

Competition Policy and Market Leaders*

Ilir Maçi†
CERGE-EI‡

Krešimir Žigić§
CERGE-EI and INTERTIC

November 2008

Abstract

We study the potential loss in social welfare and changes in incentives to invest in R&D that result when the market leading firm is deprived of its position. We show that under plausible assumptions like free entry or repeated market interactions there is a social value of market leadership and its mechanical removal by means of competition policy is likely to be harmful for society.

Abstrakt

Studujeme potencionální ztrátu v bohatství společnosti a změny v motivaci provádět R&D v případě, kdy se zbavíme vůdce na trhu. Ukazujeme, že v případě určitých rozumných podmínek, jako je volný vstup či opakovaná tržní interakce, dostaneme z přítomnosti vůdce na trhu. Jeho mechanické odstranění může být pro společnost škodlivé.

Keywords: Market Leaders, Competition Policy, Innovation
JEL classification: F12, F13, L11, L13, L16, K21

*We thank A. Dixit, E. Kováč, D. Piccinin, and J. Sutton for comments and helpful suggestions during discussion.

†Email: ilir.maci@cerge-ei.cz

‡A joint workplace of the Center for Economic Research and Graduate Education, Charles University, Prague, and the Economics Institute of the Academy of Sciences of the Czech Republic. Address: CERGE-EI, P.O. Box 882, Politických vězňů 7, Prague 1, 111 21, Czech Republic

§Email: kresimir.zigic@cerge-ei.cz