



Concurența în condiții de monopol

Monopol și non-concurență. Forme de monopol

Optimul monopolului

Discriminări de preț

Ineficiența alocării resurselor



Discriminări de preț

• = diferențierea prețurilor

• scop:

- sporirea profitului

- însușirea rentei consumatorului

• forme:

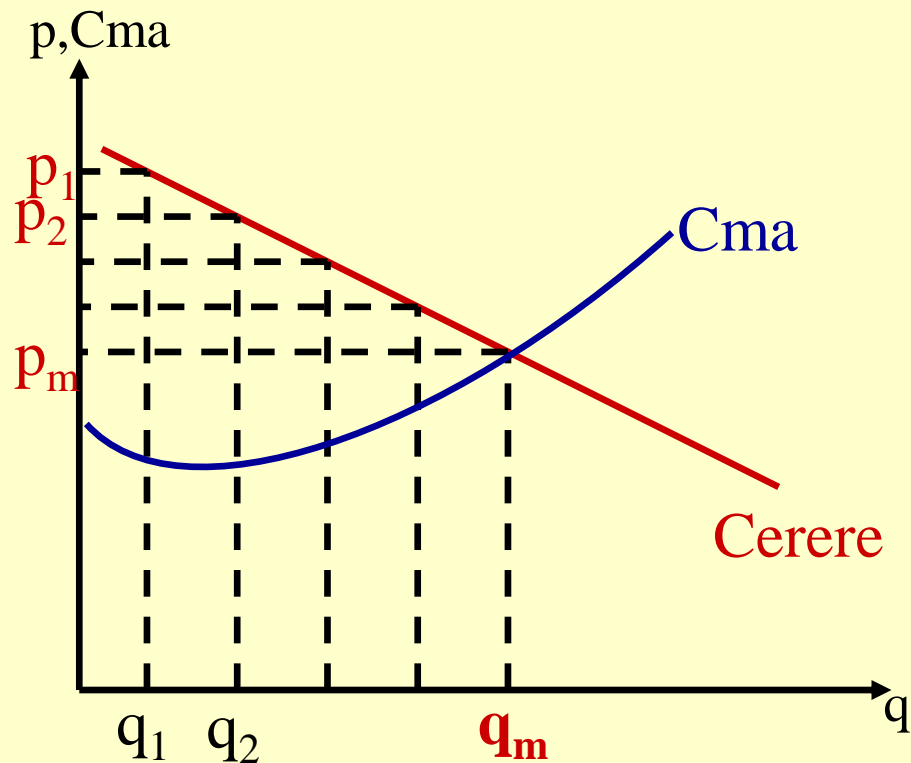
1. discriminare personală → venit

2. discriminare materială → destinație

3. discriminare geografică → locație

Monopol cu discriminare perfectă (discriminarea de rangul întâi)

- *însușirea integrală a rentei consumatorului*
- **pp. prețuri diferite pentru toți clienții și pentru fiecare unitate de achiziționată** (*practic imposibil de realizat*)





Tarifarea non-lineară (discriminarea de rangul doi)

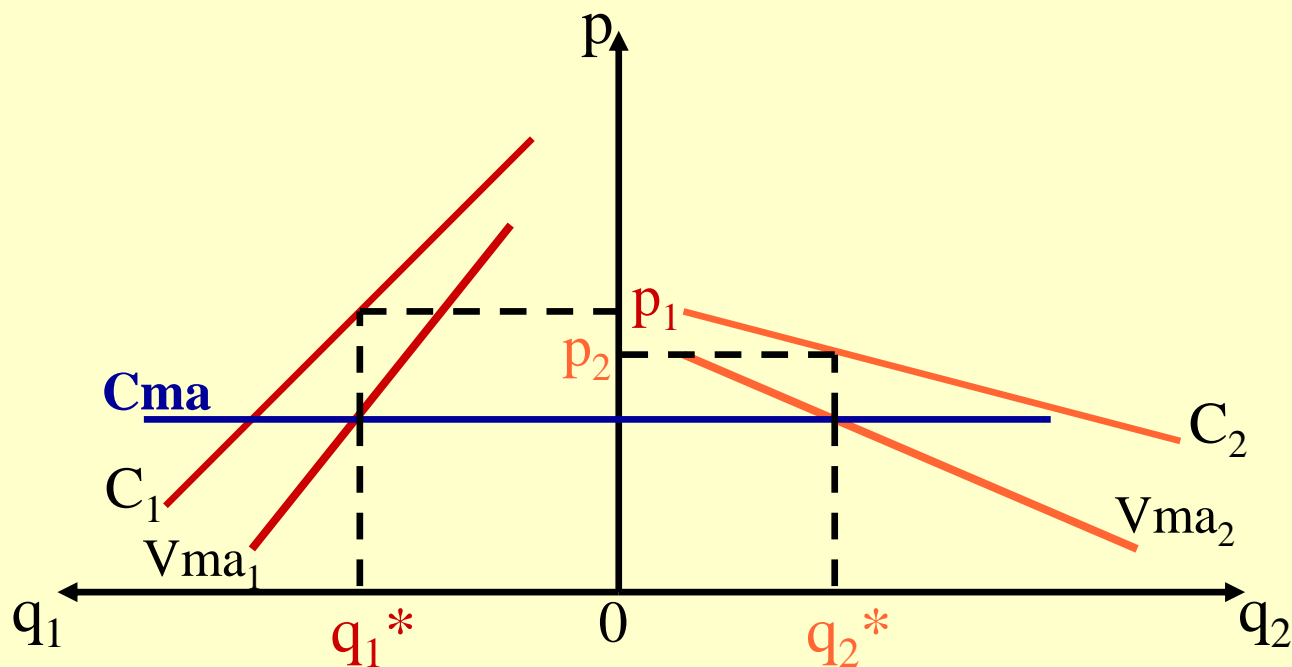
discriminările între unitățile consumate (primele unități cumpărate mai scump decât următoarele, prețul mediu de achiziție scade pe măsura creșterii cantității achiziționate) → însușirea parțială a rentei consumatorului

pp. prețuri diferite în funcție de cantitatea cumpărată

practică comună → rabaturi comerciale (discounturi)

Segmentarea piețelor discriminare de rangul trei)

- împărțirea clientelei în câteva categorii omogene, necostisitor identificabile (nu există posibilitatea transferului de bunuri între categoriile de consumatori)
- practicarea de prețuri unice la nivelul fiecărei categorii (dar diferite între ele) → *însușirea parțială a rentei consumatorului*





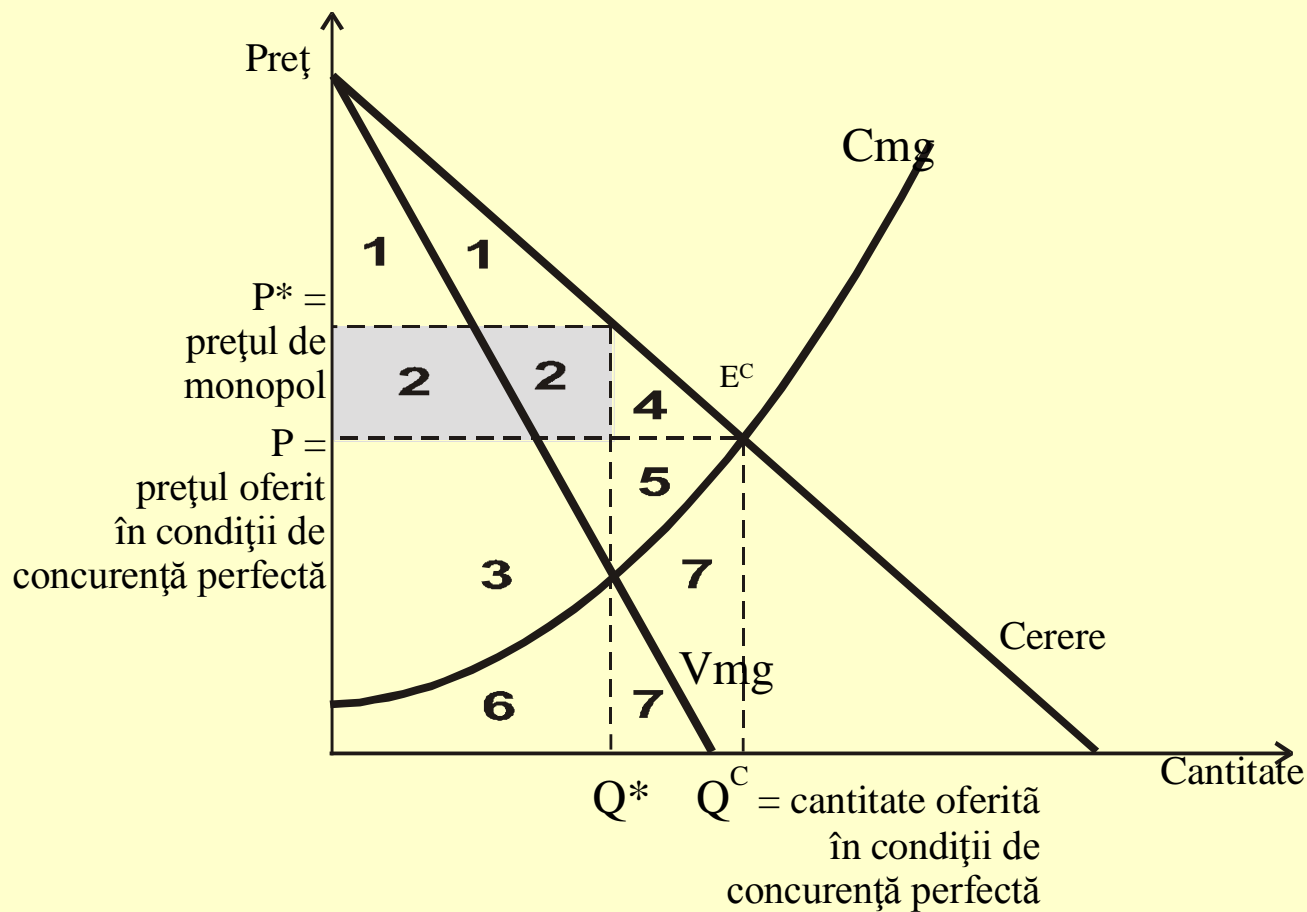
Ineficiența alocativă a monopolului (*Pierdere netă de bunăstare socială*)

Bunăstare socială

=

Renta consumatorului + Renta producătorului

Ineficiența alocativă a monopolului:





Ineficiența alocativă a monopolului (*Pierdere netă de bunăstare socială*)

Bunăstare socială

=

Renta consumatorului + Renta producătorului

concurența perfectă:

Aria (1+2+4) + Aria (3+5)

monopol:

Aria (1) + Aria (2+3)



Ineficiența alocativă a monopolului (*Pierdere netă de bunăstare socială*)

Bunăstare socială

=

Renta consumatorului + Renta producătorului

concurența perfectă:

Aria (1+2+4) + Aria (3+5)

monopol:

Aria (1) + Aria (2+3)

pierdere netă de bunăstare:

Aria (4+5)

→renta corespunzătoare producției nerealizate ($Q^C - Q^$)*



Ineficiența alocativă a monopolului

- transfer de rentă de la consumator la producător: Aria (2)

concurența perfectă:

$$RC = \text{Aria } (1+2+4), \quad RP = \text{Aria } (3+5)$$

monopol:

$$RC = \text{Aria } (1), \quad RP = \text{Aria } (2+3)$$

pierdere netă de bunăstare: Aria (4+5)

→ *pierdere* $RC = \text{Aria } 4$

→ *pierdere* $RP = \text{Aria } 5$

Monopolul realizează un spor de profit atâta vreme cât:

$$\text{Aria } (2) > \text{Aria } (5)$$

dacă câștigul obținut în urma practicării unui preț mai mare acoperă pierderea de venit generată de o producție mai scăzută



Monopolul natural

- apare spontan în ramurile unde există un *randament de scară puternic crescător*
 - *costurile și prețul este cel mai redus în atare condiții* (dacă apar alte firme pe piață, clienții se vor distribui între acestea iar costurile vor crește pe seama unor costuri fixe mari repartizate asupra unei producții mai reduse; de aici vor rezulta și prețuri mai ridicate)
 - *necesar un control din partea societății* (pentru a nu profita totuși de poziția sa)
- ex.: calea ferată, servicii salubritate, energie electrică, termoficare



Monopsonul

- *cererea este reprezentată de un singur cumpărător, iar oferta de un număr mare de producători*

ex: unic angajator într-o anumită localitate (zonă)

achiziționează cantitatea dintr-o marfă a cărei prelucrare și/sau vânzare (în întregime) asigură profitul maxim.

→ *costul marginal al factorului de producție (Cmg^{FP})*

= costul total (sau variabil) suplimentar necesar achiziționării unei noi unități din factorul de producție

→ *venitul marginal al factorului de producție (Vmg^{FP})*

= venitul total suplimentar datorat achiziționării (și utilizării productive) unei noi unități din factorul de producție



Monopsonul

→ mărește cantitatea achiziționată dintr-un factor de producție variabil atâta timp cât costurile adiționale sunt mai mici (sau egale la limită) decât veniturile suplimentare datorate folosirii în producție a unei noi unități din factorul respectiv.

→ **punctul optim (M):**

$$C_{mg}^{FP} = V_{mg}^{FP}$$

→ cantitatea achiziționată: Q^M

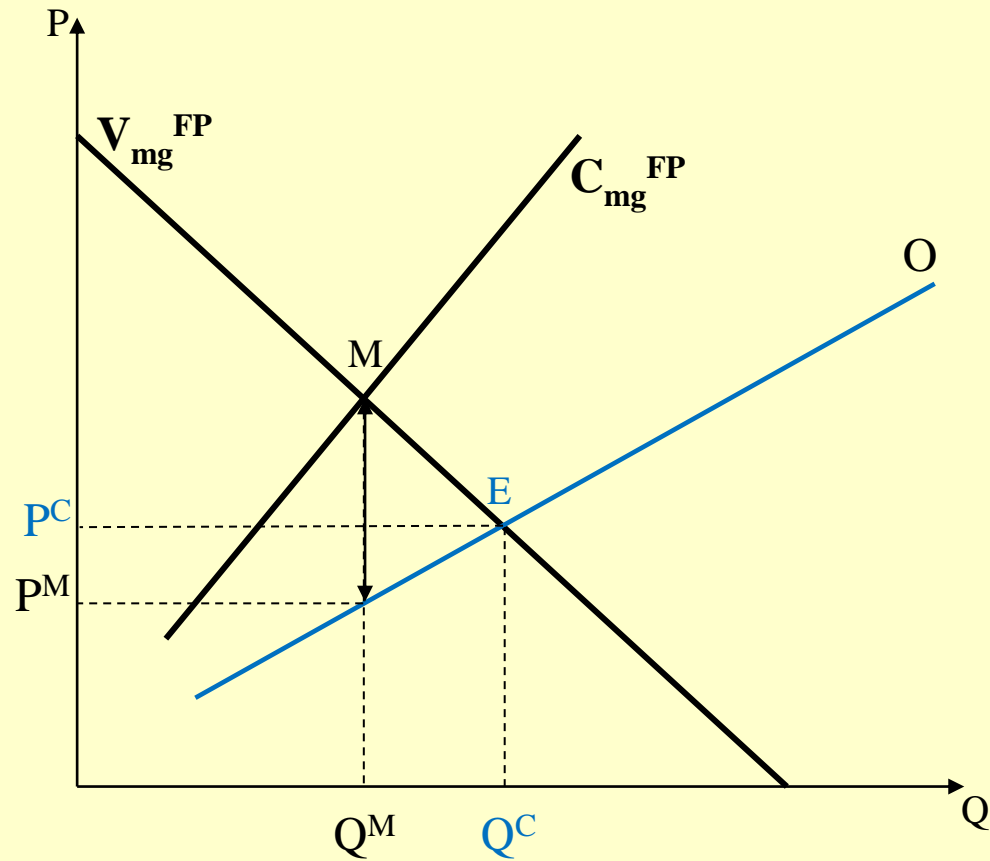
cerere factori de producție în concurență perfectă = Vmg^{FP}

echilibru perfect concurențial → P^C, Q^C (pct. E)

cerere factori de producție în monopson = Q^M (***rigidă***)

echilibru monopson → P^M, Q^M (pct. M)

Monopsonul





Monopsonul

efecte:

→ *transfer de rentă de la producător la cumpărător (prețuri mai reduse = pierdere de profit pentru vânzători = spor de profit pentru cumpărători, pe seama vânzării ulterioare a mărfii sau a bunurilor rezultate în urma prelucrării acesteia)*

→ *tranzacții mai reduse = producție mai mică = pierdere netă de bunăstare socială*



Monopol bilateral

rezultatul final depinde de forța de piață a participanților, de abilitățile de negociere a fiecărei părți.

prețul pentru cantitatea tranzacționată va fi egală cel puțin cu costul marginal al vânzătorului, dar nu mai mult decât venitul marginal al cumpărătorului:

$$Cmg^{VANZ} \leq p < Vmg^{CUMP}$$

$$Cmg^{MONOPOL} \leq p < Vmg^{MONOPSON} \text{ (adică } Vmg^{FP} \text{)}$$



Oligopolurile

Concept și tipologie

Modele de oligopol



<u>Ofertă</u> Cerere	Număr mare de agenți economici	Număr redus de agenți economici	Firmă unică
Număr mare de agenți economici	Concurență Perfectă	Oligopol	Monopol
Număr redus de agenți economici	Oligopson	Oligopol Bilateral	Monopol contracarat
Firmă unică	Monopson	Monopson contracarat	Monopol bilateral



Maximizarea profitului firmei imperfect competitive:

► $Pr = \max$ atunci când $(Pr)' = 0$

► adică:

$$[VT - CT]' = \frac{\partial VT}{\partial q} - \frac{\partial CT}{\partial q} = Vmg - Cmg = 0$$

► de unde: $Vmg = Cmg$



Oligopolul

- ▮ desemnează situațiile unor piețe în care există un număr restrâns de producători/ofertanți și un număr relativ ridicat de cumpărători (caracterul de atomicitate a cererii se menține).
- ▮ fiecare firmă aflată în poziție de oligopol dispune de puterea de a influența prețul pieței,
- ▮ deciziile pe care le ia nu pot fi și nu sunt complet independente de deciziile celorlalte firme (impune luarea în considerare a posibilelor reacții ale concurenților)
- ▮ *nici una nu este de regulă suficient de puternică pentru a impune prețul său celorlalte*



Firma:

- ▮ Concurențială = *receptoare de preț (price takers)*
- ▮ Monopolistă = *fixează unilateral prețul (price makers)*
- ▮ Oligopolistă = *caută prețul convenabil tuturor (price seekers)*



forme de oligopol:

existența sau absența diferențierii produselor:


- *oligopol pur*
- *oligopol diferențiat.*

legăturile reciproce (gradul de coordonare):

- *oligopoluri complet coordonate* (înțelegeri directe)
- *oligopoluri parțial coordonate* (coordonare spontană sau tacită)
- *oligopoluri fără coordonare.*

situația maximizării profiturilor:

- *oligopolul complet*
- *oligopolul parțial.*




oligopolul presupune mai degrabă o coordonare spontană decât acorduri directe.

fiecare firmă ia în considerare răspunsul așteptat din partea concurenților vis-a-vis de propriile acțiuni și își stabilește propriile politici comerciale în concordanță cu acesta.

În aceste cazuri pot apare 2 tipuri de relații concurențiale:

- existența și acceptarea unei firme lider a cărei influență este dominantă
- cooperare voluntară (fără cadrul organizațional, acorduri sau firmă lider) determinată de interese comune, etica afacerilor și toleranță reciprocă.



Nu există un model general al echilibrului în condiții de oligopol

modele:

- Cartel (coordonare completă)
- Firma lider (oligopol asimetric)
- Cererea pliată
- DUOPOLURILE: Cournot (dublă dependență), Stackelberg (duopol asimetric), Bowley (dublă dominație), Bertrand



Situația de cartel

- reunește mai multe firme sub o conducere unitară și care acționează pe piață ca un unic ofertant
- monopol de facto
- se fixează prețuri (minim) și cote de producție
- problema delicată este cea a repartizării cotelor de producție între unitățile componente
- maximizarea profiturilor însumate ale cartelului:

$$V_{ma} = C_{ma} \rightarrow [q_t]$$

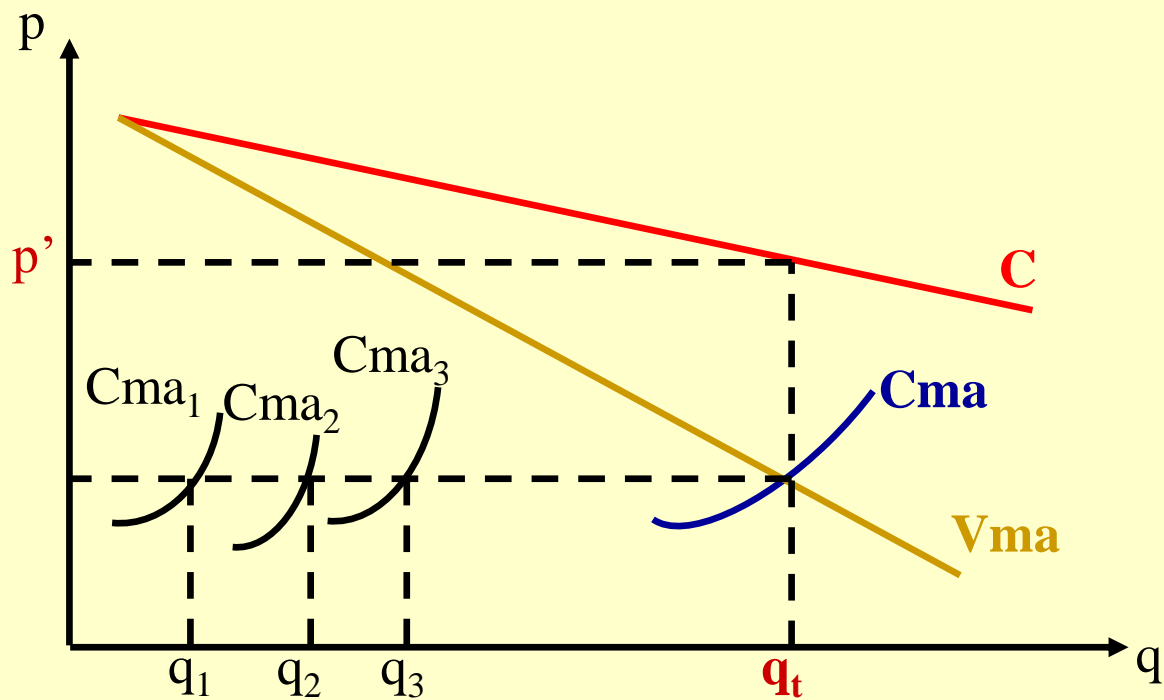
- repartizarea optimă a producției:

$$V_{ma} = C_{ma} = C_{mai} \rightarrow [q_i]$$

$$q_1 + q_2 + \dots + q_n = \sum q_i = q_t$$

- structuri de costuri asemănătoare

Situația de cartel

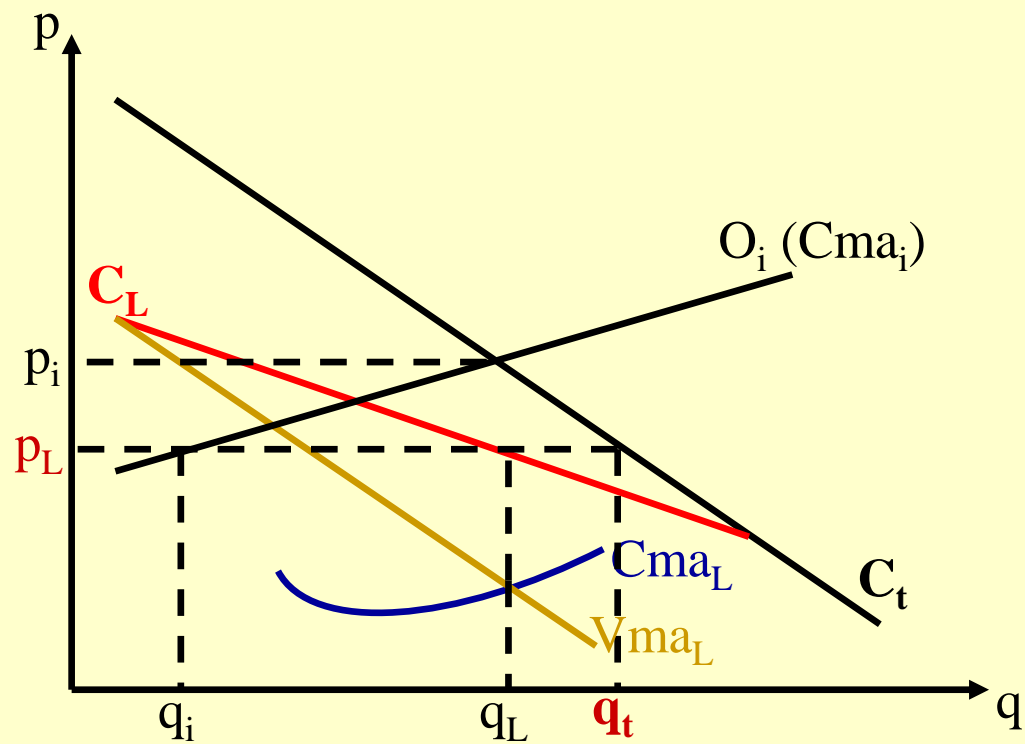




Firma lider

- firma dominantă pe o anumită piață
- produce și oferă cantitatea cea mai mare de mărfuri
- nici o altă firmă de dimensiuni comparabile (aproprite)
- costuri mai reduse decât ale celorlalți concurenți
- condițiile de producție nu permit monopolizarea completă a pieței

Firma lider





Firma lider

- **firma dominantă** → **monopol**: $V_{ma_L} = C_{ma_L}$
→ $q_L \rightarrow p_L = \text{prețul pieței}$
(costuri mai reduse decât ale celorlalți concurenți: $p_L < p_i$)
- **celelalte** → **segment pefect concurențial**: $p_L = C_{ma_i}$
→ $q_i \rightarrow p_L$ (sau dacă reusesc la p_i)



Aprecierea gradului de concurență

Posibilități de măsurare și indicatori specifici

Alți factori de influență



aprecierea:

- analiza gradului de îndeplinire a condițiilor relative de concurență (respectiv a condițiilor minimale cerute de teoriile moderne);
- structura pieței și evoluția acesteia (prin prisma gradului de concentrare, puterea economică și puterea de monopol)
- predominanța anumitor mecanisme concurențiale și a anumitor instrumente (predominanța concurenței prin preț sau a concurenței în afara prețului);
- eficiența asigurată de mecanismele existente (îndeplinirea rolului; abundență, ieftinătate, alocare optimă ș.a.)
→ unele măsurabile, altele nu



aprecierea:

→ *gradul de îndeplinire a condițiilor relative de concurență
(respectiv a condițiilor minimale cerute de teoriile moderne)*

- numărul și dimensiunea agenților economici
- omogenitatea sau diferențierea produselor
- accesul pe piață (= bariere de intrare)
- accesibilitatea informațiilor (→ barieră)
- controlul resurselor (→ barieră)

→ *unele măsurabile, altele nu*



măsurarea:

→ *structura pieței și evoluția acesteia (prin prisma gradului de concentrare, puterea economică și puterea de monopol)*

- indicatori diverși (nu exista un unic indicator, deși HHI este cel mai des folosit în practică)

→ *concentrarea economică (monopolizarea pieței)*



Concentrare economică:

- modificare structurală a pieței rezultată din **fuziuni**, **achiziții** sau **dezvoltare**, concretizată în creșterea ponderii anumitor unități economice într-o anumită ramură.

$$C_{ri} = r_i / r_m$$

unde: r_i = ritmul de creștere a firmei i

r_m = ritmul de creștere mediu al ramurii

*dacă $r_i > r_m \rightarrow$ crește cota de piață a (dimensiunea) firmei i
 \rightarrow crește concentrarea pieței*



Indicatori de apreciere a gradului de concurență:

Coeficientul de concentrare Jones:

$$Cc = s_1 + s_2 + \dots + s_n$$

unde: s_i = ponderea fiecărei firme în ramură

Coeficientul Herfindahl-Hirschman:

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

→ *evidențiază mai bine diferențele de mărime între firme
(în special în cazul firmelor mari)*



Indicatori de apreciere a gradului de concurență:

Grad concentrare	Nivel HHI		
	Comisia Europeană	DoJ / FTC*	Altele
Redus	< 1000	< 1500	< 750
Mediu	1000-2000	1500-2500	750-1800
Ridicat	> 2000	> 2500	1800-5000
Foarte ridicat	-	-	> 5000

* DoJ / FTC – Departmentul de Justiție și Comisia Federală de comerț (SUA)



Puterea de monopol (sau de piață):

exprimă capacitatea unei firme de a influența formarea echilibrului și, implicit, nivelul prețului pieței.

Măsurarea puterii de monopol (PM) se poate realiza pe baza inversului elasticității cererii (e_p) specifice pentru produsele unei firme:

$$\text{PM} = 1 / e_p$$

- posibilitatea de influențare a prețului este cu atât mai ridicată cu cât cererea adresată firmei este mai inelastică
- firmele care se confruntă cu o curbă a cererii orizontală ($e_p = +\infty$), caracteristică concurenței perfecte, nu au nici o posibilitate de influență asupra prețului, din moment ce un preț cât de puțin mai ridicat ar conduce la prăbușirea completă a vânzărilor .



Puterea de monopol (sau de piață):

Măsurarea puterii de monopol (PM) se poate realiza și pe baza excedentului relativ a prețului peste nivelul costului marginal (Lerner):

$$\text{PM} = (P - C_{ma}) / P$$

sau într-o altă formă:

$$\text{PM} = (P - C_{ma}) / C_{ma}$$

- în practică (și în analiza costurilor pe termen scurt) C_{ma} poate fi aproximat prin C_{mv} :

$$\text{PM} = (P - C_{mv}) / P$$

problema: **NU** puterea de monopol ci abuzul de poziție dominantă!



© Paul Cocioc, 2021