

# Capitolo 11

## Il monopolio

---

### *Soluzioni delle Domande di ripasso*

1. Un mercato di monopolio è costituito da un unico venditore e da molteplici acquirenti. Poiché, per definizione, l'impresa serve l'intero mercato, essa fronteggia l'intero insieme di compratori che costituiscono la curva di domanda di mercato.
2. Per un monopolista il ricavo marginale è inferiore al prezzo. Ciò accade perchè se il monopolista riduce il prezzo si verificano due effetti. Innanzitutto, il ricavo dell'impresa aumenta a seguito delle unità aggiuntive vendute (unità marginali). In secondo luogo, il ricavo dell'impresa diminuisce perchè essa vende alcune unità ad un prezzo minore di quello che potrebbe fissare se scegliesse di vendere una quantità inferiore (unità inframarginali). La variazione del ricavo è la somma algebrica dell'aumento derivante dalle unità marginali e della diminuzione derivante dalle unità inframarginali. Questa variazione può essere scritta come

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = P + Q \frac{\Delta P}{\Delta Q}$$

Dato che la domanda è inclinata negativamente, il secondo termine è negativo, il che implica che il ricavo marginale è minore del prezzo.

3. Il ricavo marginale è negativo se l'aumento dei ricavi che l'impresa ottiene vendendo unità aggiuntive (marginali) ad un prezzo più basso è più che compensato dalla diminuzione dei ricavi derivante dalla vendita di unità (inframarginali) ad un prezzo più basso di quello a cui si potrebbe vendere scegliendo una minore quantità di output.

Se la domanda è inelastica

$$\frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} > -1$$

$$\frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} > -1$$

$$\frac{\Delta Q}{\Delta P} \left( \frac{P}{Q} \right) > -1$$

$$P < -Q \left( \frac{\Delta P}{\Delta Q} \right)$$

$$P + Q \left( \frac{\Delta P}{\Delta Q} \right) < 0$$

Ma,

$$MR = P + Q \frac{\Delta P}{\Delta Q}$$

Quindi, se la domanda è inelastica, il ricavo marginale è negativo.

4.
  - a) Vero. Poiché l'impresa opera nella regione inelastica della curva di domanda, il ricavo marginale è negativo. Quindi, una diminuzione dell'output comporta un aumento dei ricavi totali. E, dato che l'output è minore, il costo totale è più basso. Quindi, riducendo l'output e aumentando il prezzo, l'impresa può aumentare i profitti.
  - b) Falso. Se l'impresa opera nella regione elastica della curva di domanda di mercato, un aumento dell'output comporterà un aumento dei ricavi totali. Inoltre, un aumento dell'output comporterà un aumento dei costi totali. Quindi l'effetto sui profitti dipenderà da come i costi aumentano relativamente ai ricavi.
5. In corrispondenza del punto in cui l'impresa massimizza i profitti i ricavi totali non sono massimizzati. L'impresa massimizza i ricavi in corrispondenza del punto in cui  $MR = 0$  e massimizza i profitti in corrispondenza del punto per il quale  $MR = MC$ . Quindi, a meno che  $MC = 0$ , l'impresa non massimizzerà ricavi e profitti in corrispondenza dello stesso punto.
6. IEPR è la Inverse elasticity pricing rule. Questa regola afferma che un'impresa che ha come obiettivo la massimizzazione del profitto e che fa sì che  $MR = MC$  soddisferà la condizione

$$\frac{P^* - MC^*}{P^*} = -\frac{1}{\varepsilon_{Q,P}}$$

dove gli asterischi indicano il prezzo e il costo marginale in corrispondenza del livello di output che massimizza i profitti.

7. Sebbene le imprese di concorrenza perfetta non abbiano potere di mercato, non è vero che ogni impresa che fronteggia una concorrenza non ha potere di mercato. In questo esempio particolare, sebbene Toyota abbia chiaramente una concorrenza, essa vende un prodotto differenziato rispetto a quello delle altre case automobilistiche. Ciò consente a Toyota di controllare il suo prezzo poiché nessun'altra impresa automobilistica vende un prodotto identico al suo. Quindi, Toyota ha un certo potere di mercato. E' vero, tuttavia, che questo potere di mercato può essere limitato dai prezzi che gli altri produttori fissano per le loro automobili. Se il prodotto di Toyota viene percepito come non molto differente dalle altre automobili, essa non sarà in grado di fissare un prezzo che si discosti di molto da quello prevalente nel resto del mercato.
8. Un monopolista multi-impianto sceglie un livello di output e poi lo distribuisce tra gli impianti in modo tale che i costi marginali siano uguali per ogni impianto. Se un'impresa di concorrenza perfetta avesse più impianti seguirebbe la stessa regola. Per capire perché, si immagini che non sia così e che i costi marginali fra gli impianti siano diversi. Se i costi marginali sono diversi, l'impresa riduce di una unità la produzione dell'impianto col costo marginale alto e aumenta di una unità la produzione dell'impianto col costo marginale basso. Ciò comporta una riduzione del costo totale senza che i ricavi si modifichino. Quindi, il profitto aumenta. Ne segue che, per massimizzare il profitto, l'impresa deve allocare l'output tra gli impianti in modo da uguagliare i costi marginali.
9. Un equilibrio di monopolio provoca una perdita secca di benessere sociale perchè il monopolista produce una minore quantità e fissa un prezzo più alto rispetto all'equilibrio di concorrenza perfetta. Tale scelta consente al monopolista di generare profitti economici e aumentare il surplus del produttore, essenzialmente estraendo surplus dai consumatori. L'impresa, tuttavia, non è in grado di ottenere esattamente ciò che viene perso dai consumatori, riducendo i benefici totali netti, e dando luogo ad una perdita di benessere sociale.
10. L'impresa monopsonista impiega una minore quantità di input e la remunera a un prezzo più basso rispetto a quanto accadrebbe in concorrenza perfetta. Ciò le consente di estrarre surplus ai fornitori dell'input, ma tale surplus addizionale è inferiore a quello che perdono i proprietari dell'input, per cui il beneficio economico netto si riduce e si crea una perdita secca.