

2011-10-25

PERSCOMMUNIQUÉ

Verti-zonale differentiatie in monopolistische concurrentie

door Francesco Di Comite, Jacques-François Thisse en Hylke Vandenbussche

NBB Working Paper No 216 - Research Series

In dit onderzoek gaan 3 onderzoekers van de UCL na of en hoe “prijzen en smaken” verschillen tussen landen. Wanneer een firma één van haar producten exporteert naar verschillende andere Europese of niet-Europese landen, in welke mate wordt dat product verkocht tegen een verschillende prijs en zijn de verkochte hoeveelheden per hoofd van de bevolking vergelijkbaar? In het onderzoek wordt niet zozeer gekeken naar de absolute prijzen en hoeveelheden maar naar de rangschikking ten opzichte van andere vergelijkbare producten. Met andere woorden, de onderzoekers vergelijken een kilogram pralines van een bepaald merk in termen van prijs en verkochte hoeveelheid ten opzichte van de prijs en hoeveelheid van vergelijkbare pralines verkocht door andere merken in het buitenland. De vergelijking bestaat erin om na te gaan welk merk pralines de duurste zijn en welk merk de goedkoopste en of deze rangschikking van wie duurst is en wie goedkoopst is in elk land waarin pralines verkocht worden dezelfde is of verschilt van land tot land. Voor de verkochte hoeveelheden wordt dezelfde vergelijking gemaakt.

De resultaten van het onderzoek zijn eerder verrassend. De belangrijkste bevinding is dat de prijsrangschikking relatief dezelfde blijft ongeacht het land waarin verkocht wordt. Met andere woorden, een dure kilogram pralines van een bepaald merk is ook vaak het duurdere merk in een ander land, terwijl de goedkoopste pralines in één land ook vaak de goedkoopste zijn in een ander land. De prijsrangschikking van vergelijkbare producten blijkt heel stabiel te zijn. Echter, dit is niet het geval voor de verkochte hoeveelheden. Terwijl de duurdere pralines in sommige landen heel goed verkopen, is dat niet het geval in andere landen. Ook is het niet zo dat de goedkoopste pralines in elk land het meest verkopen. In sommige landen verkopen de dure pralines weinig en de goedkope veel, terwijl in andere landen de dure pralines net veel verkopen en de goedkopere versies net minder. Dus de rangschikking van verkochte hoeveelheden blijkt zeer onstabiel te zijn.

Om deze empirische bevindingen te begrijpen bouwen de onderzoekers een theoretisch model dat vele parameters in rekening neemt zoals de kosten van productie, de kwaliteit van de producten, de grootte van het land, het inkomen van de consumenten en de concurrentie die heerst in de lokale markt. Zij tonen aan dat het theoretisch model enkel juiste voorspellingen in verband met verkochte hoeveelheden kan maken indien naast de hiervoor genoemde parameters, men rekening houdt met “smaakverschillen” tussen landen en tussen producten. Enkel smaakverschillen bieden een verklaring voor de grote verschillen die men empirisch vaststelt in termen tussen verkochte hoeveelheden van vergelijkbare producten. De introductie van “smaakverschillen” tussen landen en producten is vernieuwing ten opzichte van bestaande modellen en verhoogt de juistheid van de voorspelling, wat dit onderzoek zeer vernieuwend maakt.