

Le imprese in un mercato di concorrenza perfetta

Concorrenza perfetta

- Quattro principali caratteristiche:
 1. Sul mercato è presente una moltitudine di venditori e compratori così “piccoli”, rispetto alle dimensioni del mercato, da non poter influenzare il prezzo del bene che comprano e vendono
 2. I beni contrattati sul mercato sono perfetti sostituti
 3. Le imprese possono entrare e uscire liberamente dal mercato: esiste la possibilità concreta di entrare nel mercato e produrre i beni in esso scambiati (condizione rilevante per determinare il risultato concorrenziale nel lungo periodo)
 4. Compratori e venditori perfettamente informati

Il prezzo è un dato di fatto

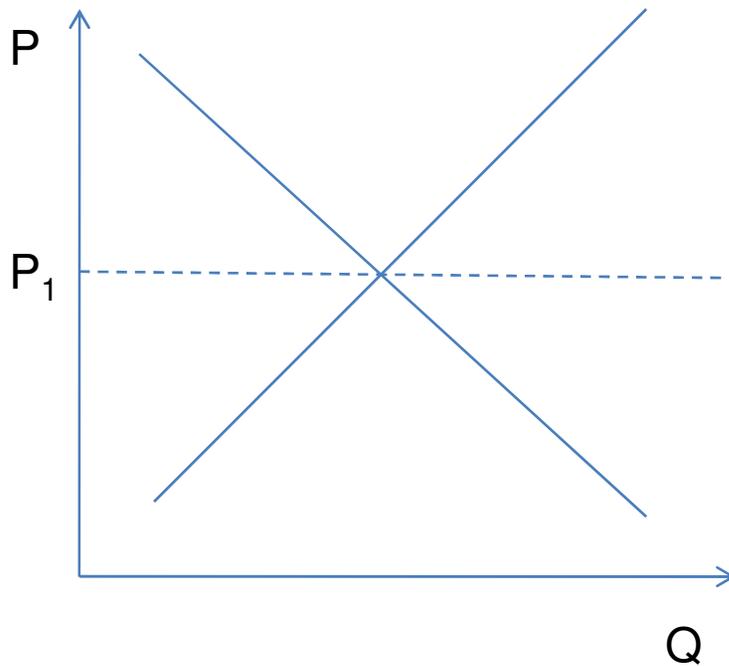
- In un mercato perfettamente concorrenziale, il prezzo è preso dai singoli venditori e compratori come un dato di fatto
- se il prezzo viene aumentato da un venditore, tutti i compratori si spostano da altri venditori

Il Ricavo in concorrenza perfetta

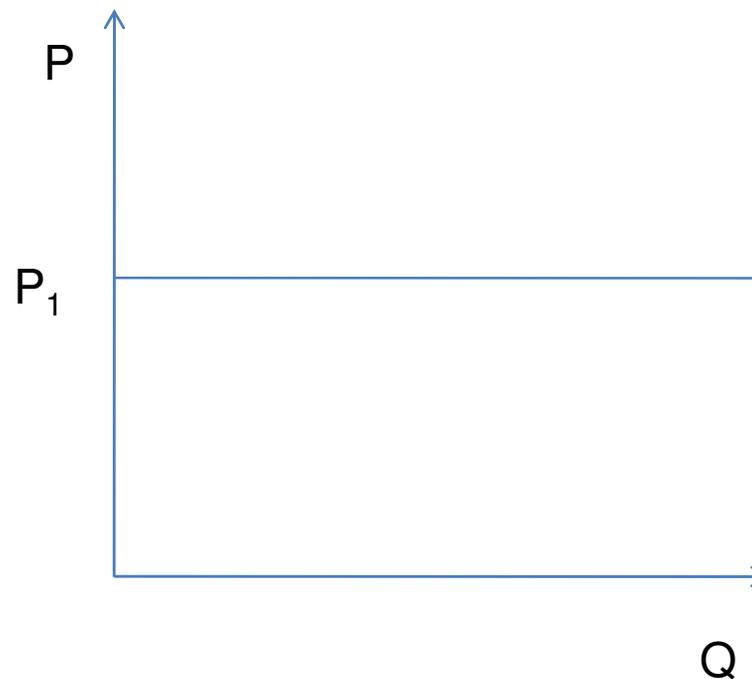
- Il ricavo totale si calcola come già visto:
- $P \times Q$
- Quello che conta sottolineare è che in concorrenza perfetta, all'aumentare della quantità prodotta da ciascun singolo venditore non cambia il prezzo che si può imporre (il prezzo è fissato dall'interazione di tutti i venditori e tutti i compratori senza che alcuno variando la quantità sia in grado di incidere sul prezzo)

La curva di domanda di un'impresa perfettamente concorrenziale

Domanda e offerta di mercato



Domanda della singola impresa



- La curva di domanda della singola impresa è una retta orizzontale tracciata in corrispondenza del livello del prezzo di mercato.

- Poiché il prezzo non cambia al variare della quantità venduta dalla singola impresa (perché nessuna impresa singolarmente è in grado di influenzare il prezzo con la quantità immessa sul mercato), in concorrenza perfetta :
- Il ricavo totale è proporzionale alla quantità prodotta e venduta (se Q raddoppia il ricavo totale raddoppia)

Ricavo medio e ricavo marginale

- il ricavo medio (dato dal ricavo totale diviso per la quantità venduta) sarà uguale al prezzo:
- $P \times Q / Q = P$

Inoltre, in concorrenza perfetta,
- Anche il ricavo marginale è uguale al prezzo, in quanto al variare della quantità immessa da ciascun singolo venditore sul mercato il prezzo di vendita non cambia.
- Quindi il PREZZO stabilito dal mercato ritorna come una costante nei ricavi dell'impresa

Quantità di litri di latte venduti (Q)	Prezzo (euro) (P)	Ricavo totale $RT=P \times Q$	Ricavo Medio ($Rme=RT/Q$)	Ricavo Marginale ($RM=\Delta RT/\Delta Q$)
1	6	6	6	6
2	6	12	6	6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6

Massimizzazione del profitto

- Un'impresa produrrà una quantità di beni tale che a quel livello:
- **Il ricavo marginale (il ricavo ottenuto vendendo l'ultima unità di bene) uguagli il costo marginale (costo affrontato nel produrre l'ultima unità)**

$$RM=CM$$

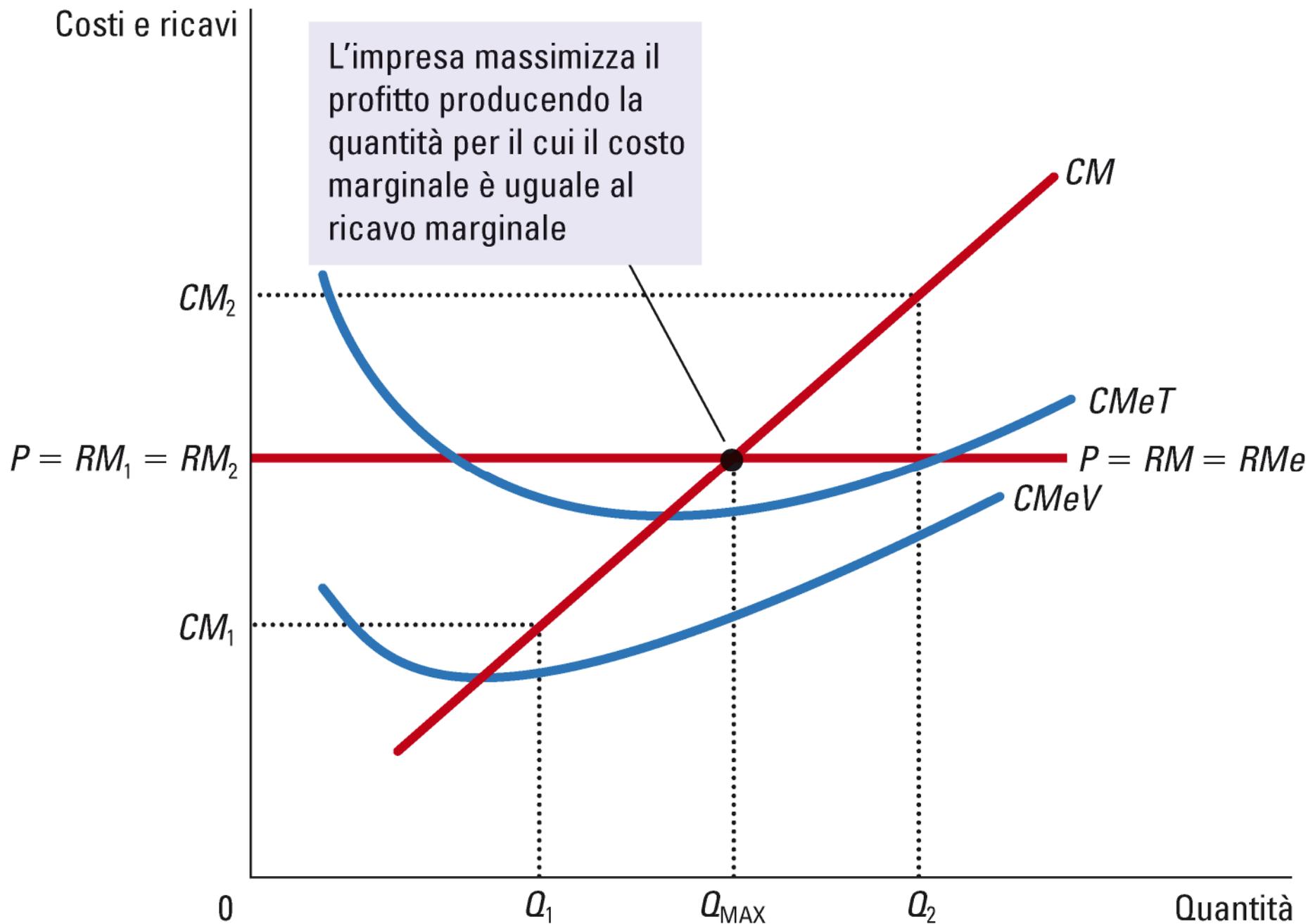
PERCHE'?

Il costo marginale

- Data la produttività marginale decrescente, **il costo marginale aumenta all'aumentare della quantità prodotta.**
- Quindi aumentando la produzione, le unità via via prodotte costano al margine di più

Il ricavo marginale in concorrenza perfetta

- Come abbiamo visto in precedenza, il ricavo marginale in concorrenza perfetta è uguale al prezzo.
- **Di conseguenza, in concorrenza perfetta, il livello prodotto da ogni produttore sarà quello in cui il costo marginale uguaglia il prezzo!!!**

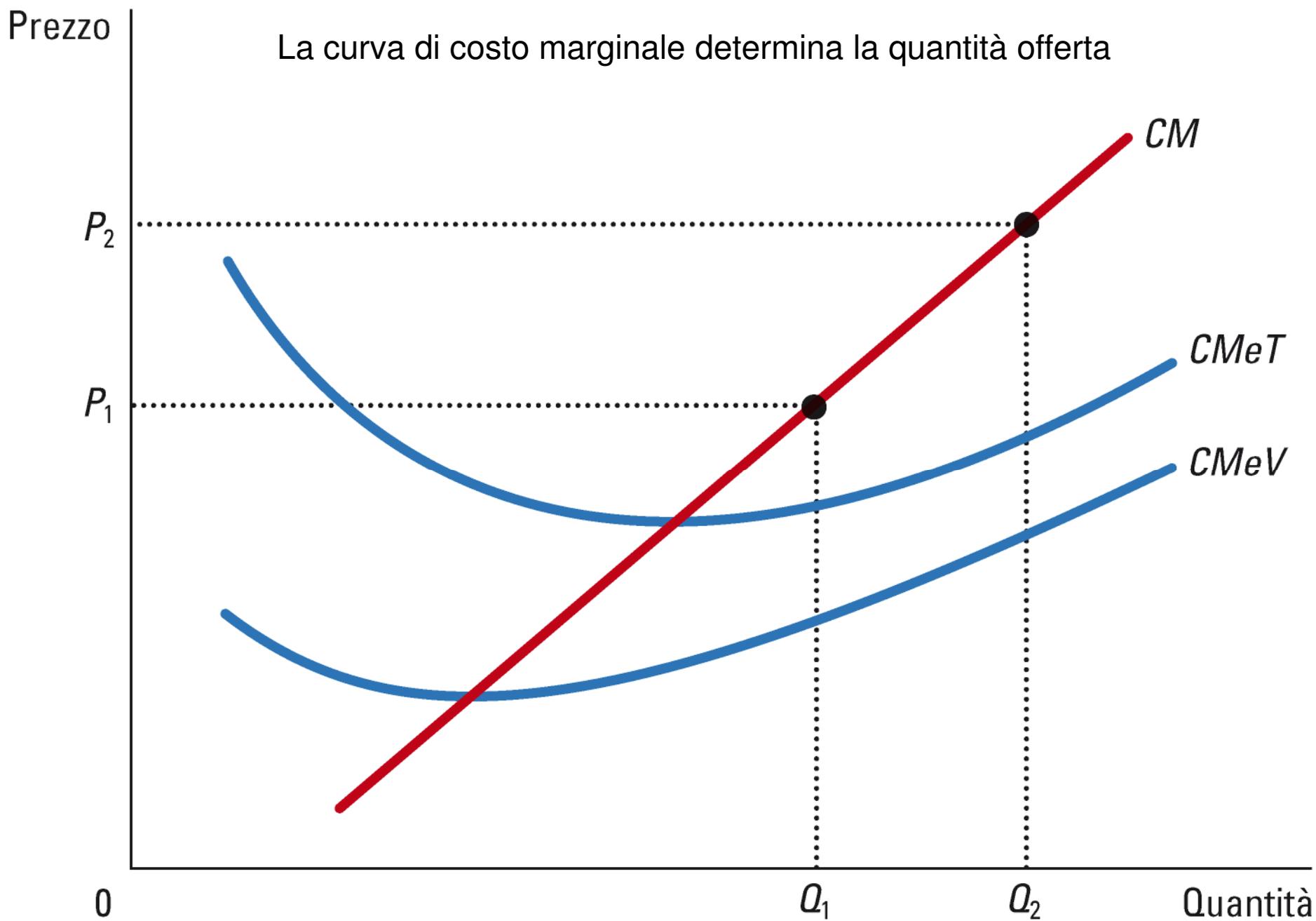


Regola di carattere generale per massimizzare il profitto:

- Se il ricavo marginale è superiore al costo marginale, all'impresa conviene aumentare la produzione
- Se il ricavo marginale è inferiore al costo marginale, all'impresa conviene diminuire la produzione
- Il livello di produzione che massimizza il profitto è quella per cui il ricavo marginale uguaglia il costo marginale

La curva di offerta dell'impresa in concorrenza perfetta

- A ogni dato livello di prezzo, le imprese in concorrenza perfetta desiderano quindi produrre esattamente la quantità tale per cui il loro costo marginale uguaglia il prezzo.
- **Di conseguenza, la relazione prezzo quantità che determina l'ammontare che l'impresa desidera immettere sul mercato in concorrenza perfetta è colta dalla curva di costo marginale (attenzione ai casi di uscita dal mercato)**

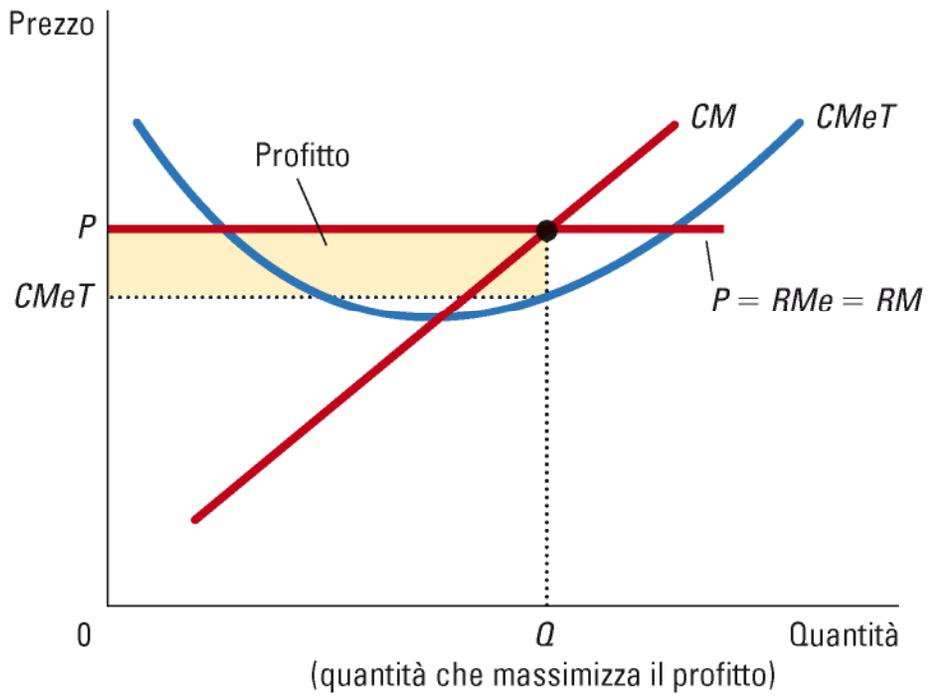


- Quindi il livello di equilibrio del prezzo in un mercato perfettamente concorrenziale si forma dall'intersezione fra domanda e offerta aggregata e ogni singola impresa prende quel prezzo come dato
- La scelta dell'impresa in concorrenza è quindi quella di definire la quantità ottima (che massimizza il profitto) dato quel prezzo

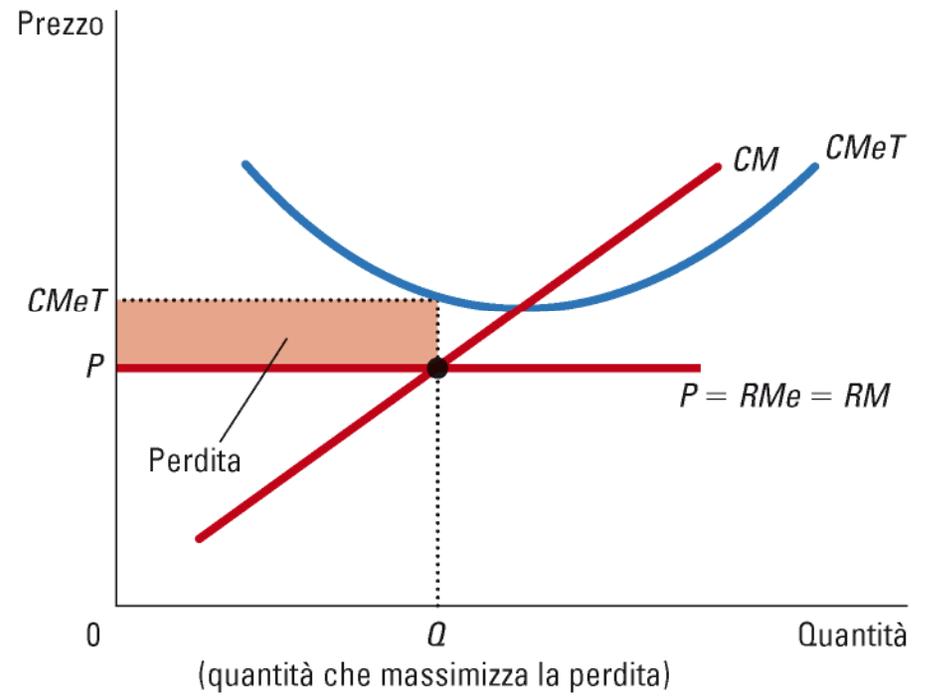
Rappresentiamo graficamente il profitto di una impresa in concorrenza perfetta

- Sappiamo che il profitto è dato da:
- $\text{Profitto} = RT - CT$
- Riscriviamo dividendo e moltiplicando la parte destra dell'equazione per Q:
- $\text{Profitto} = (RT/Q - CT/Q) \times Q$
- Essendo RT/Q è il ricavo medio e corrisponde al prezzo, e CT/Q uguale al costo totale medio, otteniamo:
- $\text{Profitto} = (P - CMeT) \times Q$

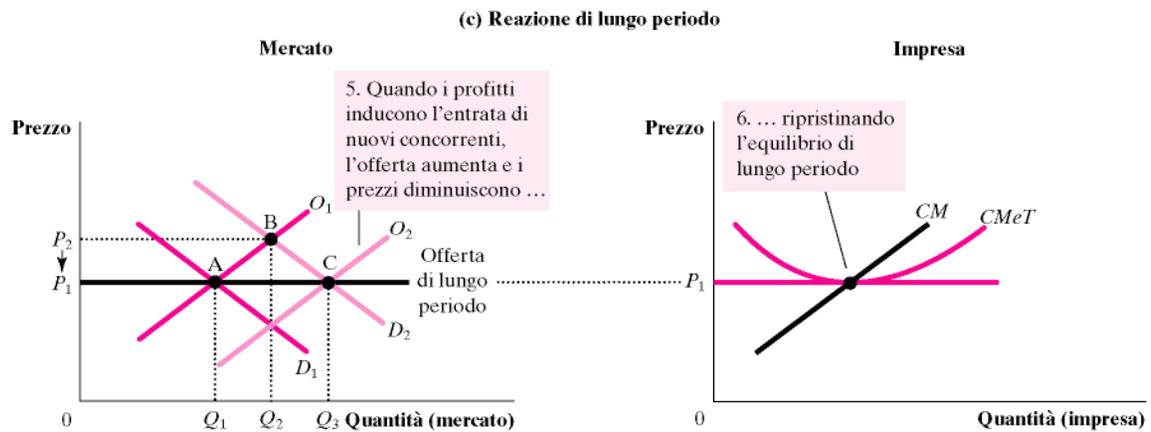
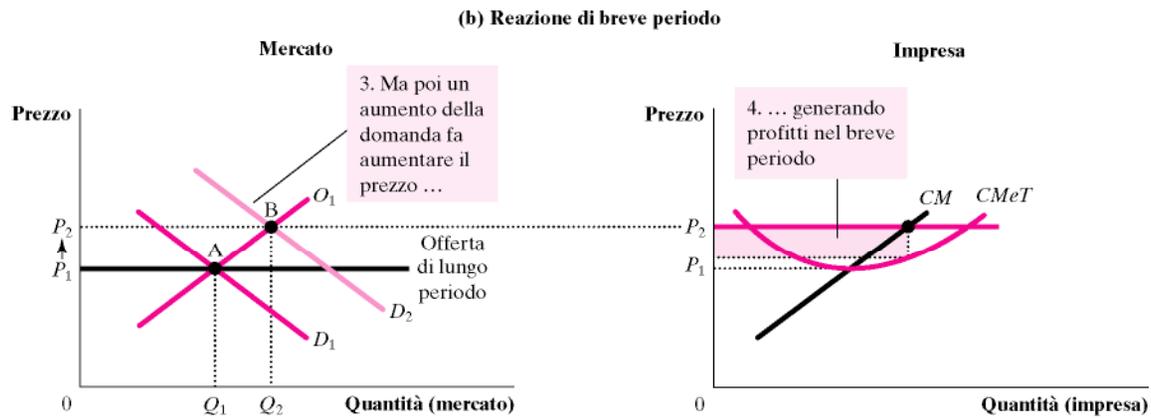
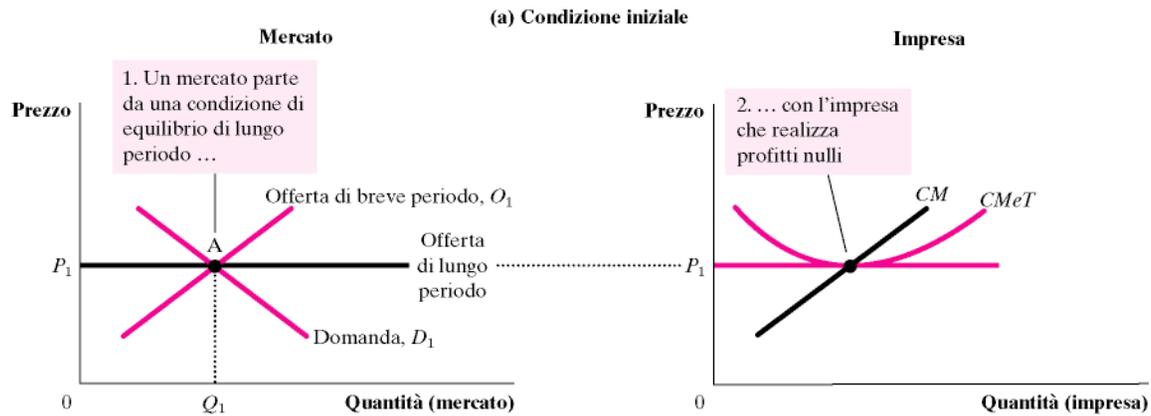
(a) Impresa che realizza profitti



(b) Impresa che subisce perdite



- Cosa accade nel breve e nel lungo periodo alle imprese e ai loro profitti quando vi sono spostamenti della curva di domanda?



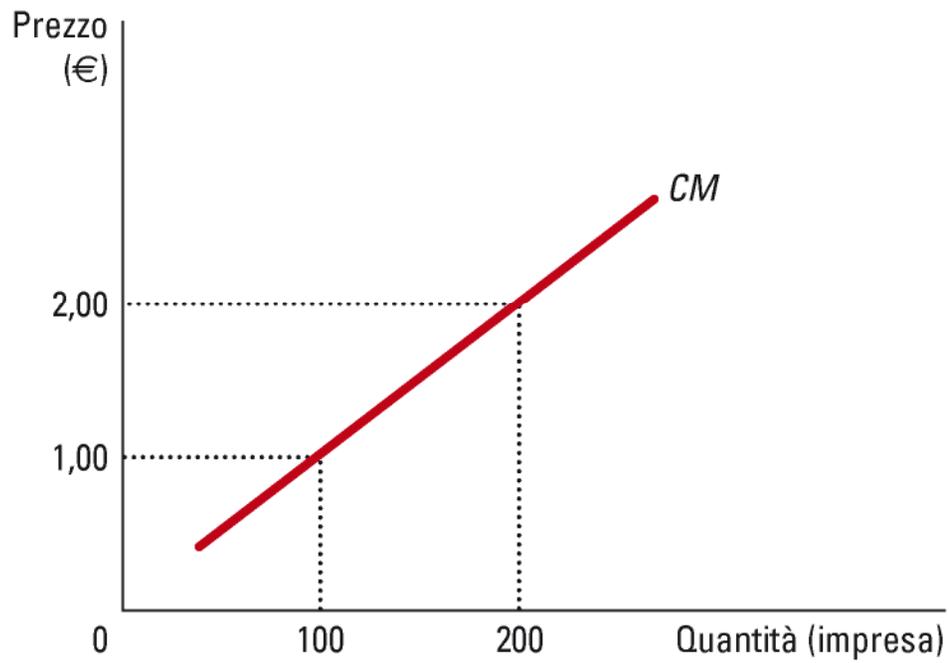
Offerta nel lungo periodo

- Dunque abbiamo già visto che in concorrenza, l'impresa produce un quantità tale per cui $P=CM$
- Se poi nel lungo periodo le forze della concorrenza spingono a un livello per cui $P=CMeT$
- Si avrà che in concorrenza perfetta nel lungo periodo il $P=CM=CMeT$
- Quindi, in concorrenza perfetta nel Lungo Periodo le imprese producono sempre in corrispondenza della loro dimensione efficiente

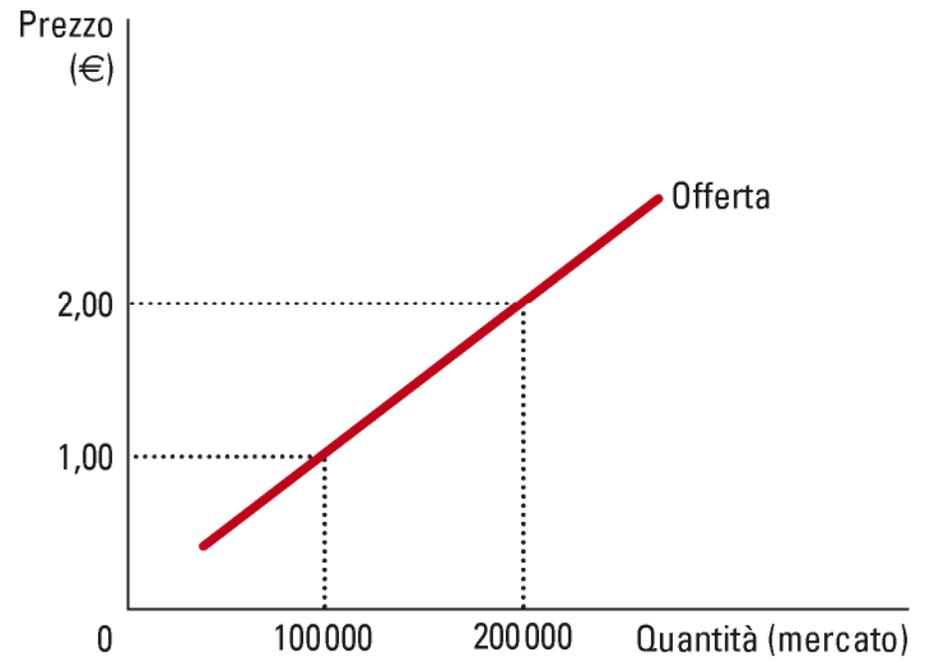
- nel lungo periodo (cioè dopo che le imprese sono entrate o uscite dal mercato in modo da portare $P=CM=CMeT$), la curva di offerta di mercato è orizzontale: ossia le imprese offrono una quantità che non si scosta mai dal prezzo in corrispondenza del quale $CM=CMeT$...
- Se la domanda aumenta, nel lungo periodo nuove imprese entrano nel mercato, aumenta la quantità offerta e scambiata, ma nessun cambiamento sul prezzo

BREVE PERIODO

(a) Offerta della singola impresa

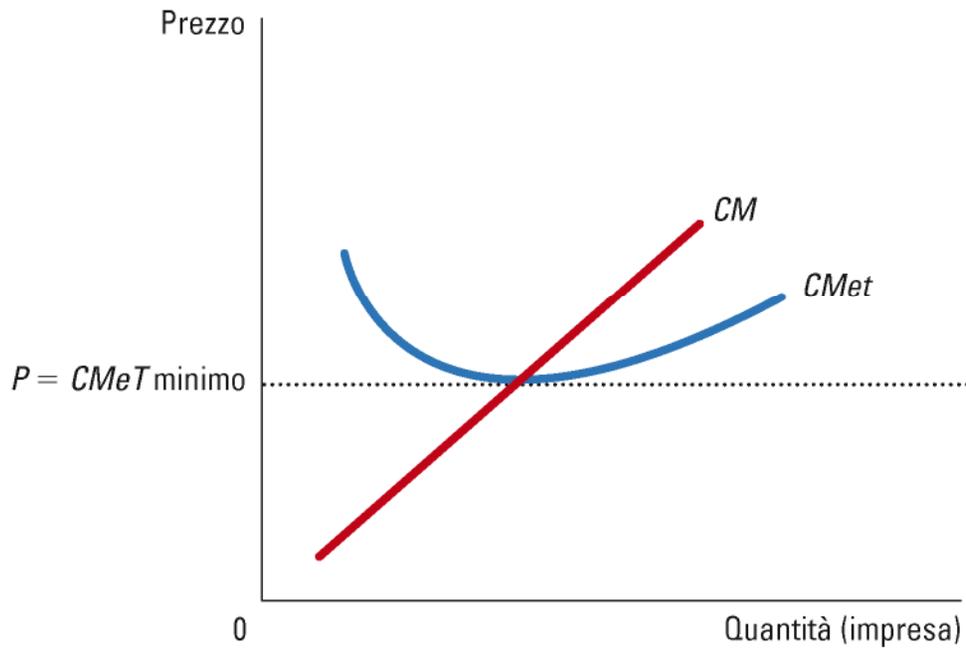


(b) Offerta di mercato

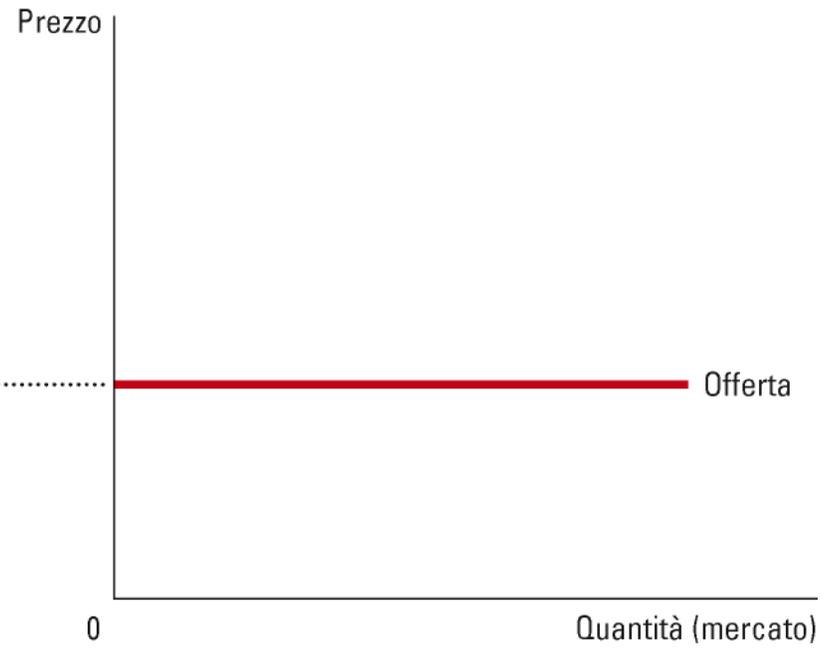


LUNGO PERIODO

(a) Impresa in condizioni di profitto nullo



(b) Offerta di mercato



- Attenzione: stiamo ipotizzando imprese che producono **con gli stessi costi**,

il mercato sarà in equilibrio quando $P=CMeT$ il che significa che il prezzo nel lungo periodo non può essere diverso da $CMeT$

Ipotesi forte

- Fin'ora abbiamo ipotizzato che le imprese avessero le stesse curve di costo (stessa tecnologia produttiva ecc.)
- Cosa accade se ciò non è vero?
- Accade che anche la curva di offerta di lungo periodo può essere inclinata positivamente

- Se la domanda aumenta ma i produttori che soddisfano questa nuova domanda hanno costi maggiori di chi era già sul mercato, il prezzo aumenterà rispetto all'equilibrio precedente...

- Ovviamente, se le imprese hanno profili di costo diversi, allora alcune realizzano un profitto positivo anche nel lungo periodo al prezzo a cui viene venduto il bene (pensate a una impresa che produce un bene avendo scoperto una tecnologia innovativa che gli altri ancora non sono stati in grado di riprodurre - ad es. perché coperta da brevetto, ruolo dei brevetti...)

Sospensione della produzione e/o uscita dal mercato

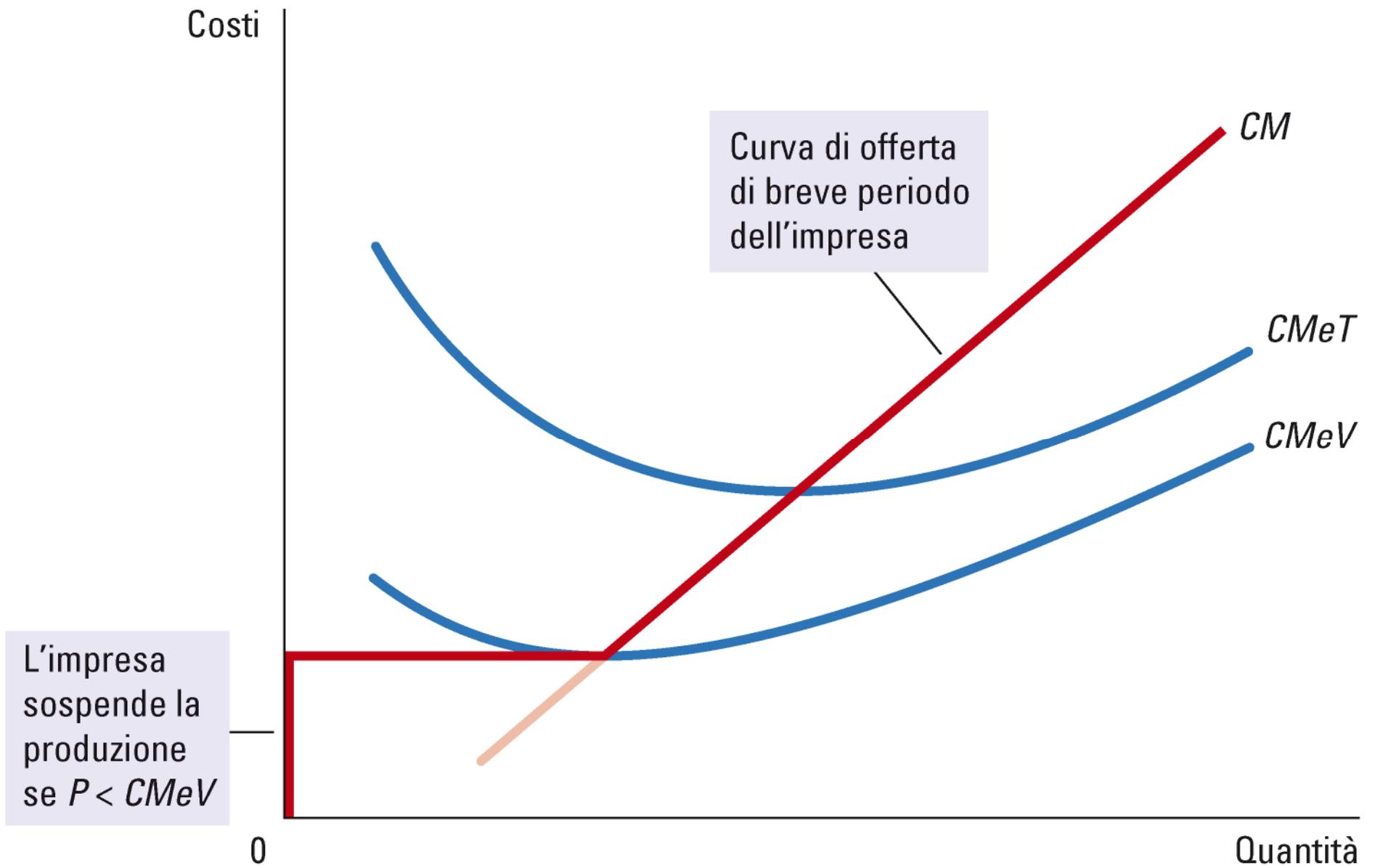
- Se l'impresa decide di produrre, allora la scelta ottima è di produrre una quantità tale per cui il prezzo è uguale al costo marginale.
- Tuttavia esisteranno situazioni in cui produrre non è conveniente.
- Per capire da cosa dipende la scelta se produrre o meno, dobbiamo **distinguere tra sospensione temporanea della produzione (decisione nel breve periodo riferita a un periodo specifico o a condizioni presumibilmente contingenti del mercato) e sospensione totale (decisione nel lungo periodo)**

- La differenza rilevante, in questo caso, è che se l'impresa decide di sospendere solo temporaneamente la produzione, non recupera i costi fissi.
- Immaginate un'impresa che veda ridursi i prezzi a cui può vendere il bene (ad esempio a causa di una contrazione della domanda di mercato)
- L'impresa ritiene che nell'arco dell'anno la domanda si riprenderà

- Sospendendo la produzione, l'impresa abbatte alcuni costi, quali?
- I costi variabili
- Dunque la scelta relativa a sospendere temporaneamente la produzione (in attesa che il prezzo torni a salire) si basa sul confronto fra ricavo totale (realizzato tenendo aperto) e costo totale VARIABILE (**sostenuto tenendo aperto**)

In sintesi

- E' opportuno sospendere la produzione se:
- $RT < CV$
- Dividendo entrambi i termini per Q:
- $RT/Q < CV/Q$
- Poiché $RT = P \times Q$ e CV/Q altro non è che il costo medio variabile, si ha che è opportuno sospendere temporaneamente la produzione se:
- $P < CM_{eV}$



Interruzione dell'attività e uscita dal mercato

- Se un produttore decide di uscire dal mercato, alcuni costi fissi diventano recuperabili:
- Es. un agricoltore che decide di cessare l'attività può vendere la terra e recuperare una parte del valore
- Dunque la scelta se uscire definitivamente dal mercato deve tenere conto anche della possibilità di recuperare i costi fissi

- Se un produttore producendo ricava meno di quanto spende in totale (e la situazione che gli si prospetta non è una situazione “contingente”), allora gli conviene cessare completamente l’attività:
- Uscire dal mercato conviene se:
- $RT < CT$
- Cioè; $RT/Q < CT/Q$
- Ossia $P < CMeT$

