

La concorrenza perfetta

Struttura di mercato

Con questa espressione intendiamo tutte le caratteristiche del mercato che influenzano il comportamento degli acquirenti e dei venditori quando si riuniscono per commerciare

Tre elementi:

- 1) Numero di acquirenti e venditori presenti sul mercato
- 2) Presenza di prodotti standardizzati (pressoché indistinguibili tra produttori diversi) o meno
- 3) Presenza di barriere all'entrata o all'uscita

Struttura di mercato

4 possibili strutture:

-Monopolio

Un solo venditore, prodotto unico, barriere all'entrata

- Concorrenza monopolistica

Elevato numero di acquirenti e venditori, libertà di entrata, prodotto differenziato

-Oligopolio

Numero ridotto di produttori, barriere all'entrata, prodotto differenziato o standardizzato

- Concorrenza perfetta

La concorrenza perfetta

1. Presente un **numero elevato di acquirenti e venditori**, ognuno dei quali acquista o vende solo una minuscola frazione della quantità totale del mercato

Esistono così tanti produttori che un aumento della quantità prodotta da uno avrebbe effetti solo trascurabili sulla quantità totalmente prodotta e sul prezzo di equilibrio

Esistono così tanti consumatori che un aumento della quantità acquistata da uno non avrebbe effetti sulla quantità complessivamente domandata e sul prezzo di equilibrio

Es.: mercati agricoli, mercati dei metalli preziosi

Es. di mercati non perfettamente concorrenziali: smartphone, scarpe da ginnastica

La concorrenza perfetta

2. Prodotto standardizzato: i consumatori non percepiscono differenze significative tra prodotti di venditori diversi

Es. prodotto standardizzato: prodotti agricoli, metalli preziosi

Es. prodotto non standardizzato: caffè, ristorante

3. Facilità di entrata e di uscita dal mercato

L'ingresso in tutti i mercati comporta dei costi ma in alcuni casi questi costi sono particolarmente onerosi:

- Barriere legali: concessione in esclusiva di risorsa (diritti tv Napoli calcio), presenza di licenze (servizio taxi)
- Barriere economico –tecnologiche: costi fissi molto elevati, rendimenti crescenti di scala → conviene concentrare la produzione in una sola impresa
- Barriere strategiche: guerra dei prezzi

La concorrenza perfetta

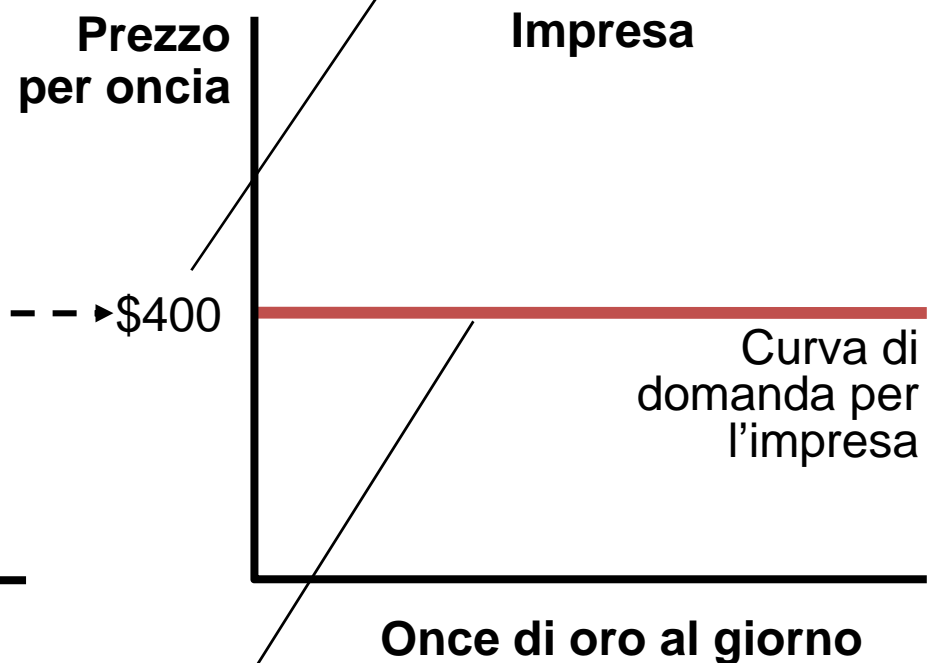
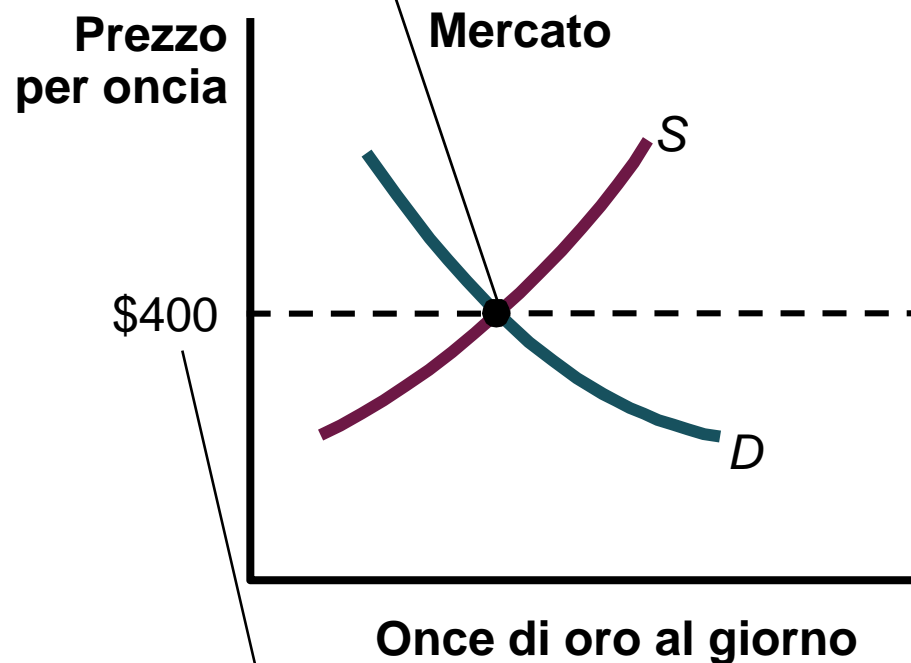
E' un modello realistico?

- Come tutti i modelli non può cogliere tutti i dettagli della realtà
- E' un modello piuttosto semplice e utile per prevedere risposte di un mercato a variazioni dei gusti dei consumatori, cambiamenti della tecnologia, modifiche nella produzione, politiche economiche
- Ben pochi i mercati che vi si rispecchiano perfettamente (Es. prodotti agricoli)
- Molti mercati, pur non rispecchiandosi perfettamente nel modello vi si avvicinano molto (TV)

L'impresa in concorrenza perfetta

1. L'intersezione delle curve di offerta e di domanda di mercato...

2. Determina il prezzo di mercato di equilibrio



3. L'impresa può vendere la quantità di prodotto che desidera al prezzo di mercato

4. E pertanto è soggetta a una curva di domanda orizzontale: l'impresa è price taker

L'impresa in concorrenza perfetta

Se il prezzo è dato, l'impresa deve scegliere quel dato livello di prodotto che le garantisce il max profitto

L'impresa in concorrenza perfetta

Per una impresa concorrenziale, il ricavo marginale in corrispondenza di ogni quantità è pari al prezzo di mercato.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = P$$

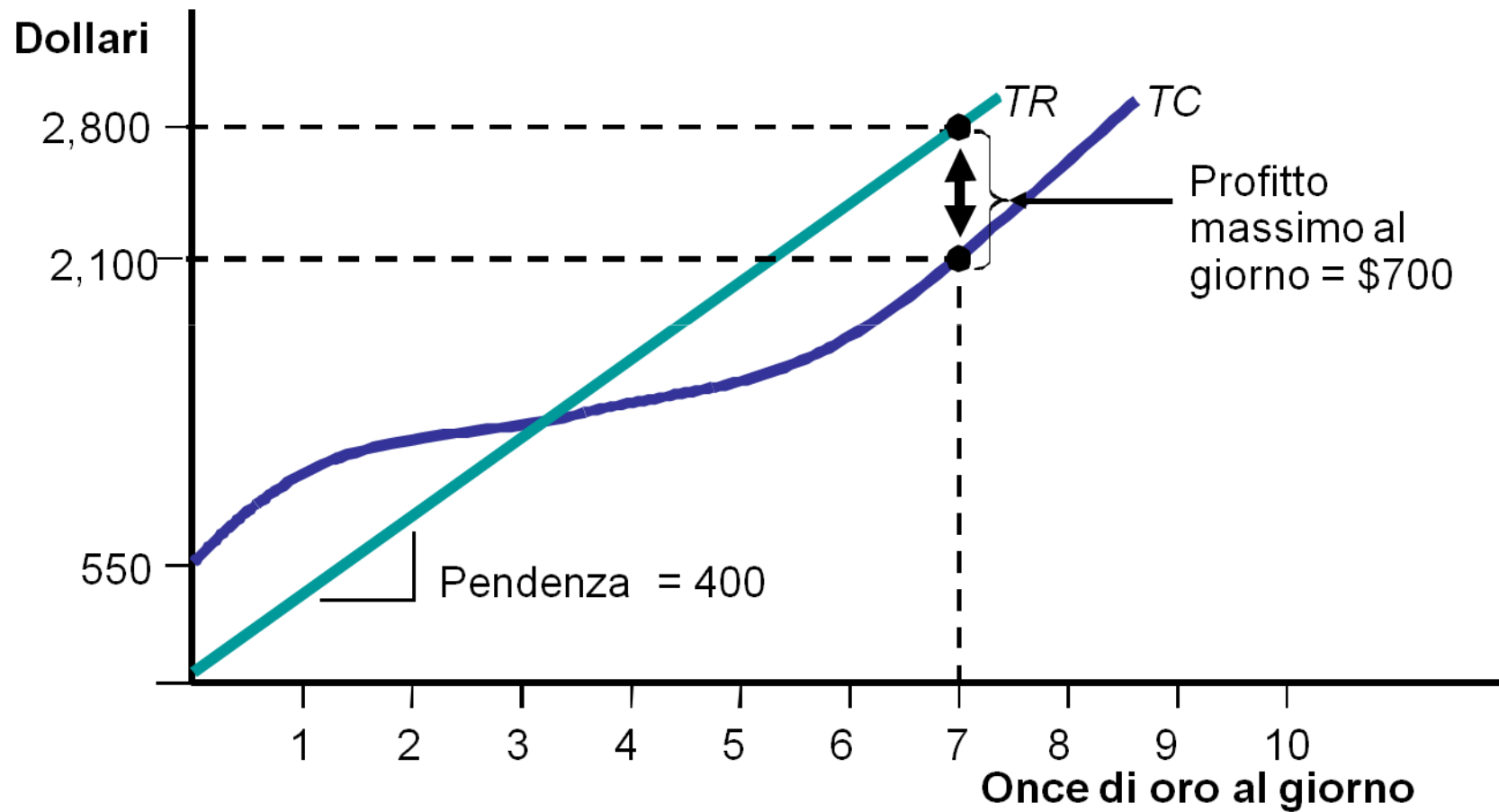
Per questa ragione, la curva del ricavo marginale e quella della domanda per l'impresa coincidono:

Una retta orizzontale al livello del prezzo di mercato

Un esempio

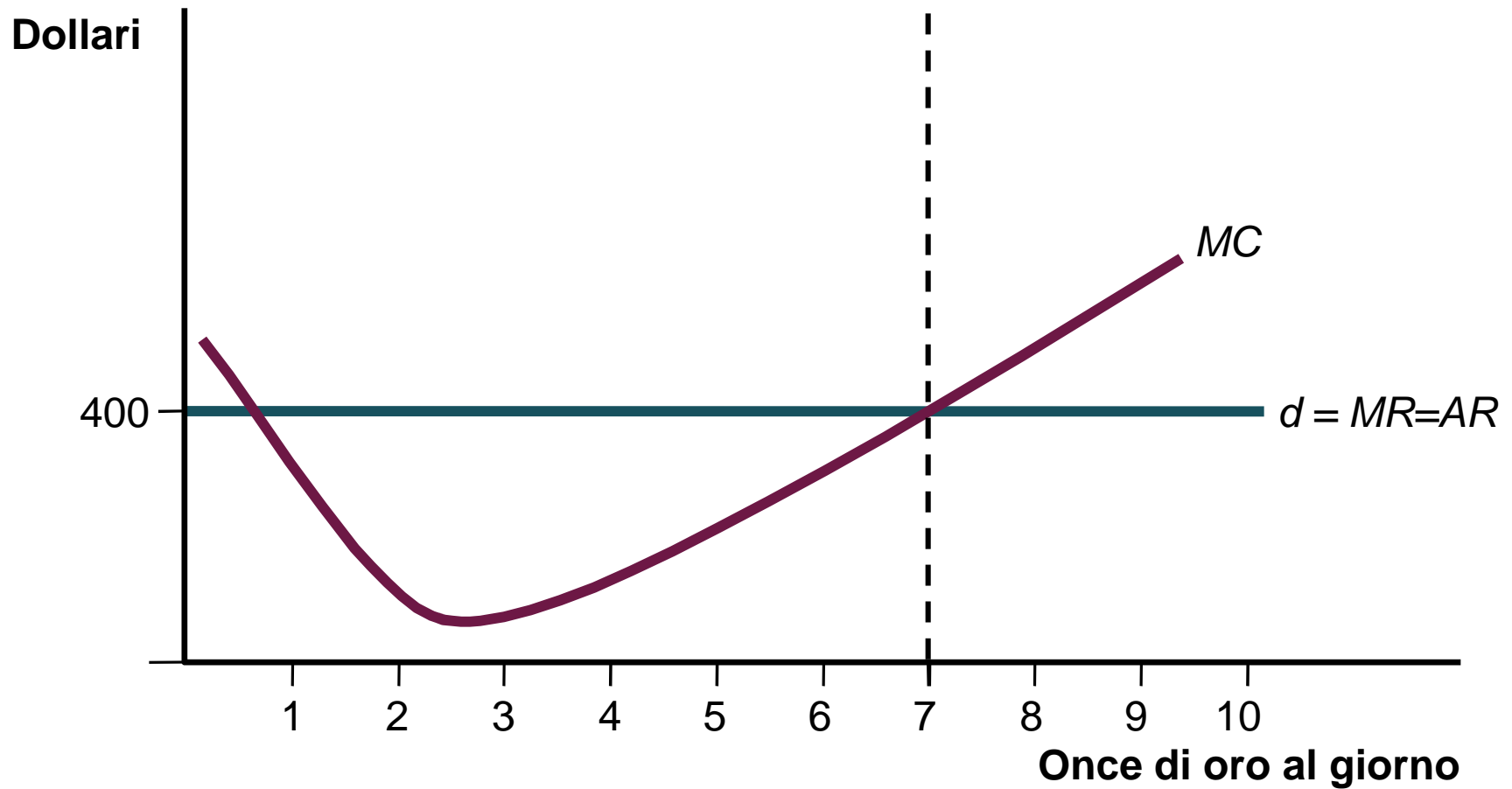
Q	P	Ricavo totale	Ricavo marginale	Costo totale	Costo marginale	Profitto
0	400	0		550		-550
1	400	400	400	1000	450	-600
2	400	800	400	1200	200	-400
3	400	1200	400	1250	50	-50
4	400	1600	400	1350	100	250
5	400	2000	400	1500	150	500
6	400	2400	400	1750	250	650
7	400	2800	400	2100	350	700
8	400	3200	400	2550	450	650
9	400	3600	400	3100	550	500
10	400	4000	400	3750	650	250

Massimizzazione del profitto

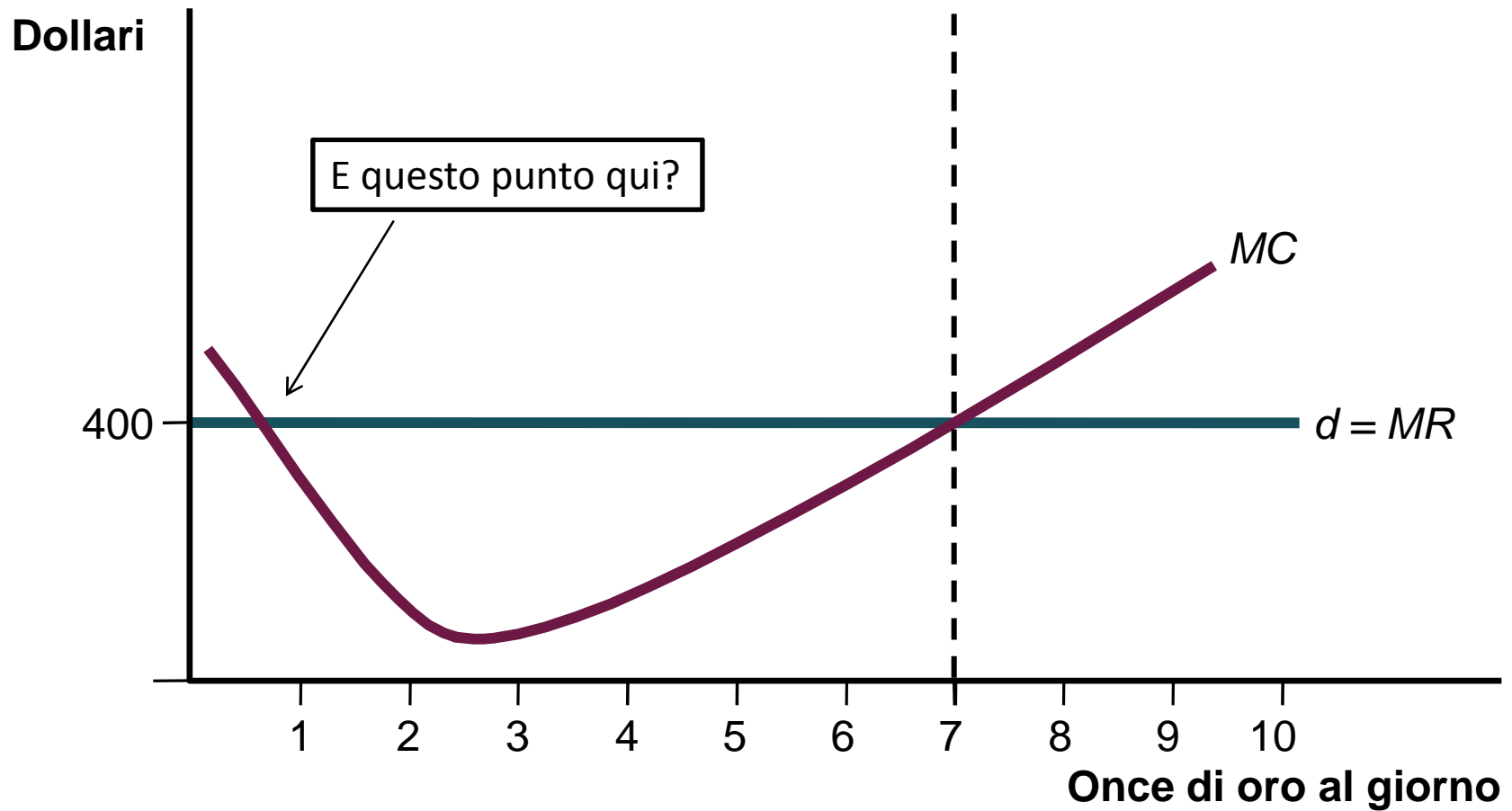


Notare la forma della curva di ricavo totale

Massimizzazione del profitto

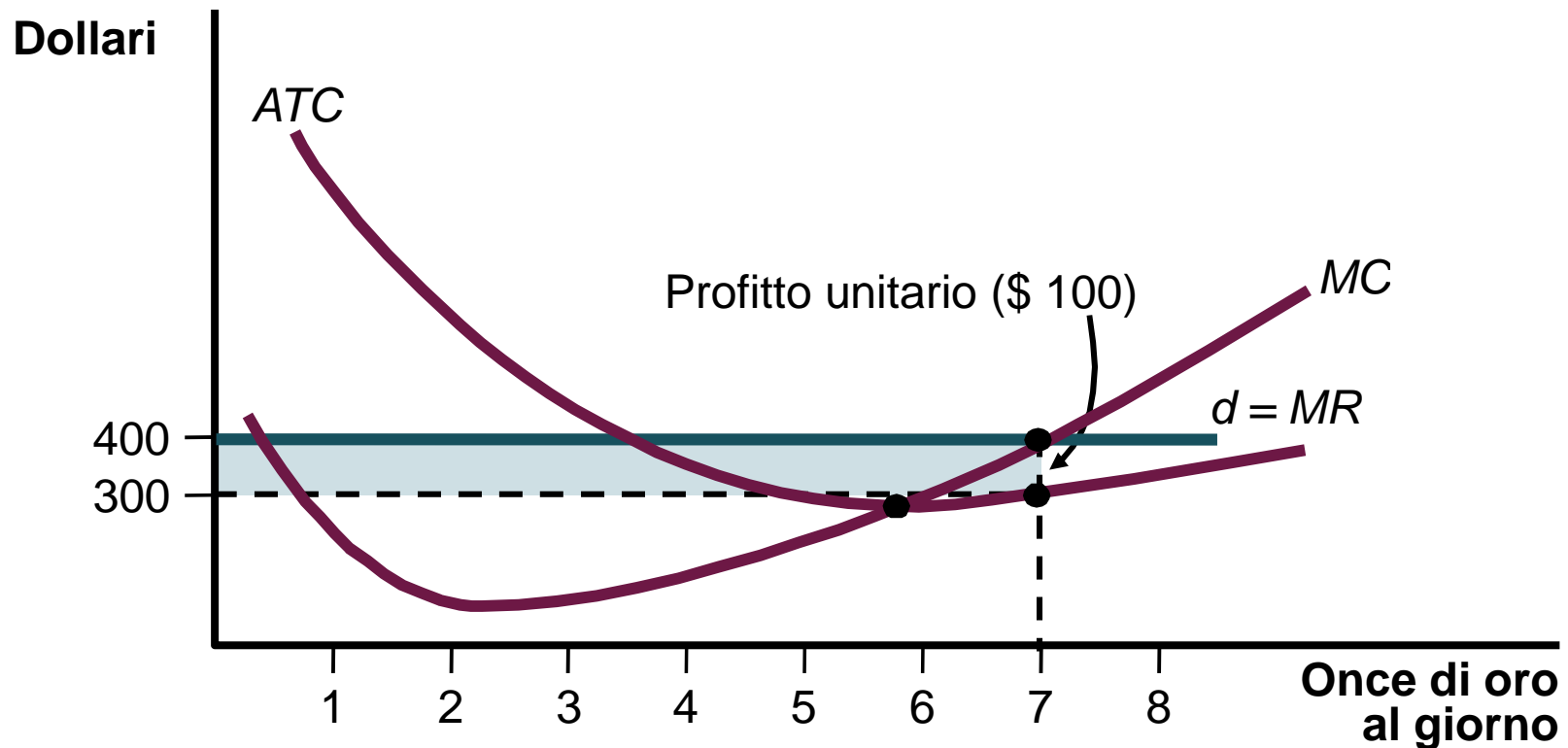


Massimizzazione del profitto



Calcolo del profitto

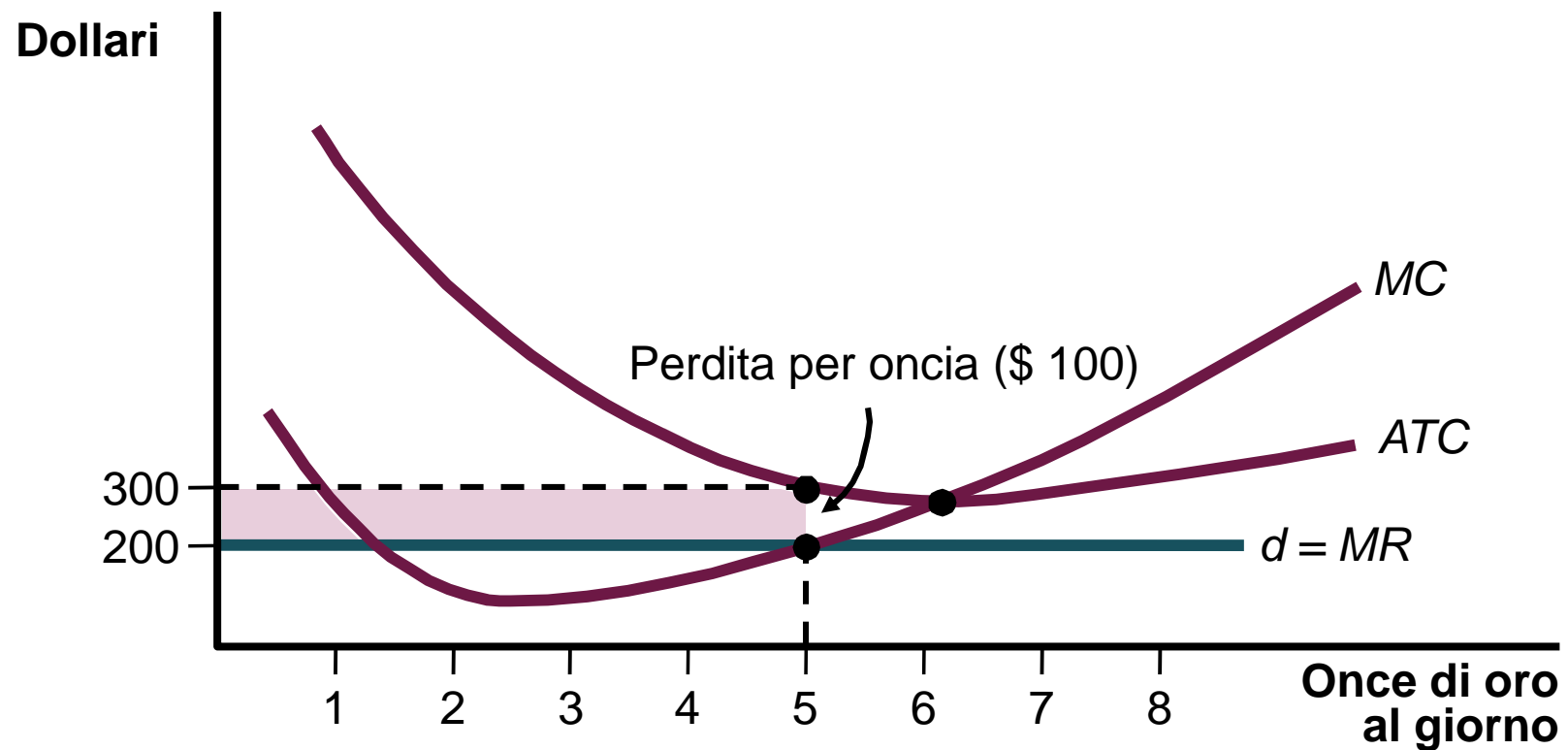
Profitto economico (dati da tabella precedente)



Errore frequente: non converrebbe scegliere il punto in cui $MR-MC$ è max?

Calcolo della perdita

Perdita Economica (dati dalla tabella precedente ma prezzo più basso)

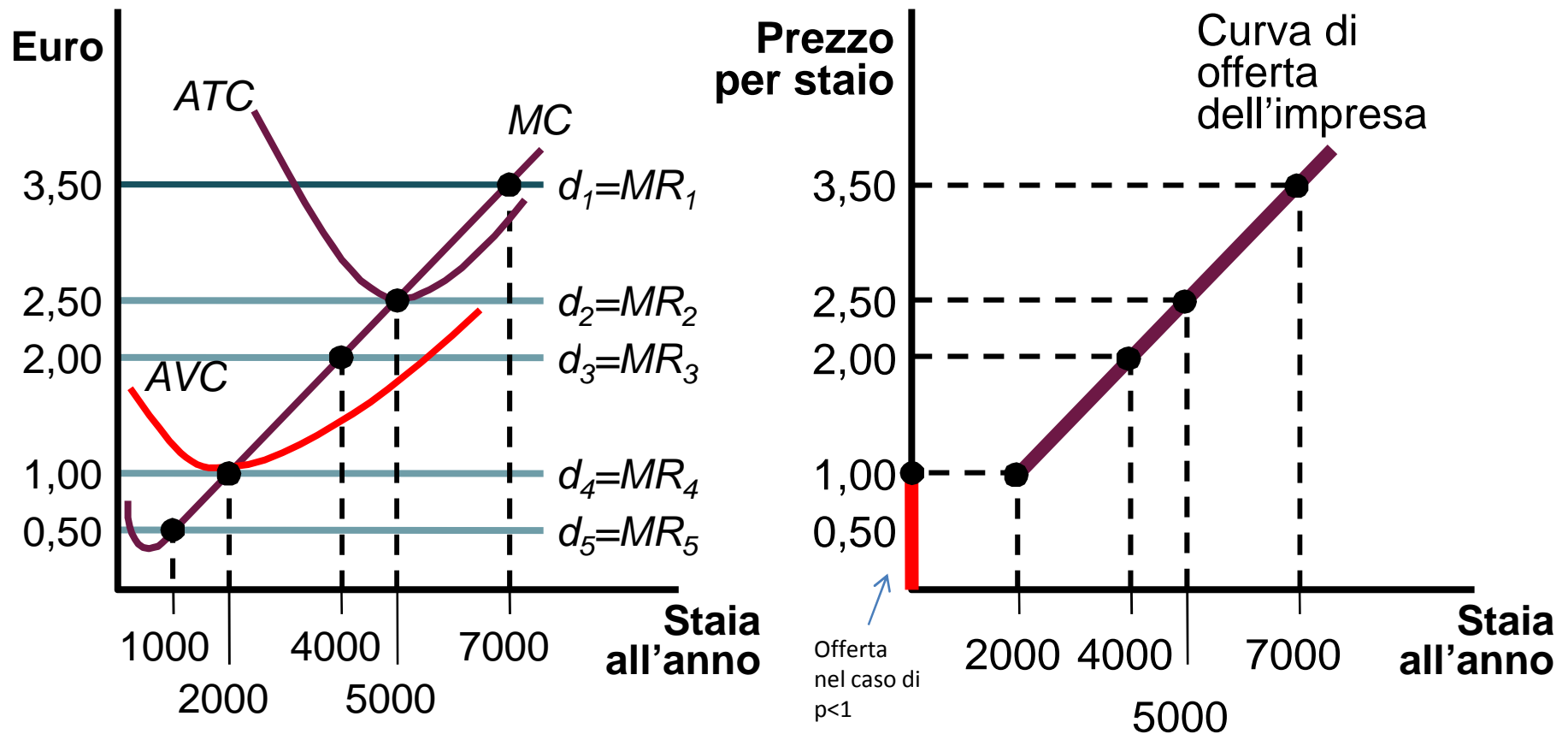


La curva di offerta dell'impresa nel breve periodo

Un'impresa che opera in concorrenza perfetta è *price taker*
Accetta il prezzo di mercato come dato e decide la quantità di prodotto da realizzare in corrispondenza di quel prezzo

Come varia la scelta della quantità da produrre al variare del prezzo?

La curva di offerta dell'impresa nel breve periodo



Per $p < 1$ l'impresa chiude (si guardi a costi variabili totali rispetto a ricavi totali)

E' in perdita già quando $p < 2,5$

Man mano che il prezzo varia l'impresa si sposta lungo la sua curva di MC per decidere la quantità da produrre

La regola di cessazione di attività

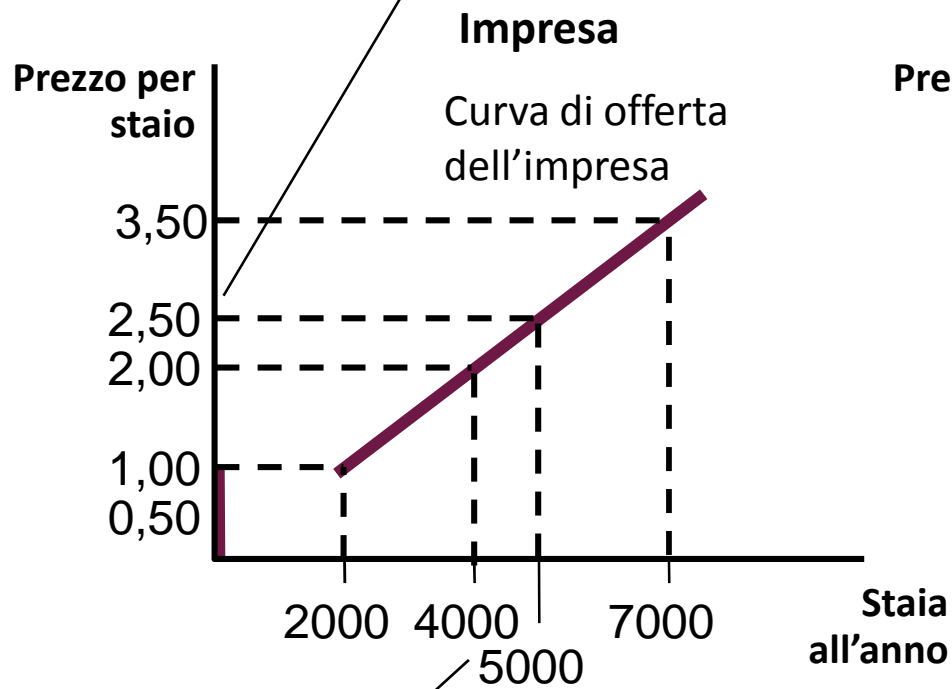
Nel breve periodo

- se $TR > TVC$ per Q^* , l'impresa dovrebbe continuare a produrre
- se $TR < TVC$ per Q^* , l'impresa dovrebbe cessare l'attività
- se $TR = TVC$ per Q^* , per l'impresa è equivalente cessare l'attività o continuare a produrre

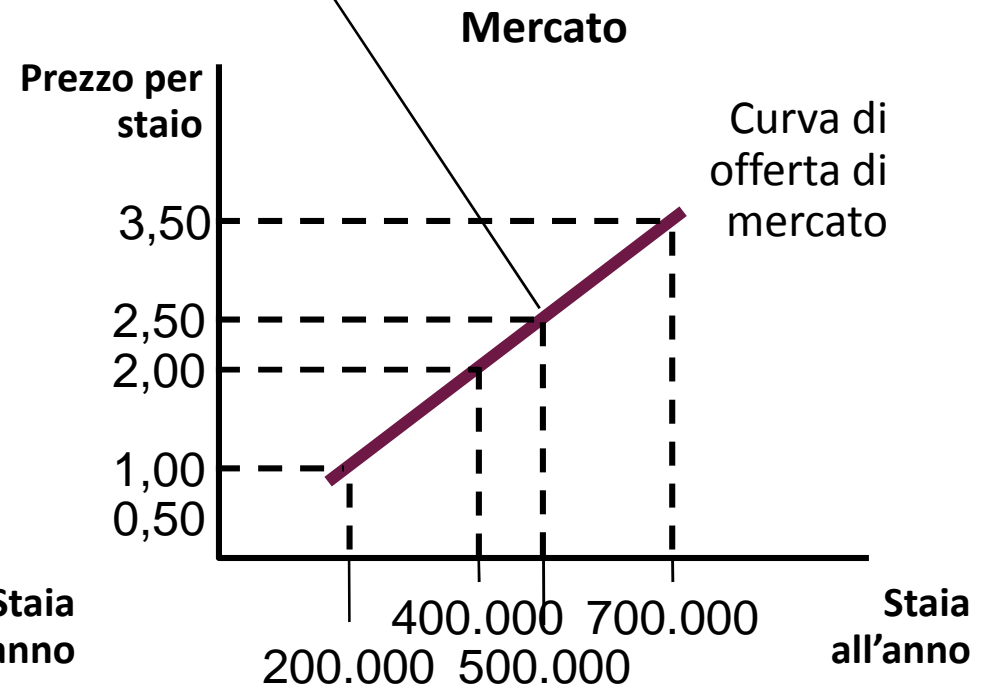
Nel nostro esempio: $p=1$ ($=AVC$) è il prezzo di cessazione dell'attività (ricordarsi che la curva dei costi marginali interseca quella dei costi medi nel loro punto più basso)

La curva di offerta del mercato nel breve periodo

1. In corrispondenza di ogni prezzo. . .



3. La quantità totale offerta da *tutte* le imprese in corrispondenza dei diversi prezzi è la curva di offerta di mercato.



2. L'impresa tipica offre la quantità che massimizza il profitto. Immaginiamo esistano 100 imprese uguali

La curva di offerta del mercato nel breve periodo

Muovendoci lungo la curva di offerta manteniamo costanti due valori:

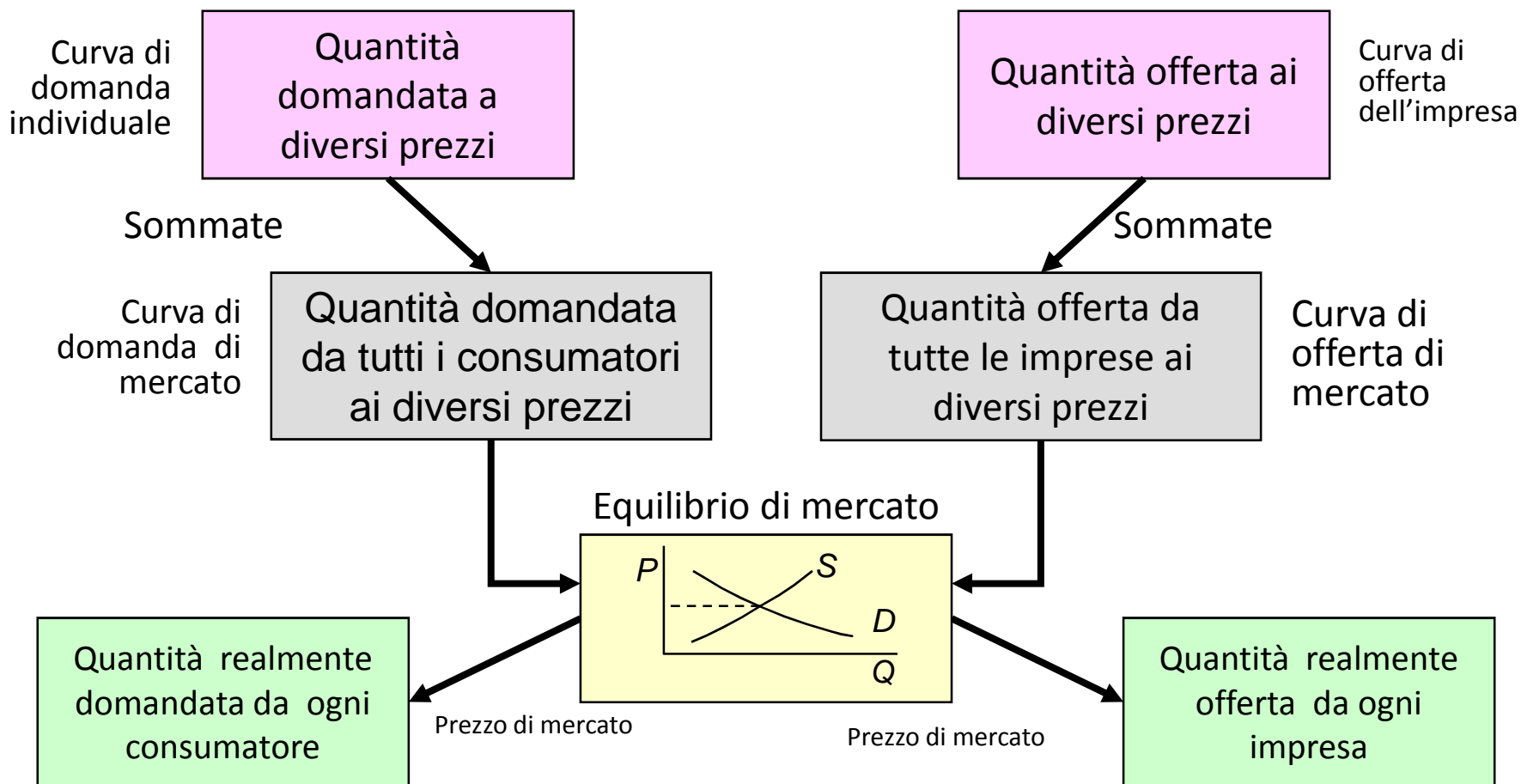
- **gli input fissi di ogni impresa**

Il breve periodo è insufficiente perché l'impresa apporti delle modifiche a tutti i suoi input

- **il numero di imprese nel mercato**

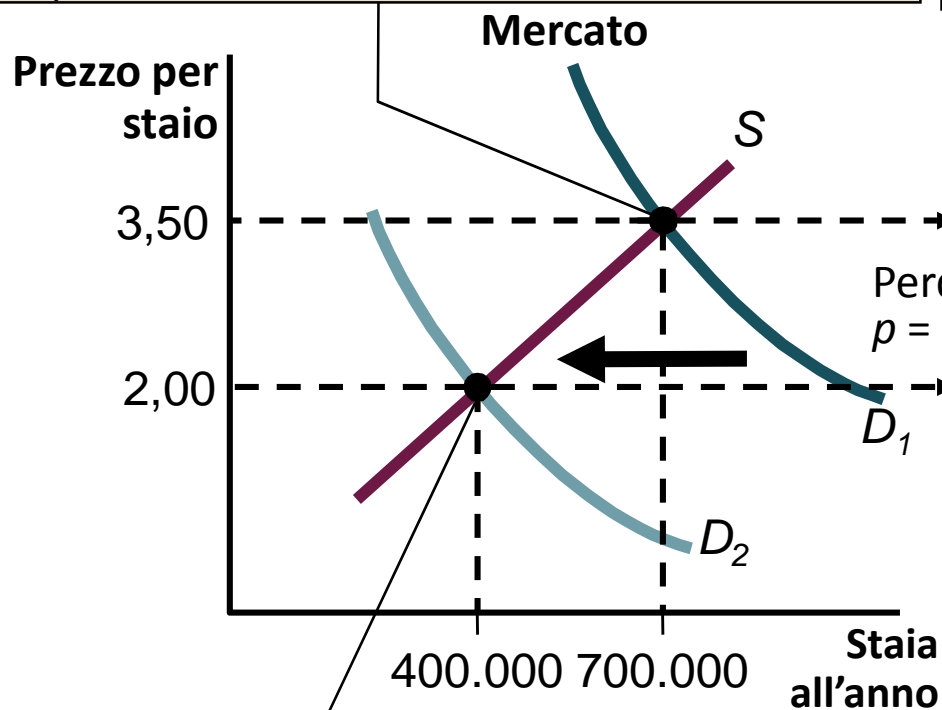
Il breve periodo è insufficiente perché una nuova impresa acquisti gli input fissi ed entri nel mercato; è insufficiente anche per una impresa che voglia dismettere i suoi input fissi e uscire dal mercato

Equilibrio nel breve periodo



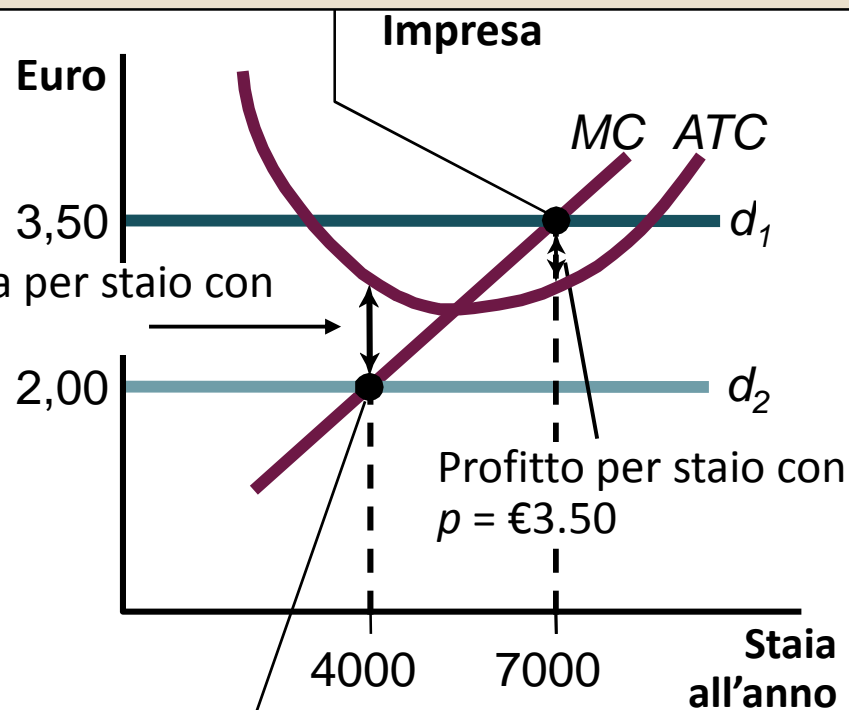
Due possibili equilibri nel breve periodo

1. Quando la curva di domanda è D_1 e l'equilibrio di mercato si trova in questo punto ...



3. Se la curva di domanda si sposta a D_2 e l'equilibrio di mercato passa a questo punto. ...

2. L'impresa opera in questo punto, realizzando un un profitto economico nel breve periodo.



4. L'impresa opera in questo punto e subisce una perdita economica nel breve periodo

I mercati concorrenziali nel lungo periodo

Nel lungo periodo:

- **Le imprese possono variare tutti i loro input**
- **il numero di imprese nel mercato può variare**

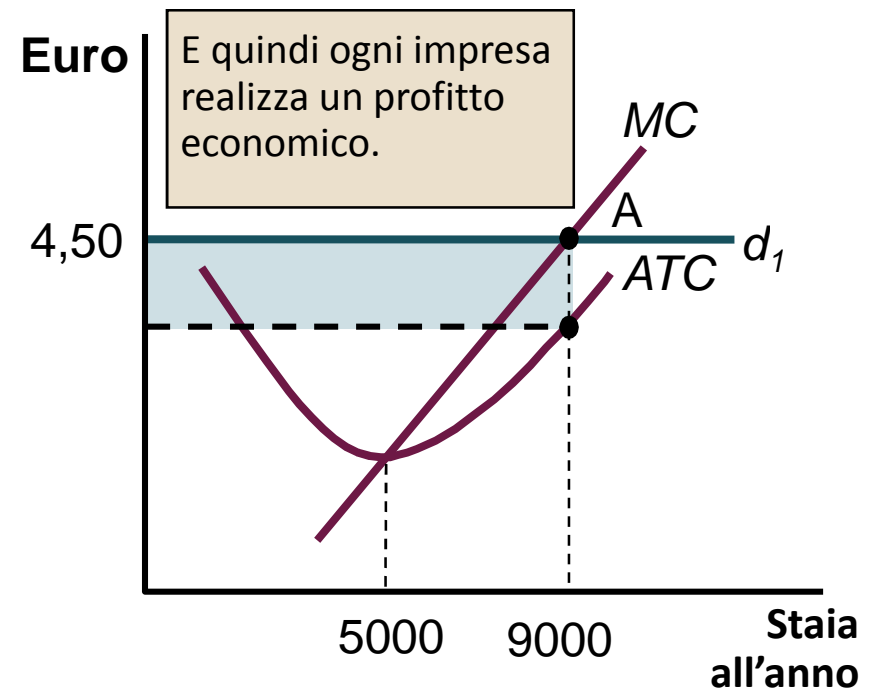
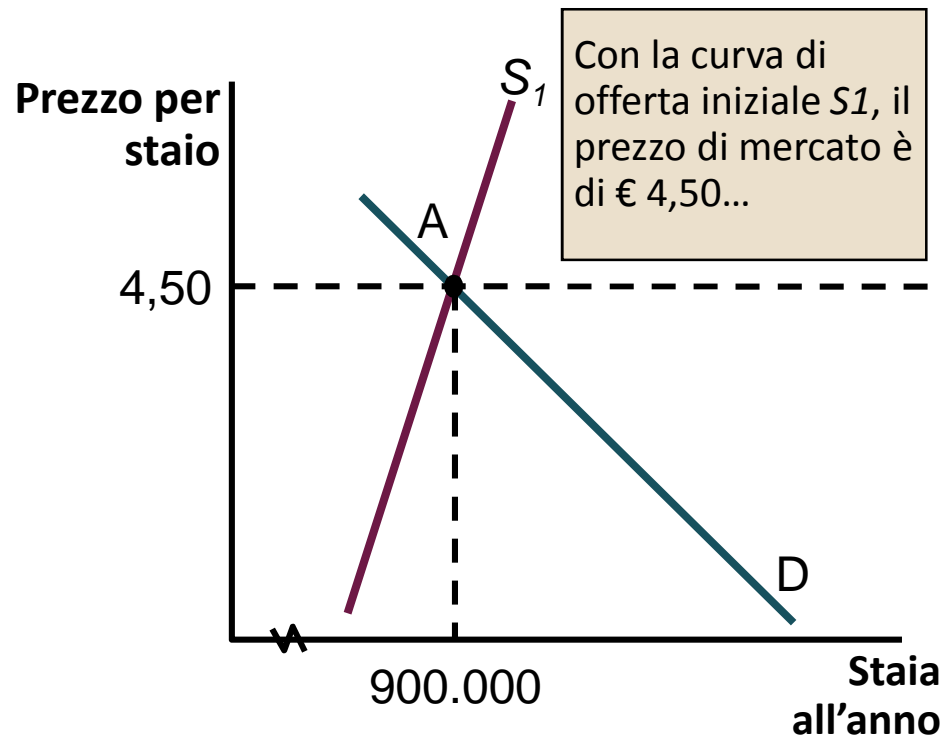
Il lungo periodo è sufficiente perché una nuova impresa acquisti gli input fissi ed entri nel mercato; è sufficiente anche per una impresa che voglia dismettere i suoi input fissi e uscire dal mercato

I mercati concorrenziali nel lungo periodo

In un mercato concorrenziale, il profitto e la perdita economica sono le forze che guidano i cambiamenti di lungo periodo. L'aspettativa di un profitto economico protratto porta gli estranei a entrare nel mercato; l'aspettativa di una perdita economica protratta porta le imprese del mercato ad abbandonarlo.

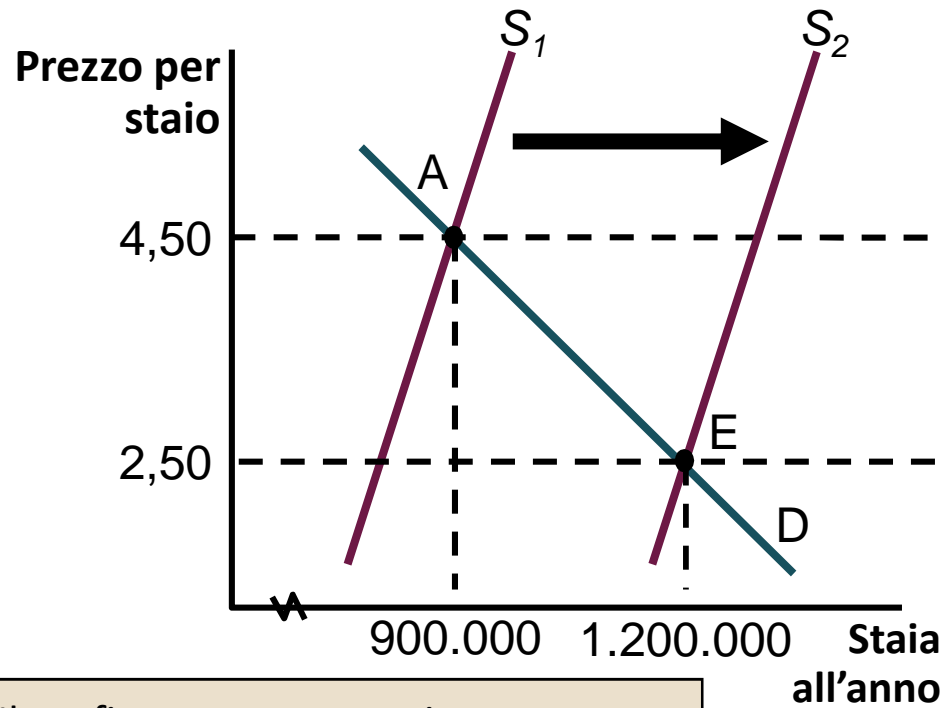
Equilibrio nel breve e nel lungo periodo

Nel breve periodo

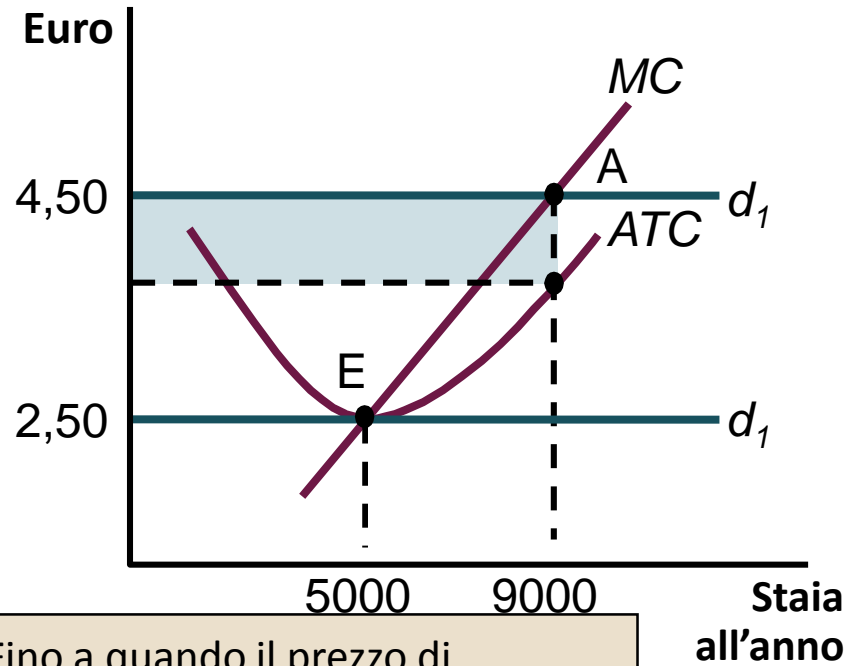


Equilibrio nel breve e nel lungo periodo

Nel lungo periodo



Il profitto attrae nuove imprese, spostando la curva di offerta verso destra...



Fino a quando il prezzo di mercato scende a € 2,50 e ogni impresa realizza un profitto economico nullo.

Fondamentale l'assenza di barriere d'entrata!

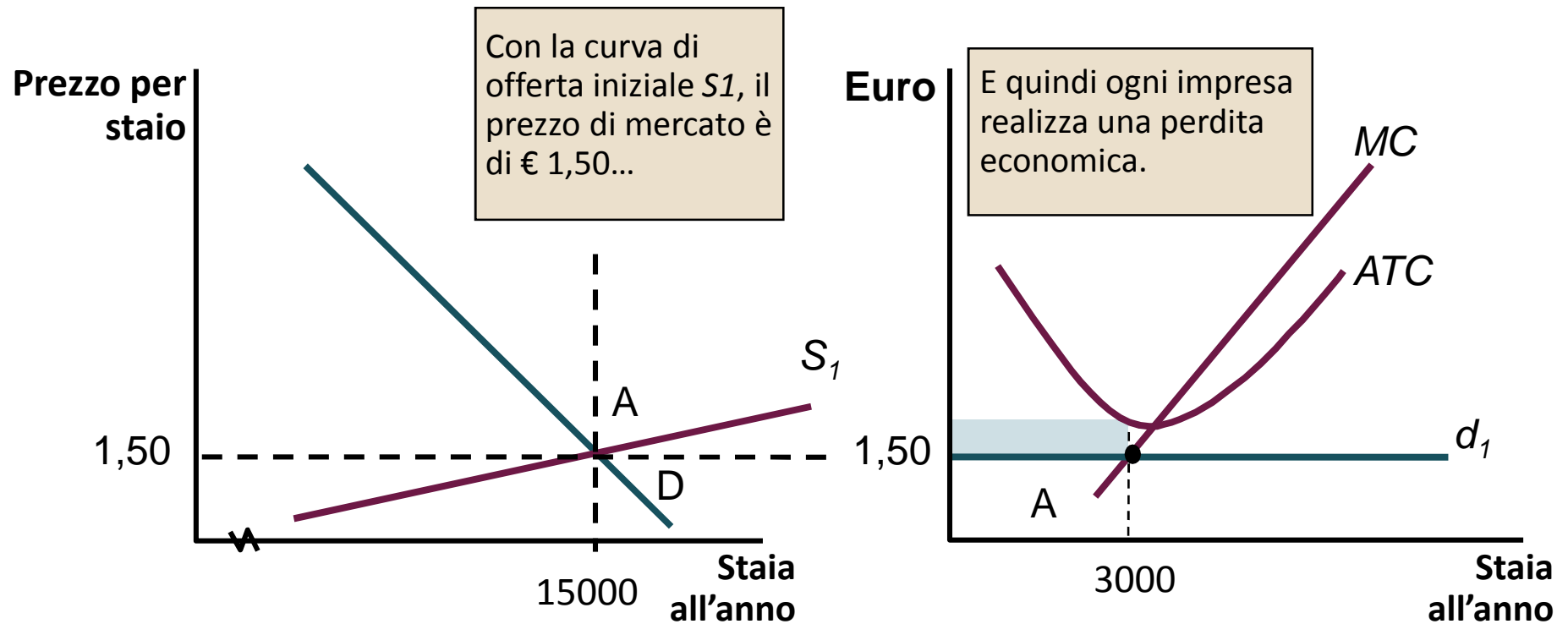
Equilibrio nel breve e nel lungo periodo

E se partissimo da una situazione di perdita nel breve periodo?

Cosa accadrebbe?

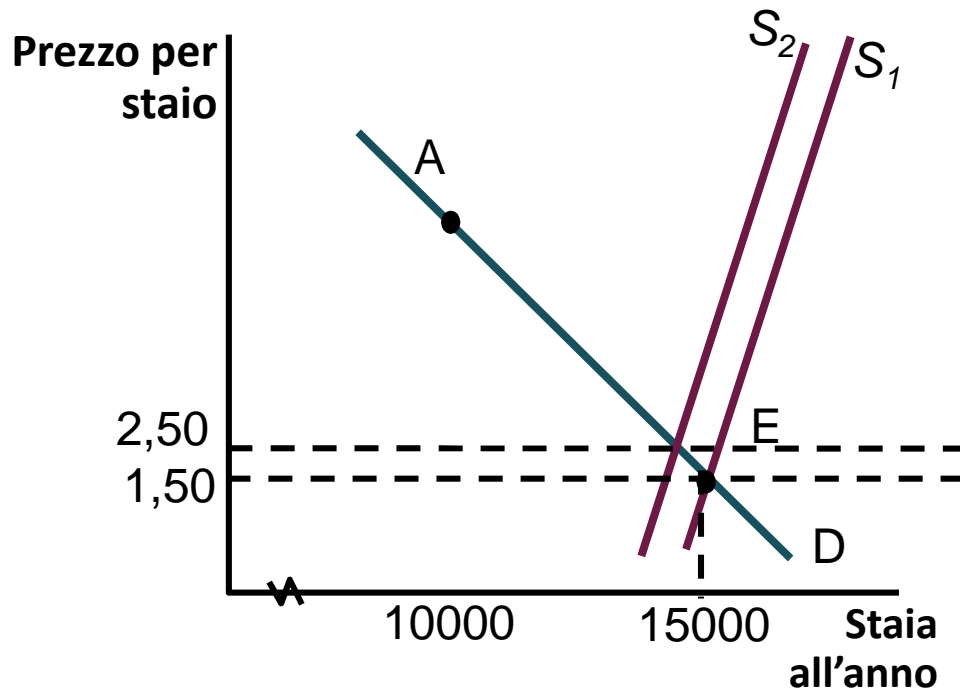
Equilibrio nel breve e nel lungo periodo

Nel breve periodo

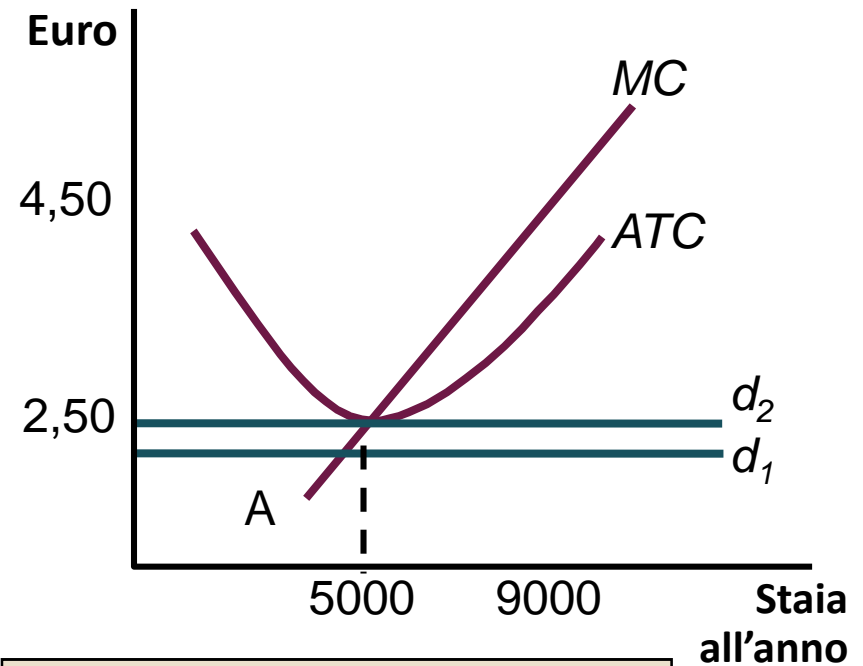


Equilibrio nel breve e nel lungo periodo

Nel lungo periodo



La perdita fa uscire imprese dal mercato, spostando la curva di offerta verso sinistra...



Fino a quando il prezzo di mercato sale a € 2,50 e ogni impresa realizza un profitto economico nullo.

Fondamentale l'assenza di barriere all'uscita!

Ma se il profitto è nullo...

Attenzione, parliamo di profitto economico e non contabile!

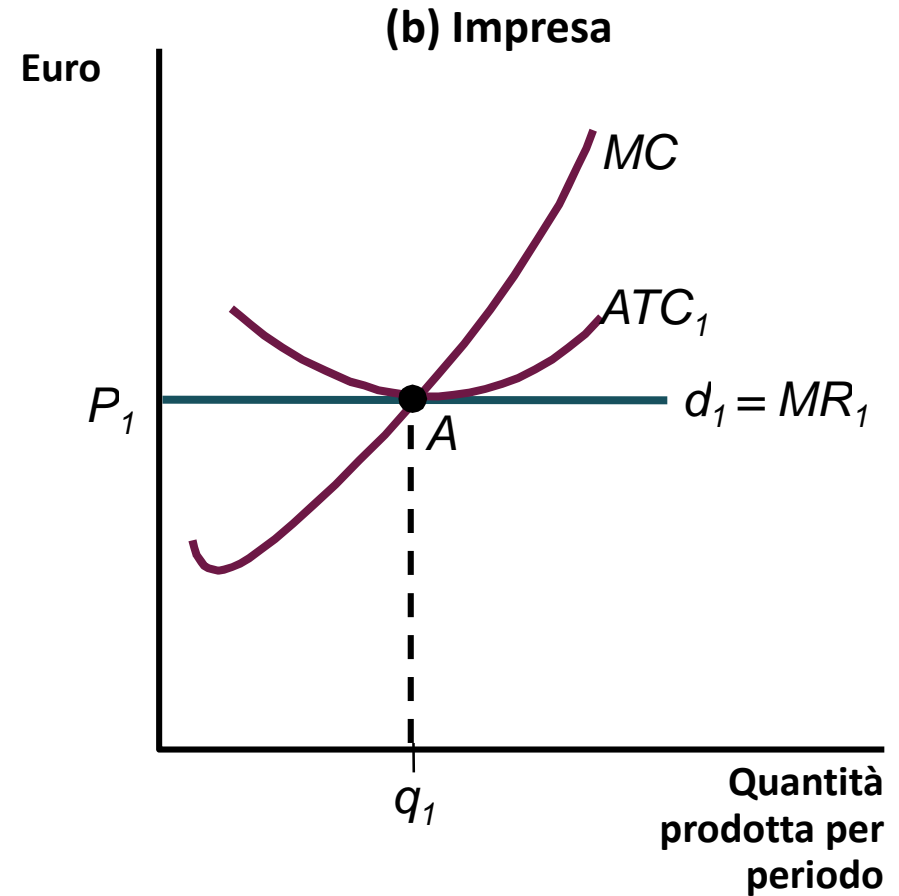
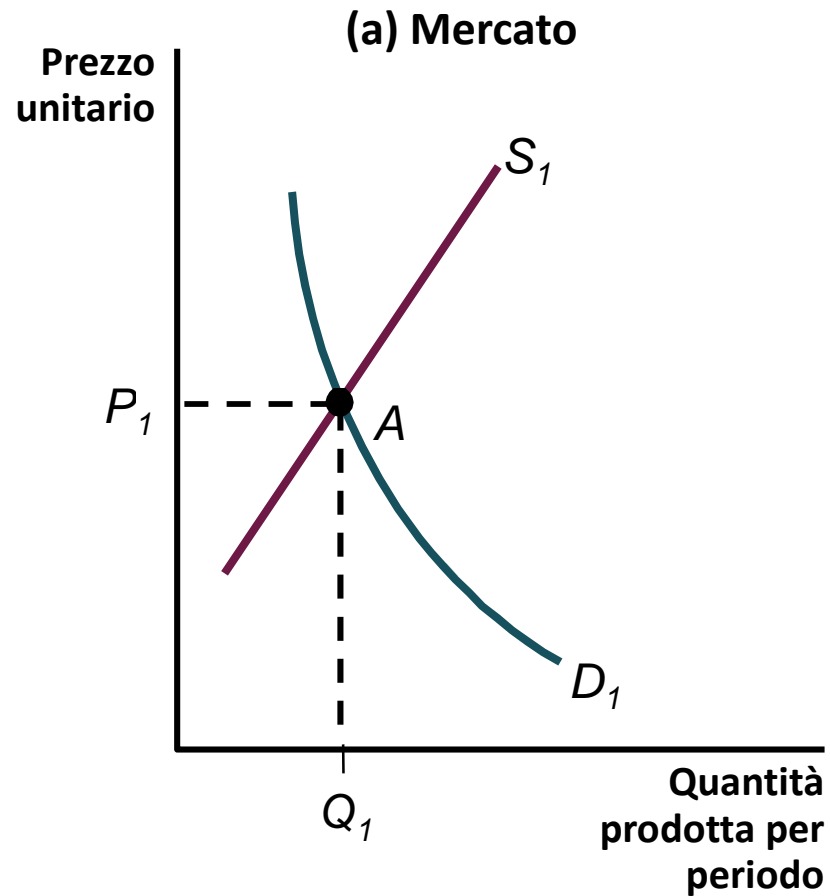
Può esserci un profitto contabile positivo!

Distinzione tra breve e lungo periodo

Il comportamento dei mercati varia a seconda che si consideri il breve o il lungo periodo: per risolvere un problema dobbiamo sempre sapere che tipo di periodo stiamo analizzando

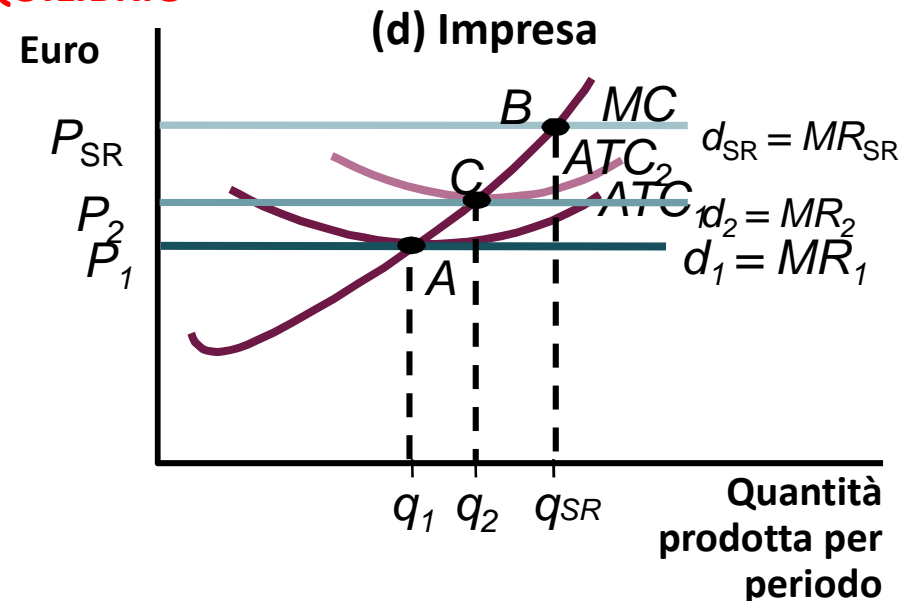
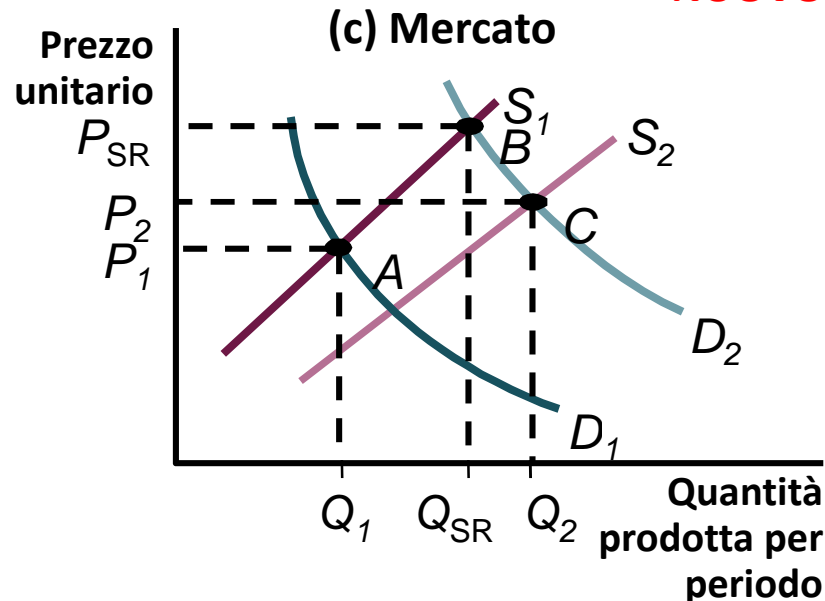
Vediamo che succede se varia la domanda

EQUILIBRIO INIZIALE



Vediamo che succede se varia la domanda

NUOVO EQUILIBRIO

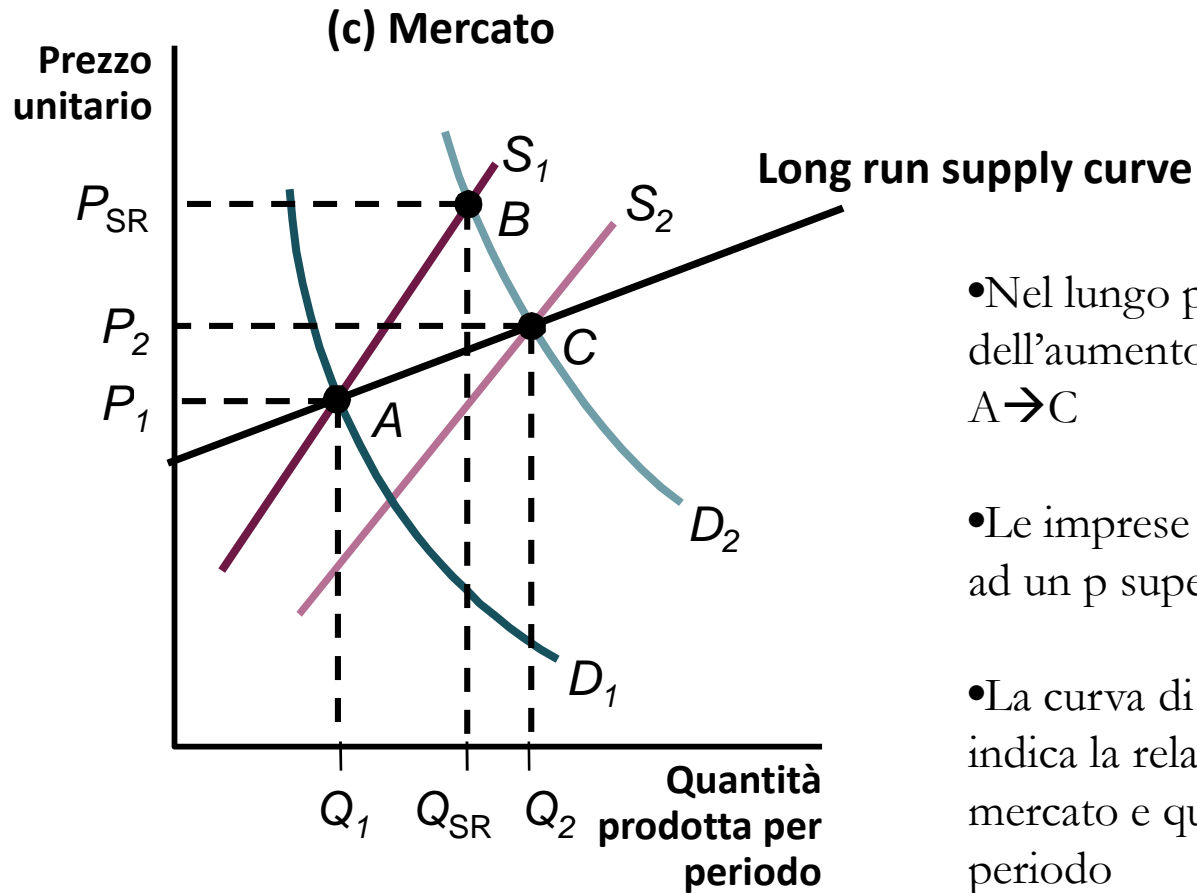


Variazione domanda → Nel breve periodo l'equilibrio va al punto B in cui la singola impresa produce Q_{SR} e realizza un buon profitto. Questo profitto attira nuove imprese, quindi nel lungo periodo la curva di offerta si sposta verso destra e l'equilibrio diventa C. IN C il costo medio totale è più alto che in A perché a causa della concorrenza i costi degli input sono cresciuti. Quindi la nuova curva del costo medio totale sarà ATC_2 . L'impresa avrà dunque profitto nullo

Nel breve periodo l'equilibrio è B, nel lungo periodo è C

$ATC_1 \rightarrow ATC_2$: aumento dei costi degli input dovuto a maggiore concorrenza
(quanto è realistico? Lo vediamo dopo)

Vediamo che succede se varia la domanda



- Nel lungo periodo l'effetto dell'aumento di domanda è il passaggio $A \rightarrow C$
- Le imprese realizzano il profitto nullo ad un p superiore rispetto a prima
- La curva di offerta di lungo periodo indica la relazione esistente tra prezzo di mercato e quantità prodotta nel lungo periodo

Quanto è realistico l'aumento di ATC?

Il caso più frequente

In una industria a costi crescenti, l'entrata provoca un aumento dei prezzi degli input, spostando verso l'alto la curva *ATC* dell'impresa tipica e aumentando il prezzo di mercato al quale le imprese realizzano un profitto economico nullo. Di conseguenza, la curva di offerta di lungo periodo è inclinata verso l'alto.

Altri casi: 1) industria a costi costanti

L'industria utilizza una percentuale davvero piccola degli input complessivamente disponibili. Dunque una variazione della domanda di input non ha riflessi sul prezzo

In una industria a costi costanti, l'entrata non provoca alcun impatto sui prezzi degli input, pertanto la curva *ATC* dell'impresa tipica non si sposta e il prezzo di mercato che consente di realizzare un profitto economico nullo non varia. Di conseguenza, la curva di offerta di lungo periodo è orizzontale.

Quanto è realistico l'aumento di ATC?

Altri casi: 2) industria a costi decrescenti

L'arrivo degli input comporta costi di trasporto elevati che con l'ingresso di nuove imprese possono essere suddivisi tra più soggetti. Ne consegue che il costo di trasporto per la singola impresa sarà decrescente.

In una **industria a costi decrescenti**, l'entrata provoca una *diminuzione* dei prezzi degli input, spostando verso il basso la curva *ATC* dell'impresa tipica e *riducendo* il prezzo di mercato che consente di realizzare un profitto economico nullo. Di conseguenza, la curva di offerta di lungo periodo è inclinata *verso il basso*.