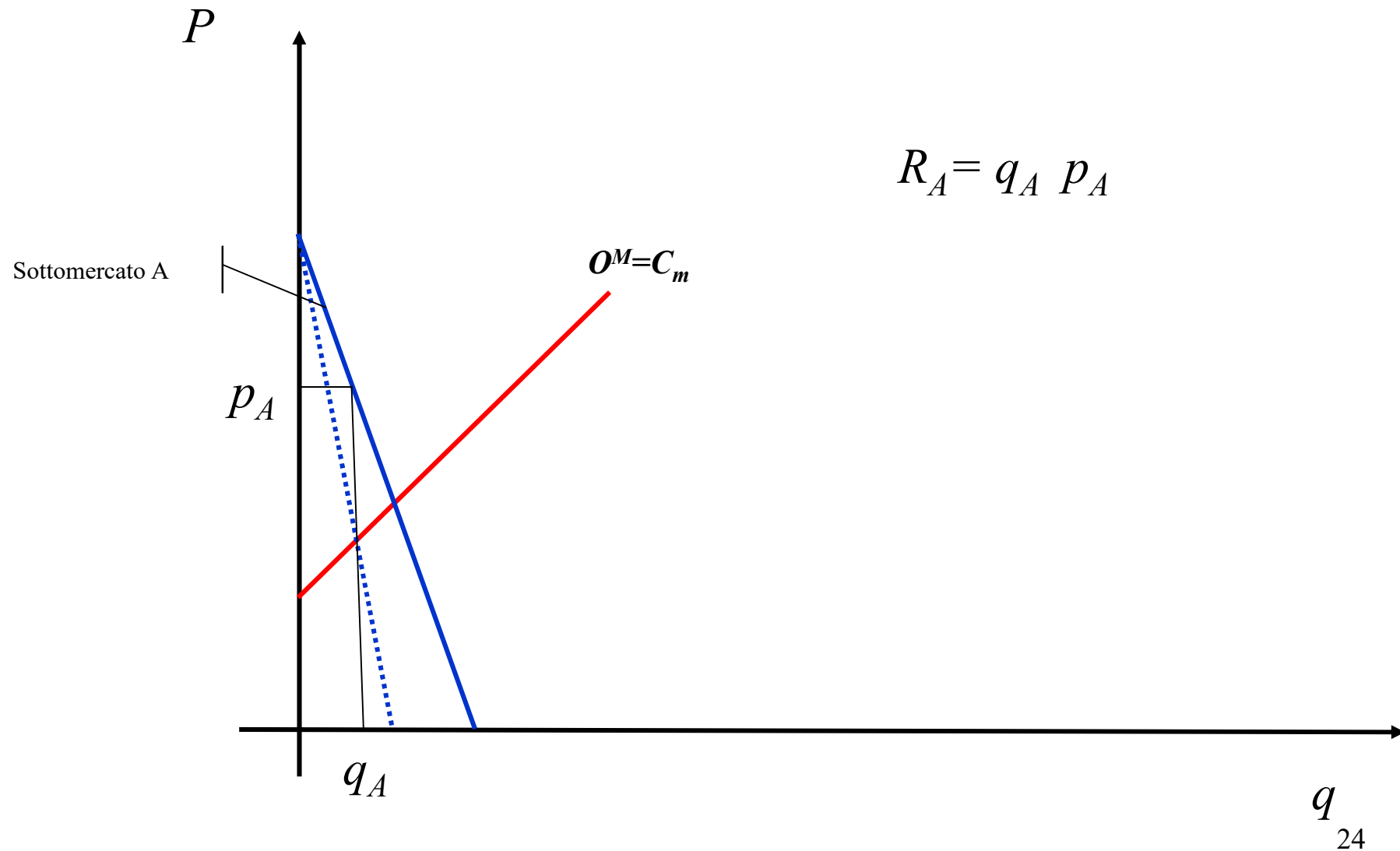
Strategie di differenziazione:

- Primo grado: il prezzo del bene/servizio è discriminato in funzione della disponibilità a pagare/reddito della domanda (prestazioni professionali, negoziazione da parte di un bravo venditore, profilazione dell'acquirente);
- Secondo grado: sconti sulla quantità acquistata, prezzi scalari in funzione della frazione acquistata);
- Differenziazione apparente: stesso prosecco (tappo corona 4 €, tappo sughero raso 5 €, tappo sughero fungo 6 €);
- Differenziazione nel tempo: tariffa aeree crescenti con l'avvicinarsi della data di partenza; prime e seconde visioni; saldi con sconti crescenti nel tempo;
- Tariffe a due componenti; componente fissa più variabile a consumo.

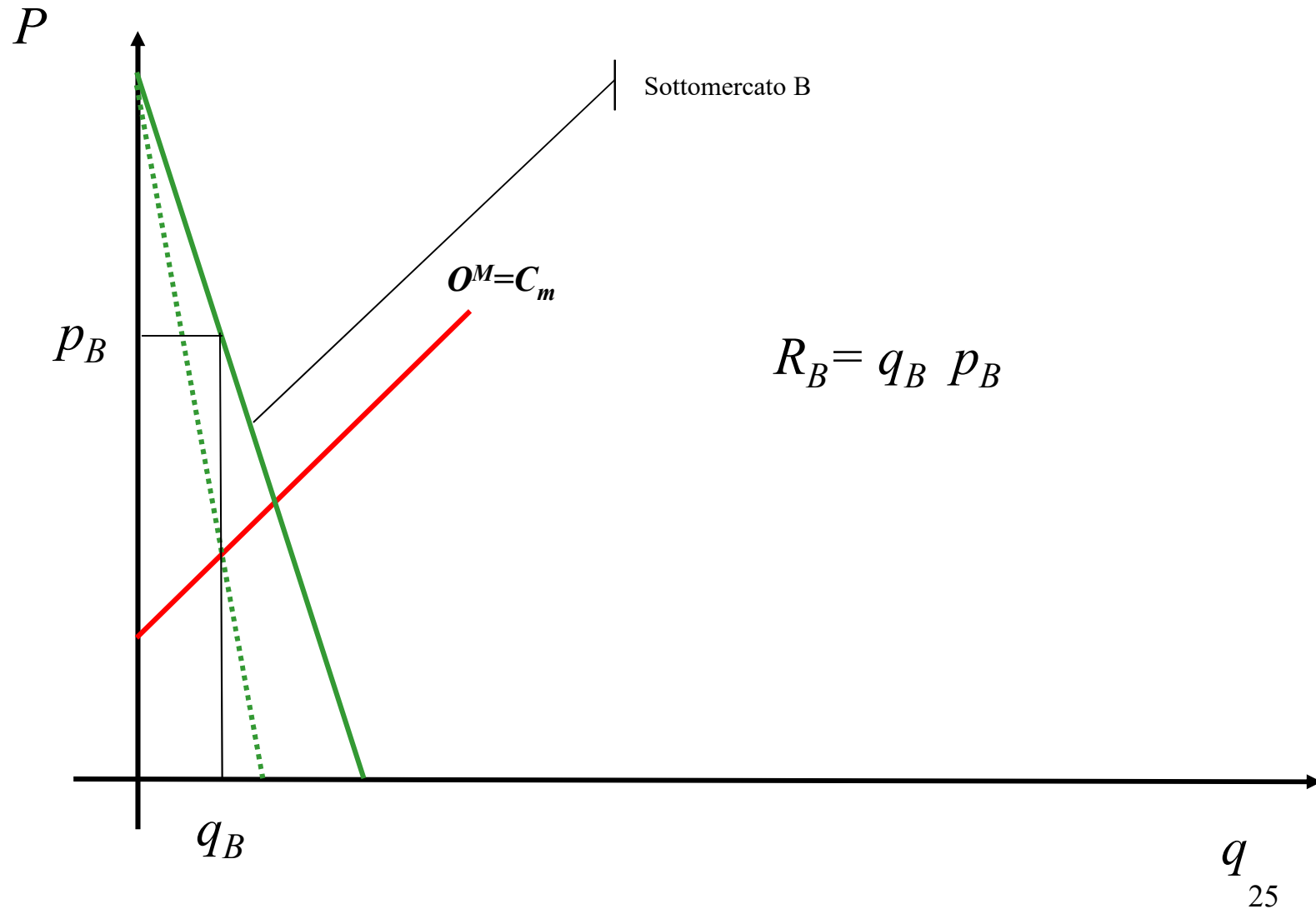
L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante



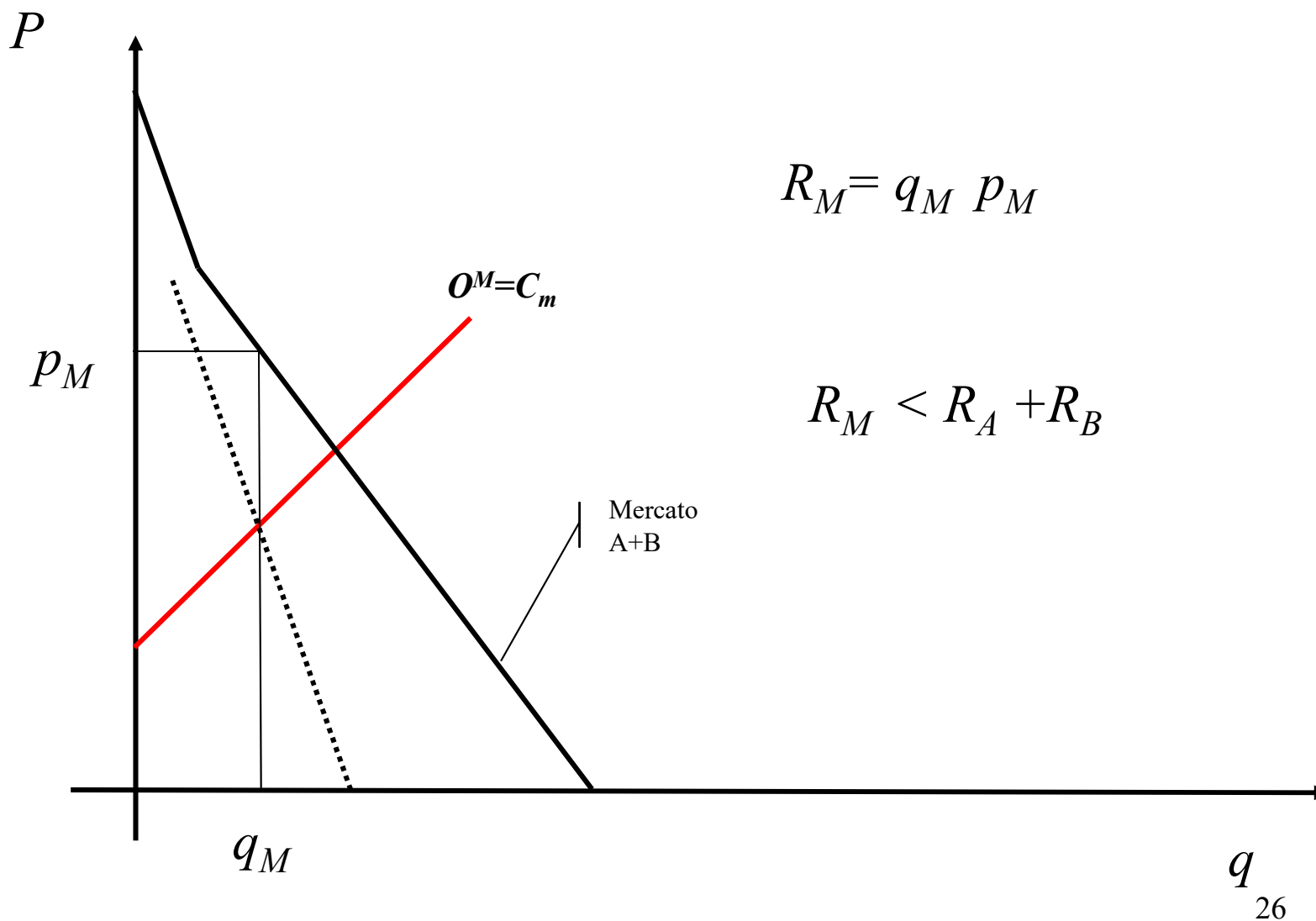
L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante



L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante



L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante

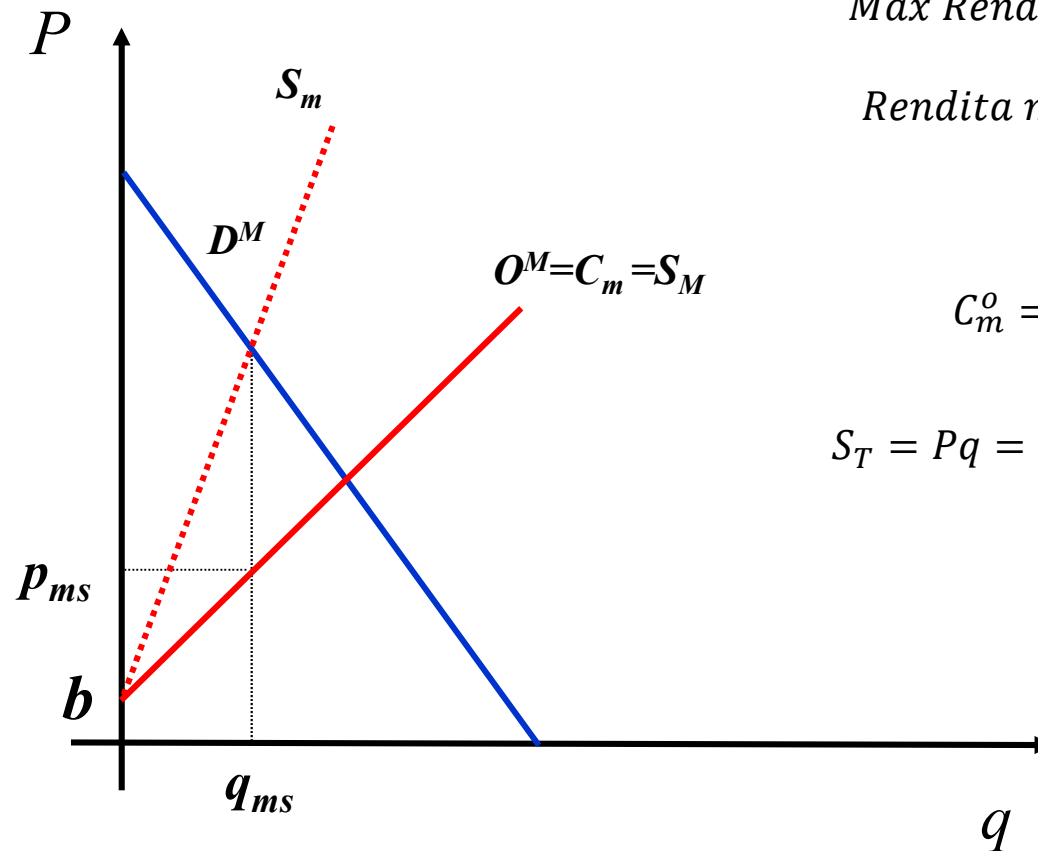


Il mercato di monopsonio

I prerequisiti:

1. Un solo acquirente e numerosi offerenti
2. L'acquirente ha la possibilità di stabilire il prezzo o la quantità domandata
3. Gli operatori agiscono edonisticamente
4. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità richieste)
5. L'accesso degli offerenti al mercato è libero

L'equilibrio del mercato di monopsonio



$$\text{Max Rendita} = DAP_T - S_T$$

$$\text{Rendita marginale} = 0$$

$$DAP_m = D^M = S_m$$

$$C_m^o = S_M^a = P = aq + b$$

$$S_T = Pq = (aq + b)q = aq^2 + bq$$

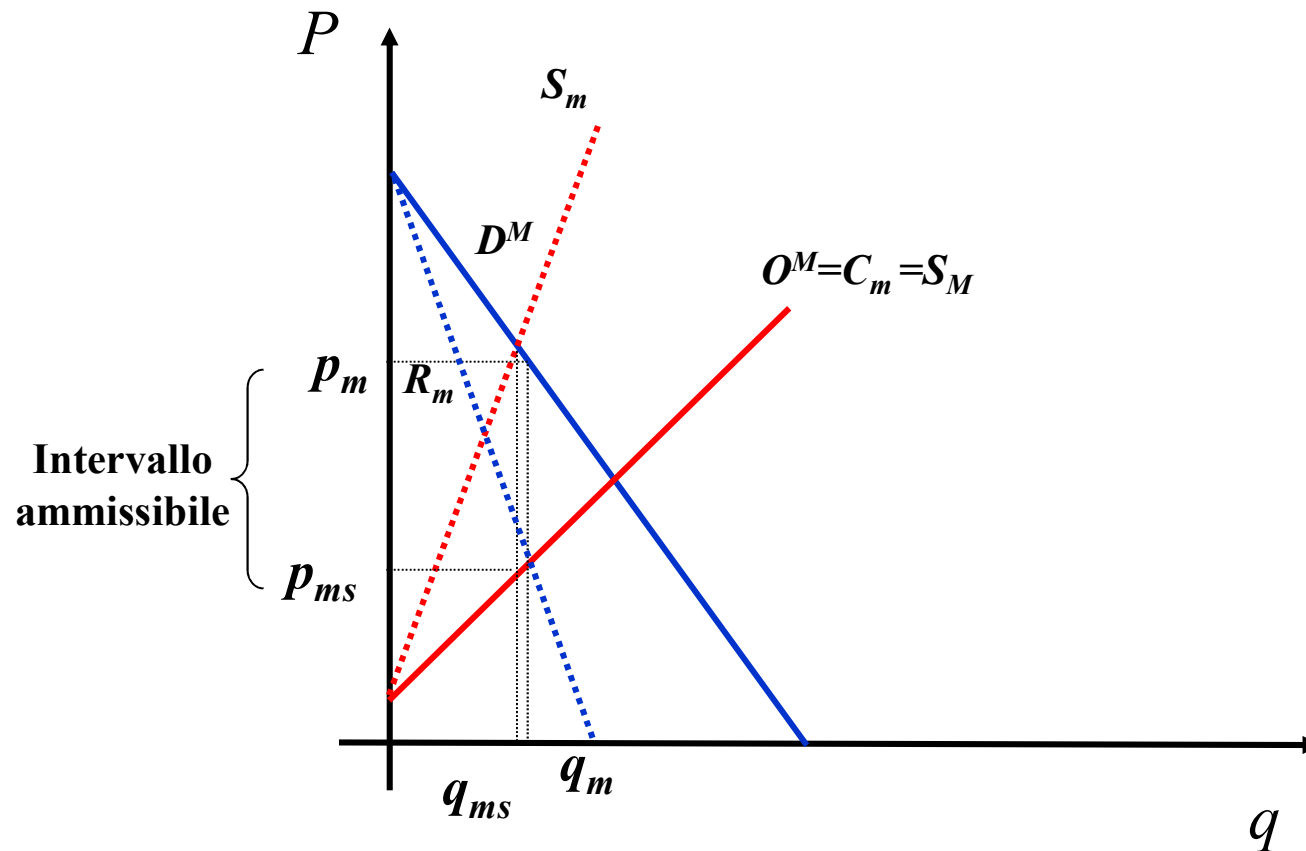
$$S_m = 2aq + b$$

Il monopolio bilaterale

I prerequisiti:

1. Un solo acquirente e un solo offerente
2. Gli operatori agiscono edonisticamente

L'equilibrio del monopolio bilaterale



L'oligopolio I°

I prerequisiti:

1. Pochi (minimo due) offerenti e numerosi acquirenti
2. Gli offerenti hanno la possibilità di influire sul prezzo o la quantità di mercato offerta
3. Gli operatori agiscono edonisticamente
4. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
5. L'accesso degli acquirenti al mercato è libero
6. L'accesso di nuovi offerenti è fortemente ostacolato

L'oligopolio II°

Tipi:

1. Puro
2. Differenziato

Genesi:

1. Economie di scala
2. Concentrazioni
3. Barriere all'ingresso
 1. marchi
 2. brevetti
 3. accesso limitato a risorse
 4. Investimenti rilevanti

Teoria dei giochi scelte di duopolio

Teoria dei giochi: disciplina che studia le scelte in situazioni di interazione strategica dove il risultato ottenuto dalla scelta di un giocatore dipende dalle scelte dell'altro giocatore.

Gioco non cooperativo: gioco in cui ogni giocatore agisce in funzione del proprio interesse.

Gioco a informazione imperfetta: gioco dove ogni giocatore non conosce la scelta degli altri giocatori.

Strategia: insieme delle azioni messe in campo da un giocatore.

Risposta ottima: la scelta migliore in funzione di una scelta altrui.

Condizione di credibilità: una risposta è credibile se è nell'interesse del giocatore attuarla.

Strategia dominante: strategia che fornisce un risultato almeno pari a quello di qualsiasi altra strategia per qualsiasi altra strategia scelta dagli altri giocatori.

Equilibrio di Nash: situazione definita dalla combinazione delle strategie dominanti di tutti i giocatori cioè quando nessuno riesce a migliorare in maniera unilaterale il risultato della sua strategia.

Equilibrio perfetto: combinazione di strategie credibili che soddisfano la condizione di Nash

Il dilemma del duopolista

Scelte con informazione imperfetta

Aumento o non aumento la produzione in un mercato non saturo?

Matrice dei profitti di ciascun duopolista		Impresa B			
		Aumenta la produzione		Non aumenta la produzione	
Impresa A	Aumenta la produzione		30		5
	Non aumenta la produzione		30		20
		30	5	30	20
Matrice dei profitti totali del duopolio		Impresa B			
		Aumenta la produzione		Non aumenta la produzione	
Impresa A	Aumenta la produzione	60		35	
	Non aumenta la produzione	35		40	

Per entrambe le imprese la strategia dominante (e conveniente) è aumentare la produzione
Equilibrio di Nash!

Il dilemma del duopolista

Scelte con informazione imperfetta

Aumento o non aumento la produzione in un mercato saturo?

Matrice dei profitti di ciascun duopolista		Impresa B			
		Aumenta la produzione		Non aumenta la produzione	
Impresa A	Aumenta la produzione	10	10	30	5
	Non aumenta la produzione	5	30	20	20
Matrice dei profitti totali del duopolio		Impresa B			
		Aumenta la produzione		Non aumenta la produzione	
Impresa A	Aumenta la produzione	20		35	
	Non aumenta la produzione	35		40	

Per entrambe le imprese la strategia dominante (anche se non conveniente) è aumentare la produzione
Equilibrio di Nash!

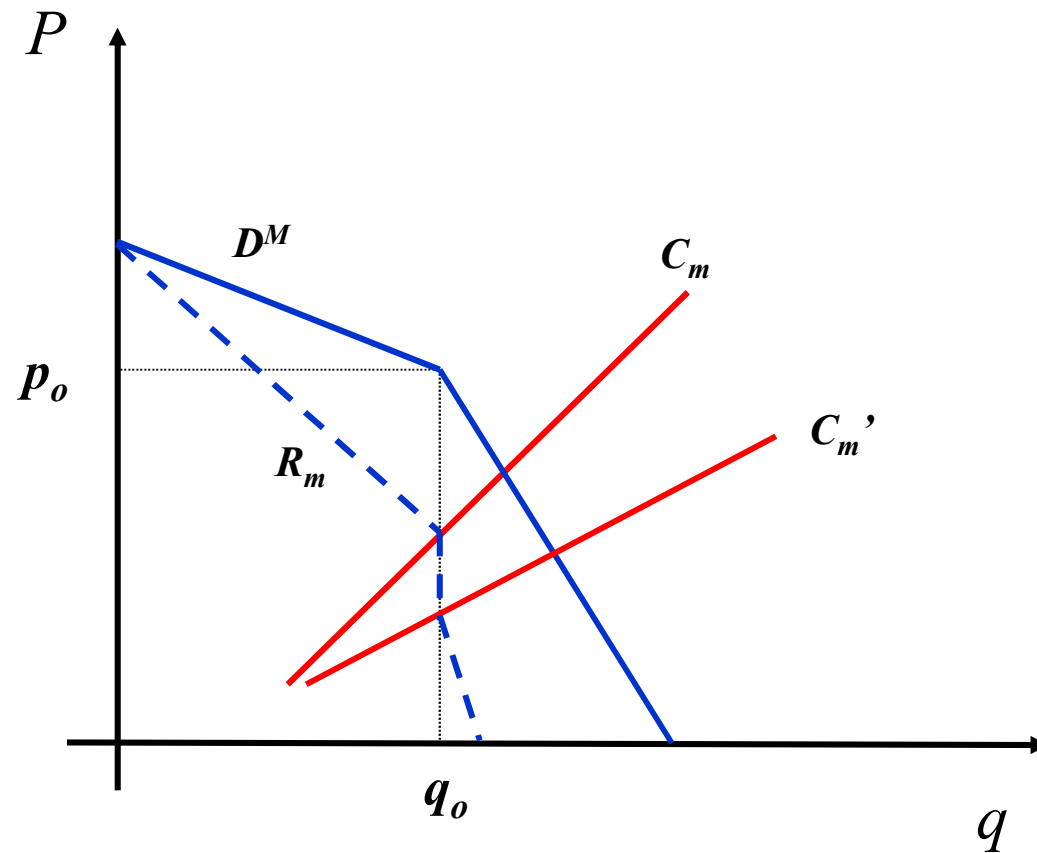
Il dilemma del duopolista

Scelte con informazione imperfetta
Aumento o non aumento la produzione?

Matrice dei profitti di ciascun duopolista		Impresa B			
		Aumenta la produzione		Non aumenta la produzione	
Impresa A	Aumenta la produzione	10	10	60	20
	Non aumenta la produzione	20	60	50	50
Matrice dei profitti totali del duopolio		Impresa B			
		Aumenta la produzione		Non aumenta la produzione	
Impresa A	Aumenta la produzione	20		80	
	Non aumenta la produzione	80		100	

La strategia dominante di un'impresa dipende dalla scelta dell'altra
L'equilibrio di Nash è multiplo e sono entrambi perfetti poiché non è credibile per ciascuna impresa cambiare strategia!

La stabilità del prezzo nell'oligopolio



Il mercato di concorrenza monopolistica I°

I prerequisiti:

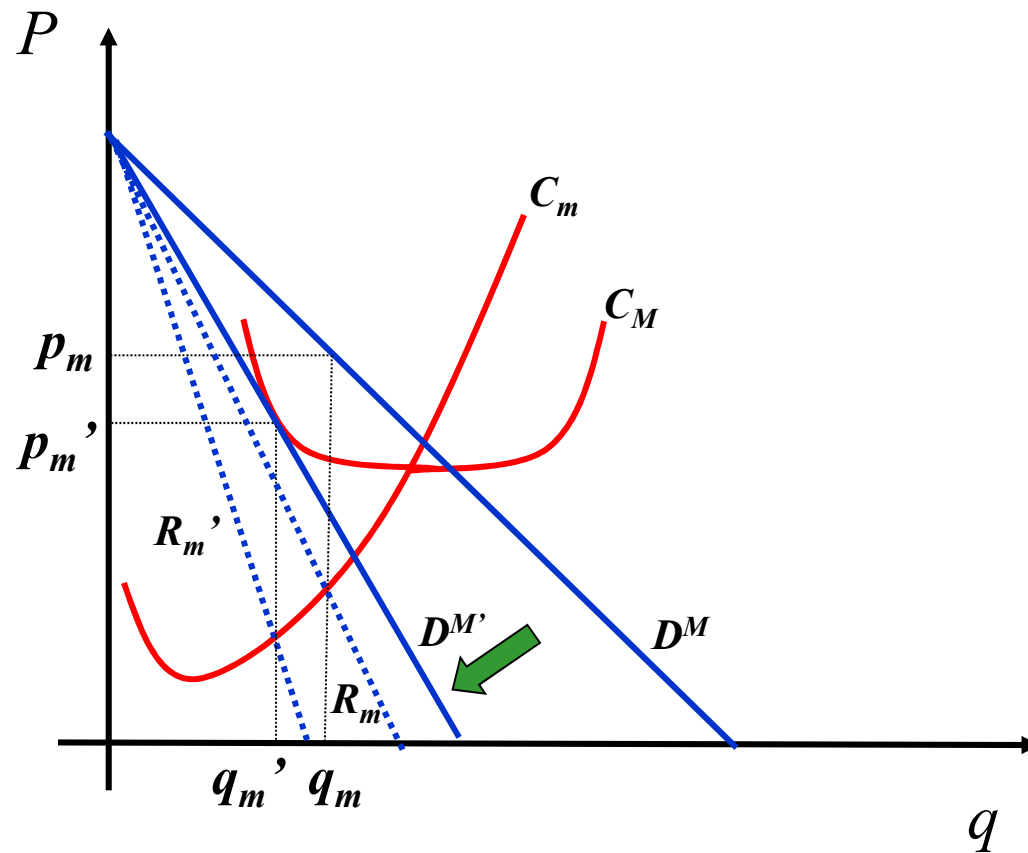
1. Imprese aggregabili in gruppi e numerosi acquirenti
2. La merce offerta è simile ma non identica (sostituibile)
3. Non vi sono barriere legali all'ingresso di nuovi offerenti
4. Non vi sono comportamenti collusivi
5. Ogni impresa è monopolista per il proprio prodotto
6. Gli operatori agiscono edonisticamente
7. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
8. L'accesso al mercato è libero

Il mercato di concorrenza monopolistica II°

Le caratteristiche:

- La domanda è più elastica che nel monopolio
- La domanda è più rigida che nella libera concorrenza
- La singola impresa nel breve periodo può comportarsi da monopolista
- Se non innova vi è un'erosione della sua domanda e si avvia verso una situazione concorrenziale

La dinamica della concorrenza monopolistica



Il mercato di concorrenza monopolistica III°

Le strategie dell'impresa in concorrenza monopolistica

1. Mantenere una posizione di monopolio mediante
 1. Investire in ricerca e sviluppo
 2. Differenziazione di prodotto
 3. Pubblicità
2. Fissa il prezzo con criterio del costo pieno

Il mercato di concorrenza monopolistica III°

Il criterio del costo pieno

$$\text{Costo pieno} = \text{Costo totale} + \text{Profitto atteso} = \text{Ricavo totale}$$

