

Il mercato perfettamente concorrenziale

Prof. Gianni Cicia
Dipartimento di Agraria
Università di Napoli Federico II
cicia@unina.it

Economia Agraria



In mercati vengono tradizionalmente identificati in base:

1. alla merce scambiata
2. all'area geografica
3. alla struttura

Particolarmente rilevante è la questione della struttura che viene definita sulla base di 3 parametri:

1. interdipendenza
2. sostituibilità del prodotto
3. condizione di entrata

Sulla base di questi 3 parametri i mercati vengono classificati in
4 strutture principali:

1. Concorrenza perfetta
2. Concorrenza monopolistica
3. Oligopolio
4. Monopolio

Un mercato in **Concorrenza Perfetta**
è caratterizzato da:

1. elevato numero di compratori e venditori
2. omogeneità della merce scambiata
3. libertà di entrata e di uscita
4. informazione completa e simmetrica

Un mercato in **Concorrenza Monopolistica**
è caratterizzato da:

1. elevato numero di compratori e venditori
2. la merce scambiata non è omogenea
3. libertà di entrata e di uscita
4. informazione completa e simmetrica

Un mercato **Oligopolistico**
è caratterizzato da:

1. elevato numero di compratori
2. ristretto numero di venditori

Un mercato **Monopolistico**
è caratterizzato da:

1. elevato numero di compratori
2. un solo venditore

Una volta definita la merce, l'area geografica ed il tipo di struttura sotto cui operano gli agenti che interagiscono in un mercato, è possibile operare una analisi dello stesso tramite le funzioni di domanda e di offerta.

Mentre la funzione di domanda è indipendente dalla struttura di mercato, la curva di offerta dipende strettamente da questa

La curva di offerta in concorrenza perfetta

La curva di offerta dell'impresa in concorrenza perfetta si ottiene risolvendo il problema principale dell'imprenditore nel breve periodo:

$$\begin{aligned} \text{Max } \pi &= RT - CT \\ &= py - (wL + rM + iK) \end{aligned}$$

$$\frac{d\pi}{dy} = p - \frac{dL}{dy} w = 0$$

$$\rightarrow cmg = p$$

$$\frac{d^2\pi}{dy^2} = \frac{d(p - cmg)}{dy} = \frac{d\left(p - \frac{dCT}{dy}\right)}{dy} < 0 \rightarrow \frac{d^2CT}{dy} > 0$$

Dalle condizioni di primo e secondo ordine, otteniamo le due regole “auree” (*golden rules*) che l'impresa in concorrenza perfetta deve soddisfare per massimizzare il profitto sotto il vincolo della tecnologia:



Produrre la quantità di output in corrispondenza dell'uguaglianza del costo marginale di produzione al prezzo del prodotto.



L'uguaglianza deve avvenire nel tratto in cui il costo marginale è crescente.

Le condizioni di primo e secondo ordine per ottenere il massimo profitto, permettono di ricavare la funzione di offerta di breve periodo dell'impresa in concorrenza perfetta.

Opereremo tale dimostrazione graficamente.

Consideriamo il caso in cui il prezzo di mercato (p_m°) sia superiore al CMT.

In accordo con la condizione di primo ordine, se il prezzo del bene prodotto è pari a p_m° , l'azienda produrrà y° .

Da cui:

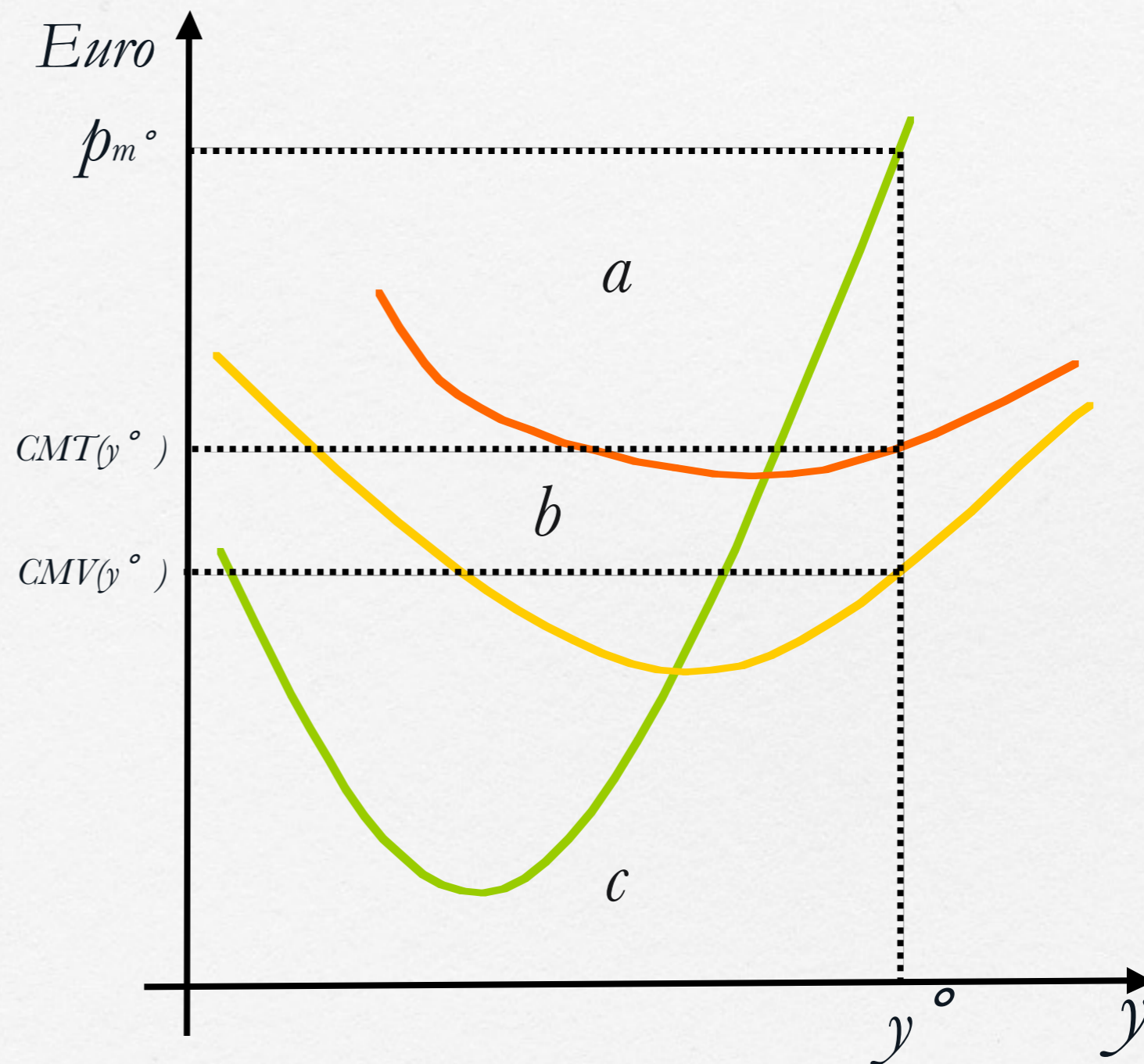
$$RT = a + b + c$$

$$CT = b + c$$

$$CV = c$$

$$CF = b$$

$$\pi = a$$



In tale situazione l'impresa produce y° e genera profitti positivi.

Consideriamo il caso in cui il prezzo di mercato (p_m') sia inferiore al CMT ma superiore al CMV.

In accordo con la condizione di primo ordine, se il prezzo del bene prodotto è pari a p_m' , l'azienda produrrà y' . Da cui:

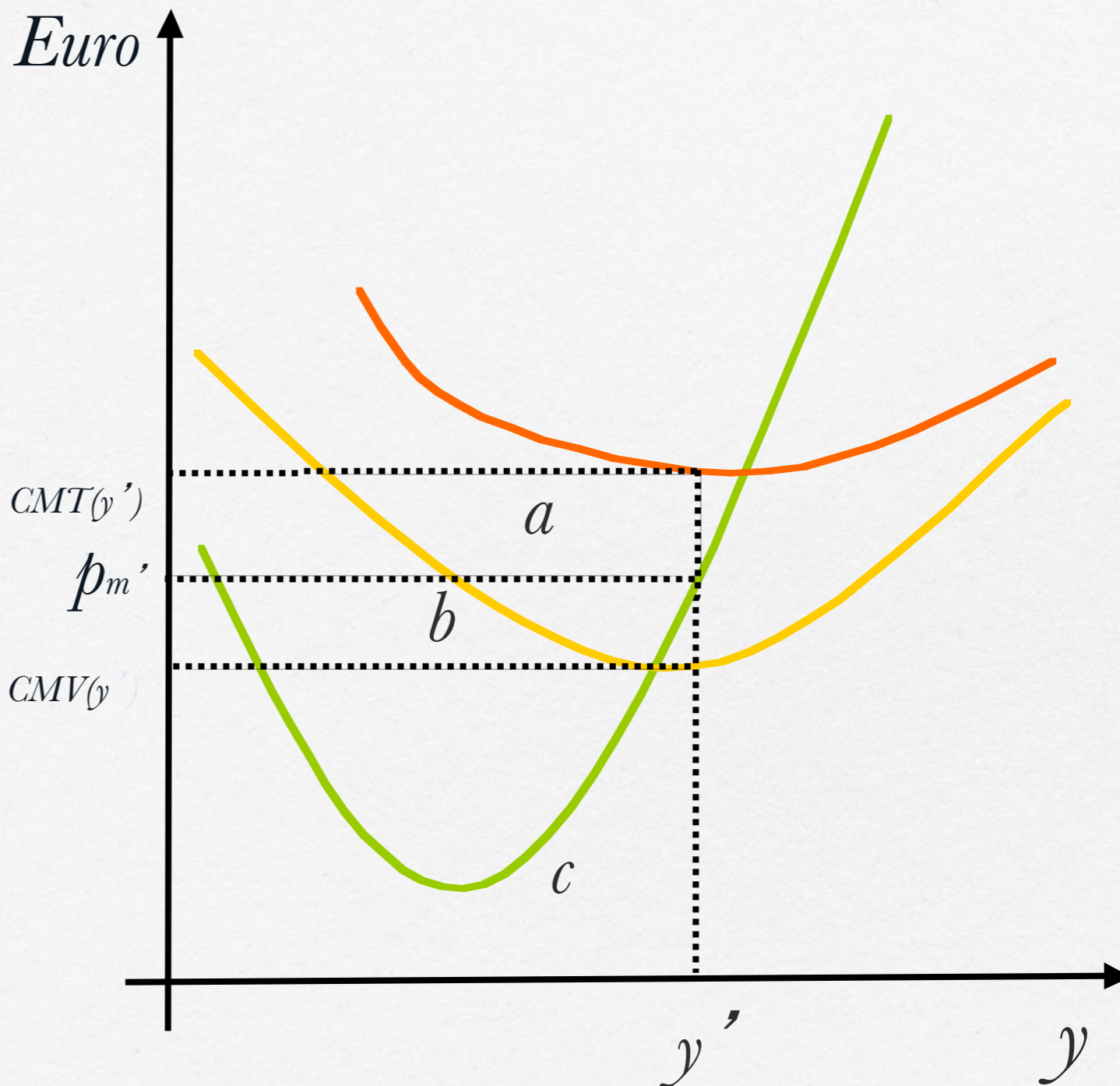
$$RT = b + c$$

$$CT = a + b + c$$

$$CV = c$$

$$CF = a + b$$

$$\pi = -a$$



In tale situazione l'impresa produce y' e genera un profitto negativo ma non interrompe la produzione poiché i CF sono superiori ai profitti (negativi).

Consideriamo il caso in cui il prezzo di mercato (p_m'') sia inferiore sia al CMT che al CMV.

In accordo con la condizione di primo ordine, se il prezzo del bene prodotto è pari a p_m'' , l'azienda dovrebbe produrre y'' . Ma:

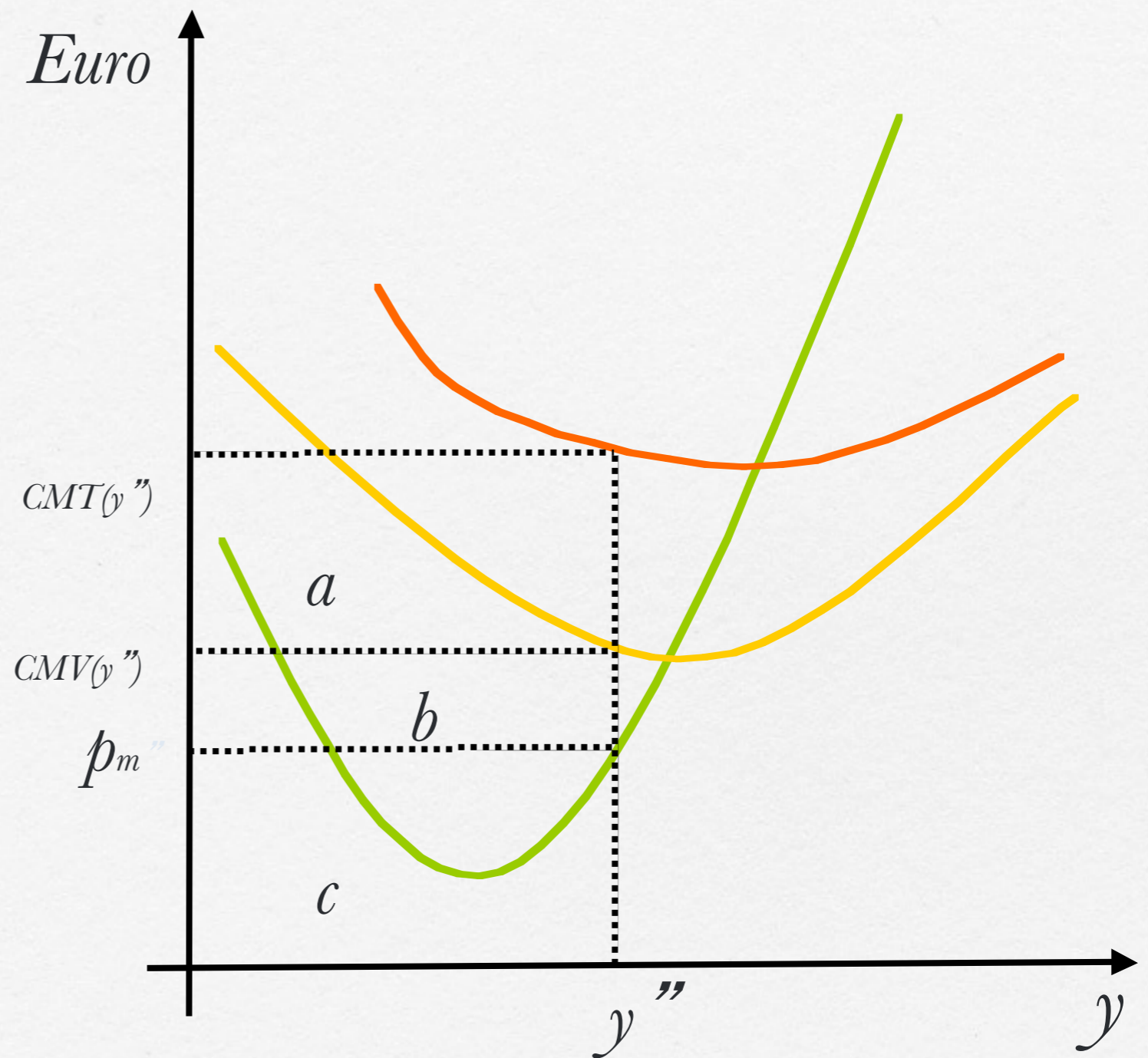
$$RT = c$$

$$CT = a + b + c$$

$$CV = b + c$$

$$CF = a$$

$$\pi = -(a + b)$$



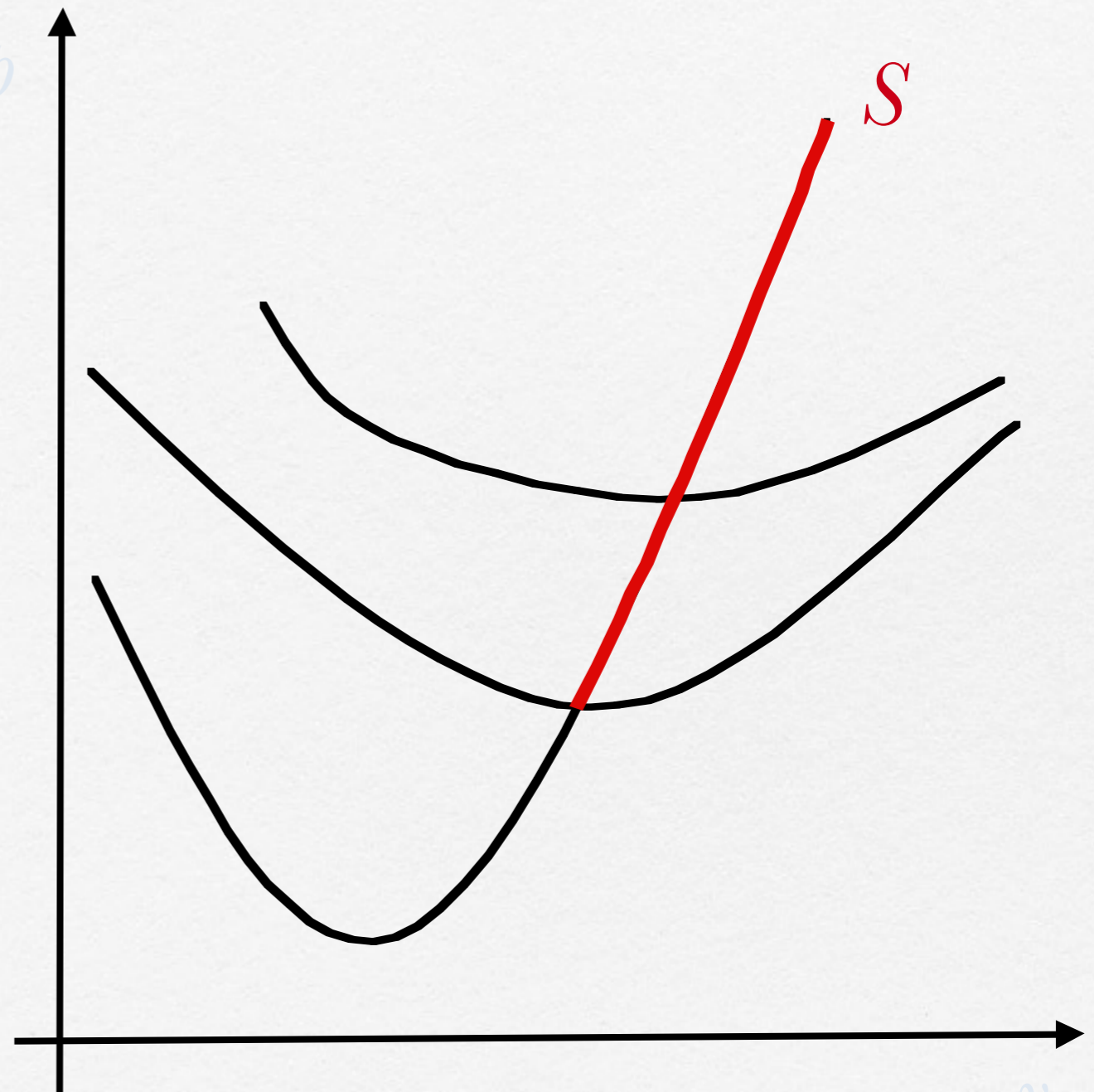
In tale situazione l'impresa interrompe la produzione poiché i profitti (negativi) sono superiori ai CF.

Quindi, in concorrenza perfetta, un imprenditore, nel breve periodo, sceglierà di produrre la quantità di output che consente di eguagliare il prezzo di mercato al costo marginale quando questo è superiore ai costi medi variabili.

In altri termini, la curva di offerta di breve periodo dell'impresa in concorrenza perfetta è uguale al tratto crescente della curva dei costi marginali al di sopra dei costi medi variabili.

In termini formali:

$$Y = y(p, w)$$

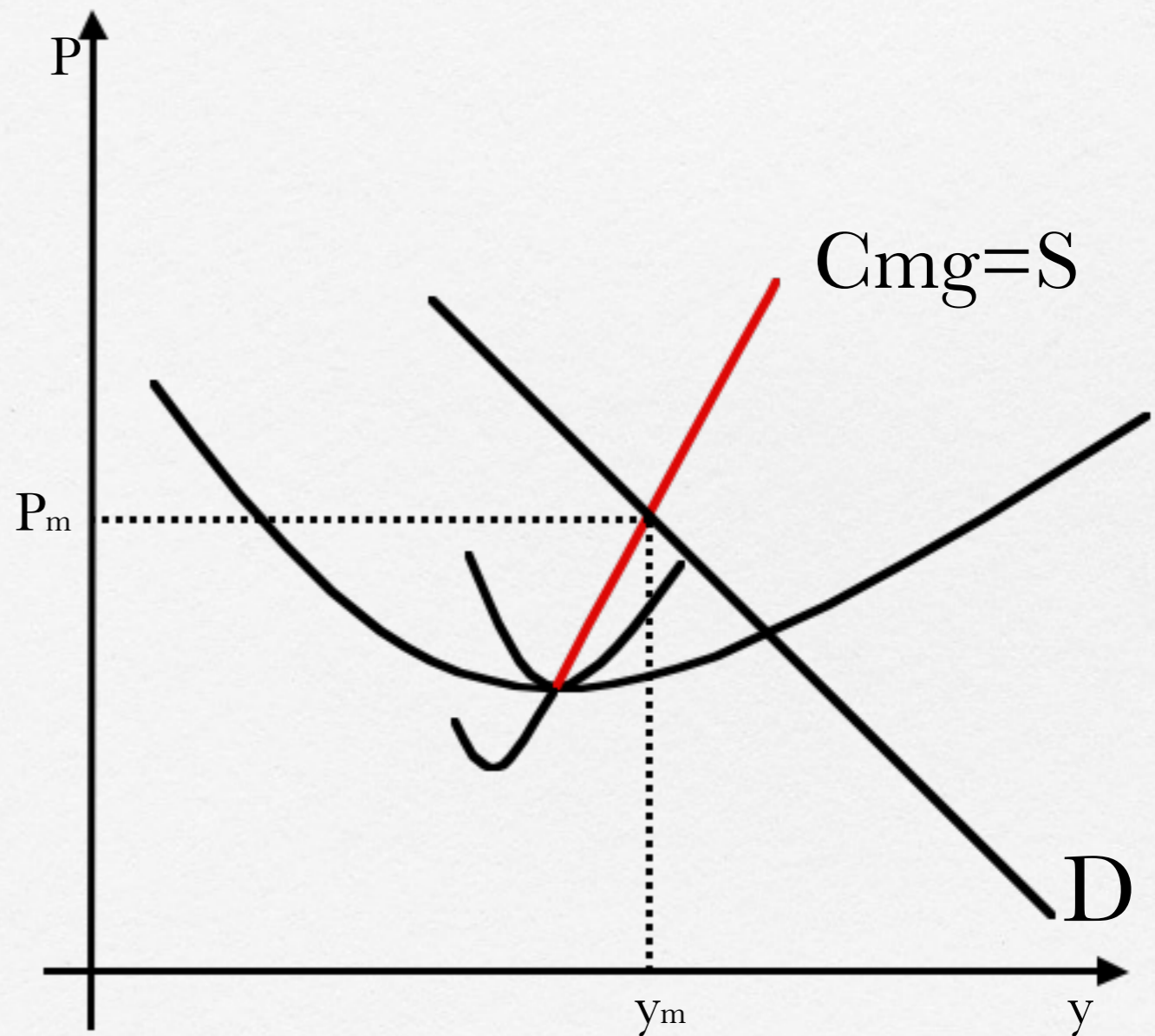


L'equilibrio di lungo periodo
di un mercato in concorrenza perfetta

Supponiamo che in un mercato operi una sola impresa e che abbia scelto l'impianto che le garantisce il minimo costo medio di produzione di lungo periodo.

C_{mg} è la curva del costo marginale corrispondente.

Se D è la funzione di domanda di mercato, l'impresa sta realizzando un extra-profitto.

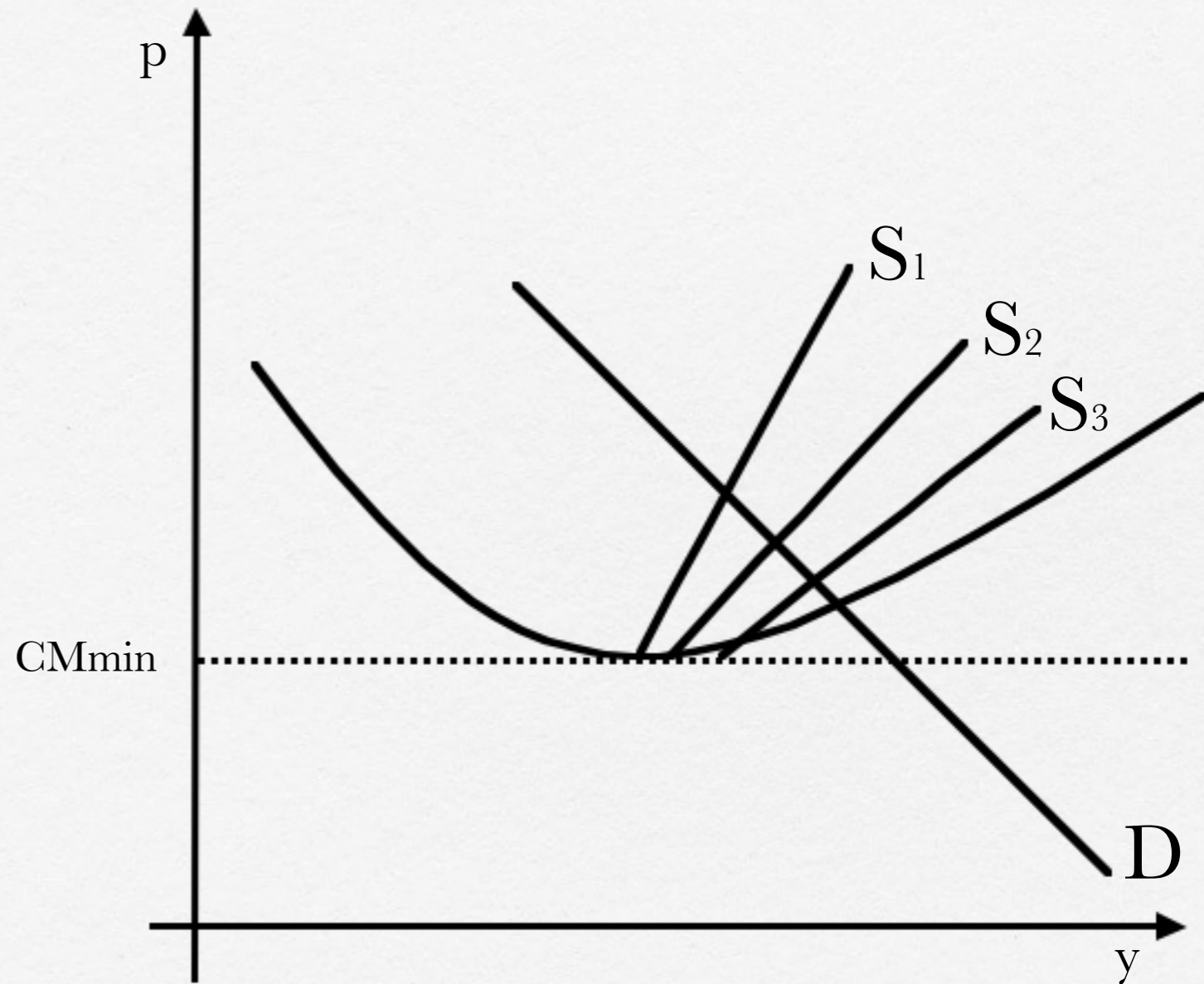


La presenza di un extra-profitto, in assenza di barriere all'entrata, attira nuove imprese in questo settore.

L'ingresso di una nuova impresa fa spostare verso destra la curva di offerta del mercato e ne riduce la pendenza.

Si osservi che l'ingresso di ogni nuova impresa fa ridurre l'extra-profitto del settore.

Le imprese entreranno fino al punto in cui l'extra-profitto si annulla e la curva di offerta coincide con il Costo Medio di lungo periodo minimo.



In concorrenza perfetta, quindi, gli imprenditori riescono a realizzare solamente un **profitto normale**, cioè il profitto minimo compatibile con l'attività di qualsiasi impresa in quel settore.

I consumatori, invece, ottengono, almeno nel lungo periodo, **i prezzi più bassi** compatibili con la produzione di quella merce.

Al termine di questo percorso di analisi è possibile argomentare che un mercato in concorrenza perfetta presenta 5 caratteristiche che ne fanno un sistema di riferimento per l'analisi neoclassica:

- la produzione si dirige verso le merci che i consumatori desiderano acquistare
- i metodi produttivi adottati sono Pareto-efficienti
- le merci vengono vendute, nel lungo periodo, al prezzo più basso possibile
- gli imprenditori sono incentivati ad innovare
- i prezzi riflettono l'utilità che i consumatori derivano dal consumo dei beni
- l'allocazione delle risorse è Pareto-ottimale

Lecture di approfondimento

*Becchetti, Bruni e Zamagni:

Capitolo 5, paragrafi:

1.2, 2, 3, 4, 5,

Lecture di approfondimento

Becchetti, Bruni e Zamagni:

Capitolo 5, paragrafi:

2, 3, 4, 5,