

DISCRIMINAZIONE DEL PREZZO

Topics

- Condizioni per poter discriminare
- Discriminazione perfetta del prezzo (di primo grado)
- Discriminazione del prezzo fra gruppi di clienti (di terzo grado)

CONDIZIONI PER POTER DISCRIMINARE

Profitto e discriminazione del prezzo

- La discriminazione di prezzo è una strategia secondo cui un'impresa dotata di potere di mercato pratica per uno stesso bene prezzi diversi a consumatori o gruppi di consumatori diversi, allo scopo di ottenere profitti maggiori di quelli che otterrebbe praticando un prezzo uniforme.
- È una strategia conveniente per l'impresa perché i consumatori che assegnano un valore elevato al bene lo pagano di più di quanto farebbero se i prezzi fossero uniformi.
- Tutti i metodi di discriminazione del prezzo possono essere considerati tentativi di minimizzare l'effetto sui ricavi marginali che deriva dall'espansione delle vendite.
- Il tentativo è di far pagare un prezzo più basso solo a un cliente senza praticare contemporaneamente il ribasso a tutti i consumatori.

Condizioni per la discriminazione di prezzo

► Condizioni:

1. L'impresa deve avere potere di mercato
2. L'impresa deve conoscere, o essere in grado di inferire, la disponibilità dei consumatori a pagare per ciascuna unità di bene. Questa disponibilità deve variare tra i consumatori e da una unità all'altra
3. L'impresa deve essere in grado di impedire o limitare la rivendita del bene da parte dei clienti che pagano un prezzo inferiore a coloro che pagano un prezzo maggiore (arbitraggio). Se il gruppo cui è stato fatto pagare un prezzo inferiore può rivedere all'altro gruppo ad un prezzo inferiore a quello che fa pagare il monopolista nessuno del secondo gruppo comprerebbe direttamente dal monopolista

Fattori che riducono la possibilità di rivendita

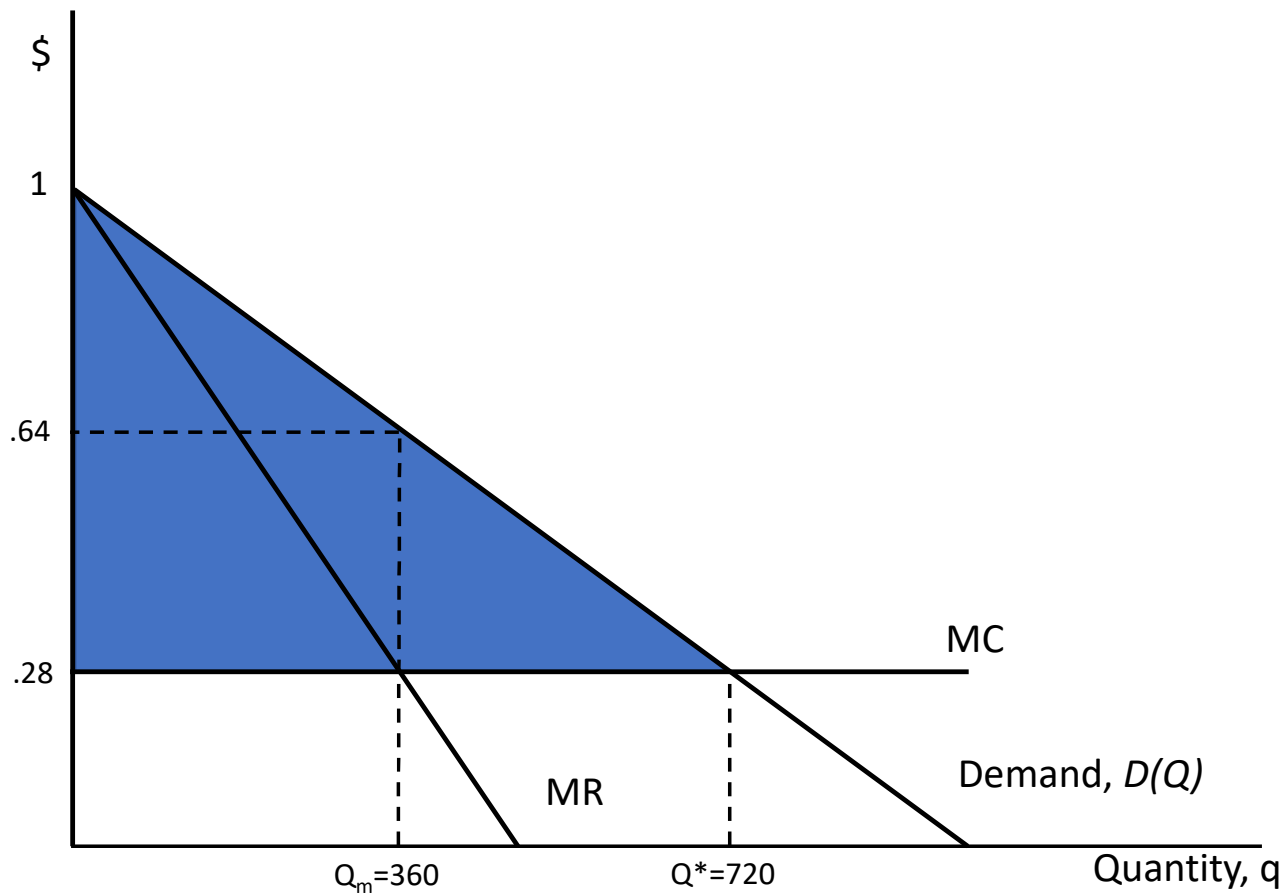
- La maggior parte dei servizi non può essere rivenduta
- Garanzie
- Adulterazione
- Costi di transazione
- Clausole contrattuali
- Integrazione verticale
- Intervento del governo

Domande di ripasso

- Quali sono le condizioni necessarie perché si verifichi la discriminazione del prezzo?
- Cosa rende difficili o impossibili le rivendite?

DISCRIMINAZIONE PERFETTA DEL PREZZO (DI PRIMO GRADO)

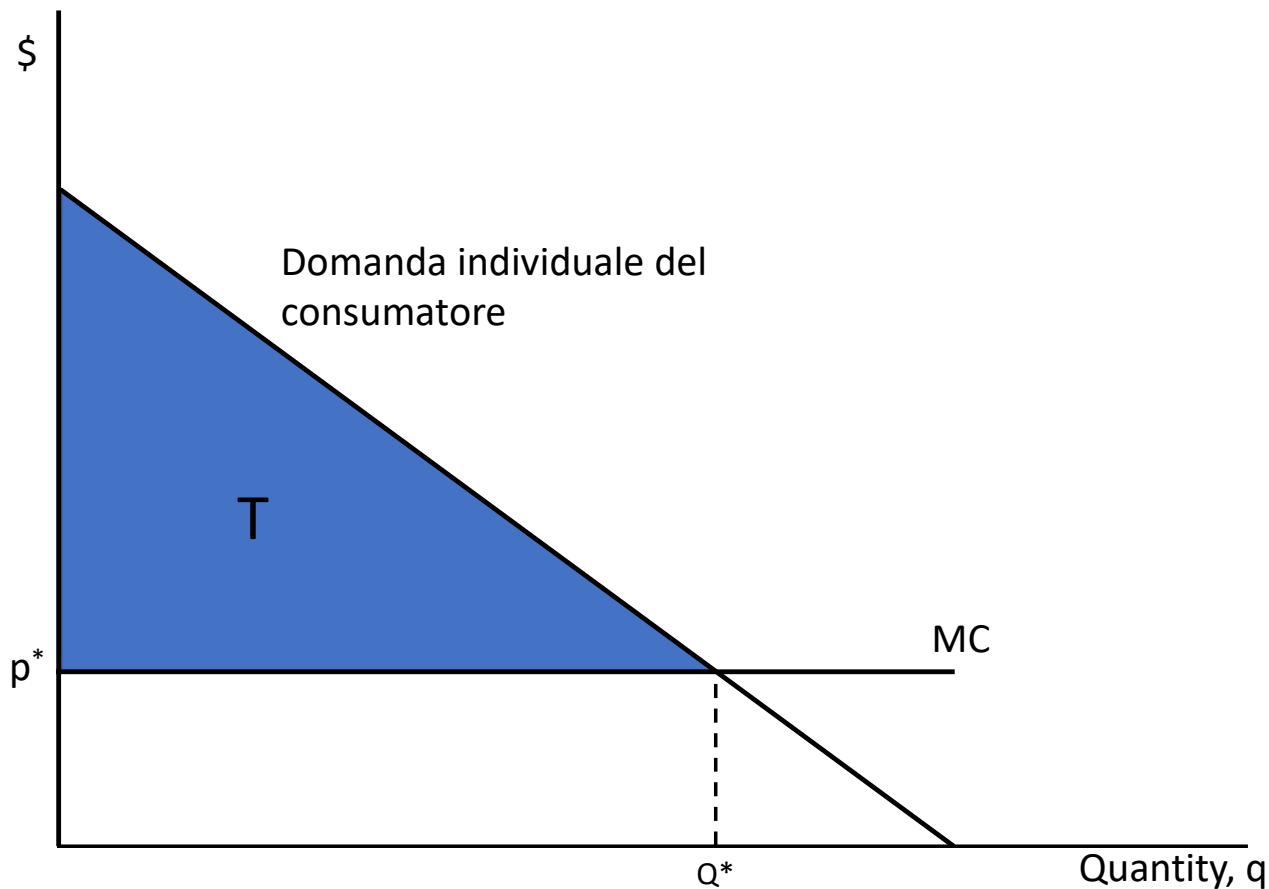
- La discriminazione perfetta del prezzo (o di primo grado) si verifica quando un monopolista riesce a far pagare a ciascun consumatore un prezzo uguale al livello massimo che egli è disposto a corrispondere per ogni unità di prodotto
- Supponiamo che ogni consumatore acquisti una sola unità di bene, e che abbia una disponibilità a pagare diversa da tutti gli altri
- Supponiamo inoltre che l'impresa conosca la disponibilità a pagare di ogni consumatore
- Se può impedire la rivendita, l'impresa fa pagare a ciascun consumatore un prezzo esattamente uguale alla sua disponibilità a pagare, fino a quando il prezzo che viene fatto pagare a ciascun consumatore è uguale ai costi marginali di produzione



Facendo pagare a ciascun cliente un prezzo diverso, il monopolista perfettamente discriminante evita la componente negativa dei ricavi marginali, che invece rimane per un monopolista non discriminante. Il prezzo a cui è venduta l'ultima unità, in altri termini, coincide con il ricavo marginale

Ogni consumatore acquista più di una unità

- Finora abbiamo assunto che i consumatori differiscano nella disponibilità a pagare e che ciascun consumatore richieda una sola unità di bene indipendentemente dal prezzo
- Consideriamo ora come opera la discriminazione perfetta del prezzo quando i consumatori sono identici, ma richiedono più unità a mano a mano che il prezzo scende



Un metodo alternativo ed equivalente di discriminazione perfetta del prezzo consisterebbe nel far pagare una **tariffa in due parti**, in cui ogni cliente paga una quota fissa per il solo diritto ad acquistare il bene, più un prezzo unitario per ogni unità consumata indipendentemente dal numero acquistato da ciascun consumatore. Per realizzare la discriminazione perfetta il prezzo unitario deve essere pari al costo marginale, e la quota fissa al surplus del consumatore.

Domande di ripasso

- Quali sono le caratteristiche dell'equilibrio del monopolista perfettamente discriminante?
- Come possono essere costruite le tariffe in due parti allo scopo di garantire al monopolista perfettamente discriminante l'appropriazione dell'intero surplus del consumatore?

DISCRIMINAZIONE DEL PREZZO FRA GRUPPI DI
CLIENTI (DI TERZO GRADO)

Ipotesi

1. Il monopolista che non ha informazioni sufficienti per individuare ogni cliente e stabilire quanto sia disposto a pagare non è in grado di praticare una discriminazione perfetta di prezzo
2. Supponiamo che un'impresa possa stabilire se un particolare cliente appartiene a un gruppo anziché a un altro, con la condizione che le elasticità della domanda aggregata dei due gruppi siano diverse
3. Il monopolista conosce la curva di domanda aggregata di ciascun gruppo
4. Il monopolista ha costi marginali e medi costanti e pari a m

Il profitto del monopolista è:

$$\pi = [p_1(Q_1) - m]Q_1 + [p_2(Q_2) - m]Q_2$$

in cui, 1 e 2 indicano rispettivamente I gruppi 1 e 2.

Il monopolista massimizza I profitti totali massimizzando I profitti derivanti dalle vendite separate a ciascuno dei due gruppi

$$MR_1 = p_1 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_1} \right) = m$$
$$MR_2 = p_2 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_2} \right) = m$$

in cui, ϵ_i è l'elasticità della domanda del Gruppo i

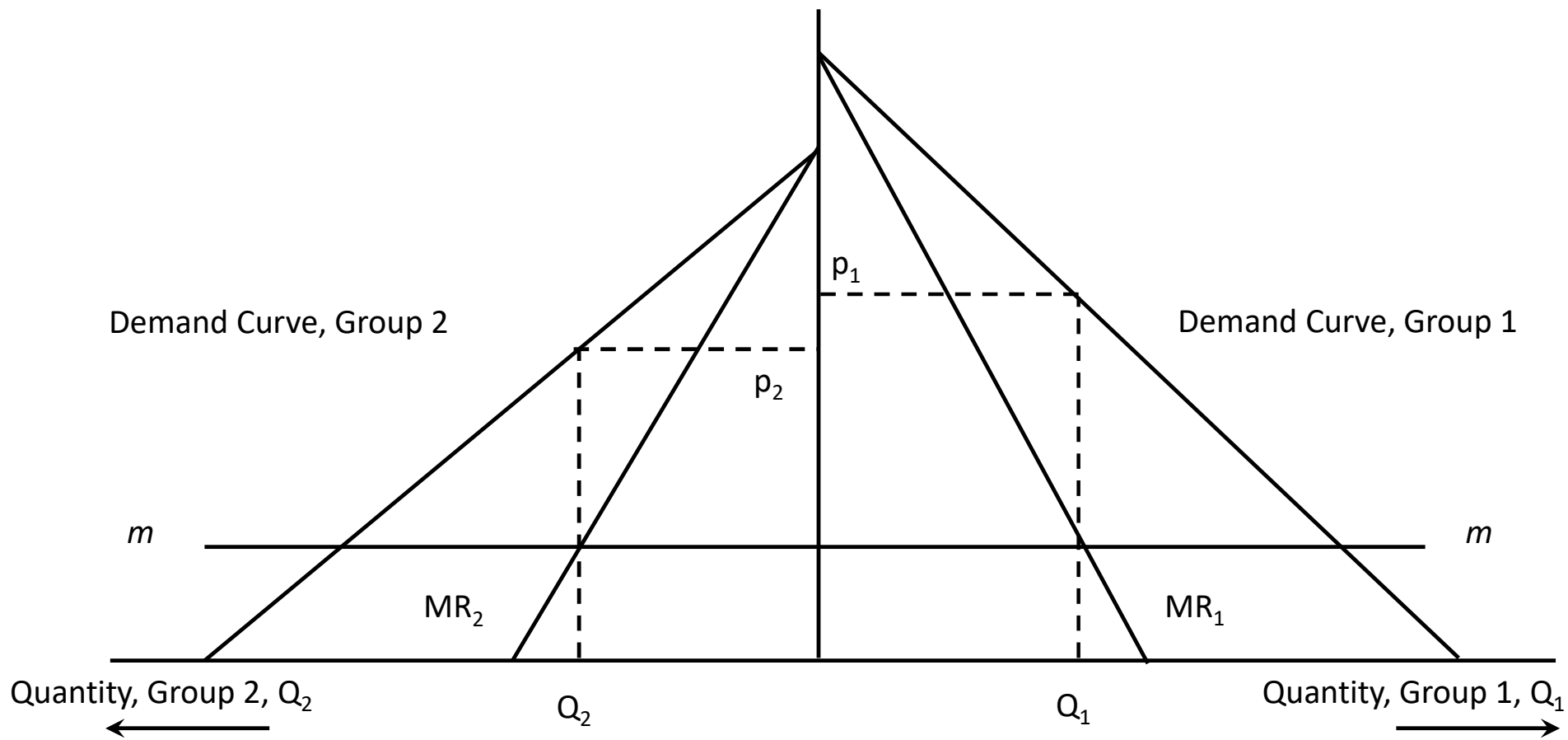
Poiché I costi marginali, m , sono gli stessi delle precedenti equazioni, ne consegue che il monopolista che massimizza i profitti ottiene gli stessi ricavi marginali nei due mercati $MR_1 = MR_2$

$$p_1 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_1} \right) = p_2 \left(1 + \frac{1}{\epsilon_2} \right)$$

Quindi, se in equilibrio $|\epsilon_2| > |\epsilon_1|$, allora $p_1 > p_2$. In altre parole:

$$\frac{p_1 - m}{p_1} = - \frac{1}{\epsilon_1} \quad \frac{p_2 - m}{p_2} = - \frac{1}{\epsilon_2}$$

Al gruppo la cui domanda è relativamente più sensibile al prezzo viene fatto pagare un prezzo inferiore



Altri metodi di discriminazione del prezzo di terzo grado

1. Fissare un prezzo di listino elevato per sfruttare le asimmetrie informative
2. Sfruttare il diverso valore attribuito al tempo
3. Sfruttare la diversa propensione dei consumatori ad attendere per consumare un nuovo prodotto (congettura di Coase)

Effetti di benessere della discriminazione di Prezzo

Tre fonti di inefficienza:

1. Il prezzo supera i costi marginali, con conseguente riduzione dell'output e inefficienza nella produzione
2. Inefficienza nel consumo: la disponibilità marginale a pagare è diversa fra i diversi gruppi di consumatori (il surplus complessivo aumenterebbe spostando il bene dal gruppo con minore disponibilità a quello con maggiore disponibilità a pagare)
3. I consumatori devono impiegare risorse per ottenere un prezzo basso. Es. Il monopolista costringe il consumatore ad acquistare un male (cioè il tempo di attesa in coda) insieme al bene per poter ottenere un prezzo basso

Domande di ripasso

- Come massimizza il profitto il monopolista che pratica la discriminazione di prezzo di terzo grado nei confronti di due gruppi di clienti?
- Qual è il gruppo che paga il prezzo più elevato e perché?
- Quali sono gli effetti di benessere della discriminazione di prezzo di terzo grado?

DOMANDE DI RIEPILOGO

- Quali sono le condizioni necessarie perché si verifichi la discriminazione del prezzo?
- Cosa rende difficili o impossibili le rivendite?
- Quali sono le caratteristiche dell'equilibrio del monopolista perfettamente discriminante?
- Come possono essere costruite le tariffe in due parti allo scopo di garantire al monopolista perfettamente discriminante l'appropriazione dell'intero surplus del consumatore?

- Come massimizza il profitto il monopolista che pratica la discriminazione di prezzo di terzo grado nei confronti di due gruppi di clienti?
- Qual è il gruppo che paga il prezzo più elevato e perché?
- Quali sono gli effetti di benessere della discriminazione di prezzo di terzo grado?

DISCRIMINAZIONE DEL PREZZO