

Capitolo 9

Concorrenza perfetta e monopolio perfetto: i casi limite di struttura di mercato

Trasparenti tratti, con modifiche e integrazioni, da:
David Begg, Stanley Fischer e Rudiger Dornbusch, *Economia*, cap.9
McGraw-Hill, 2001

Concorrenza perfetta

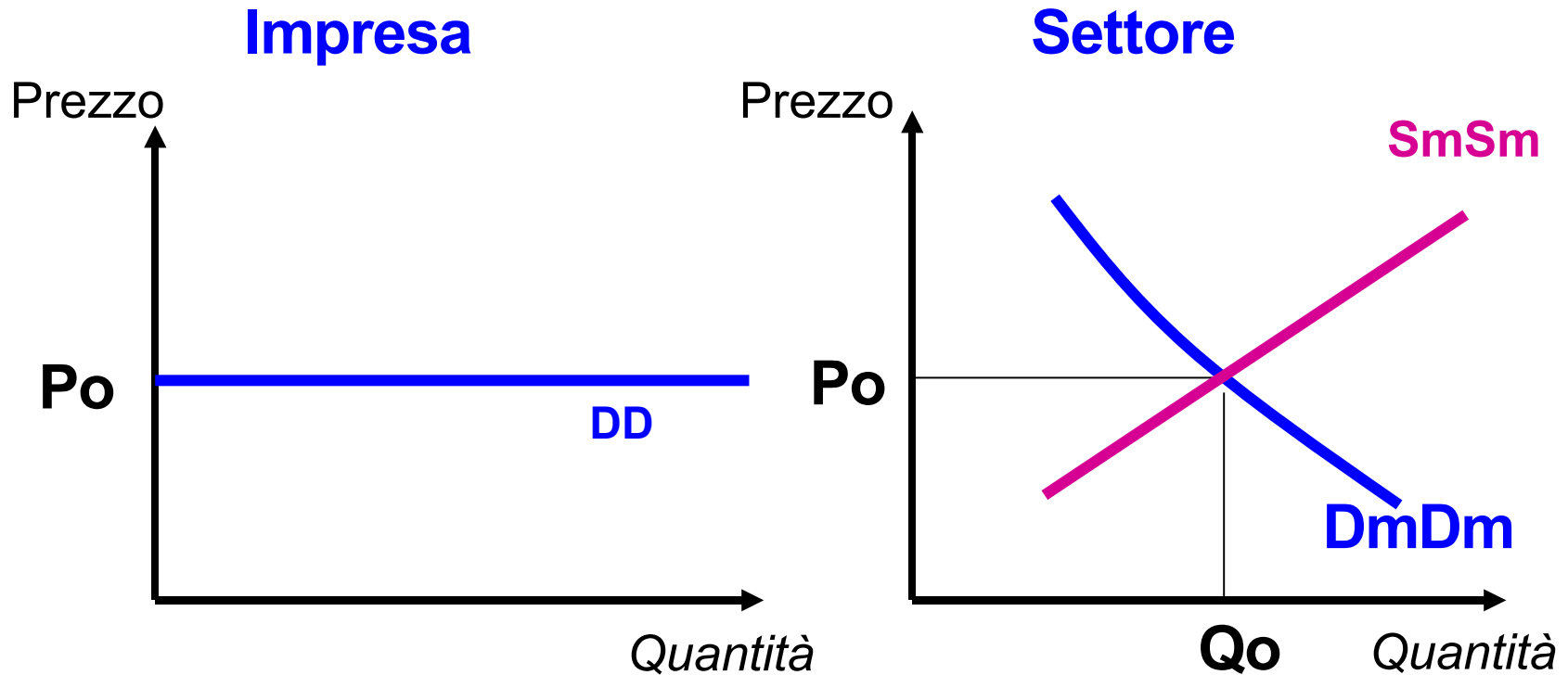
- Un mercato di concorrenza perfetta è caratterizzato da frammentazione della domanda e dell'offerta e da una domanda indifferenziata
- Acquirenti e venditori sono consapevoli del fatto che le loro decisioni individuali non hanno alcuna influenza sul prezzo di mercato

Concorrenza perfetta

Le caratteristiche del mercato

- molti acquirenti e venditori
 - nessuna azione di un singolo ha effetto sul prezzo di mercato
- le imprese sono “price taker”
 - la domanda del prodotto dell'impresa è perfettamente orizzontale
- il prodotto è omogeneo
- vi è perfetta informazione
- non vi sono barriere all'entrata e all'uscita

La domanda dell'impresa e del settore in un mercato di perfetta concorrenza



In un mercato di p.c. il prezzo è determinato da domanda e offerta.
Al prezzo corrente P_o la singola impresa può vendere la quantità più conveniente senza che ciò influenzi il prezzo.
Per l'impresa la domanda è orizzontale, al prezzo corrente.

La scelta della quantità ottima di produzione/offerta dell'impresa in concorrenza perfetta

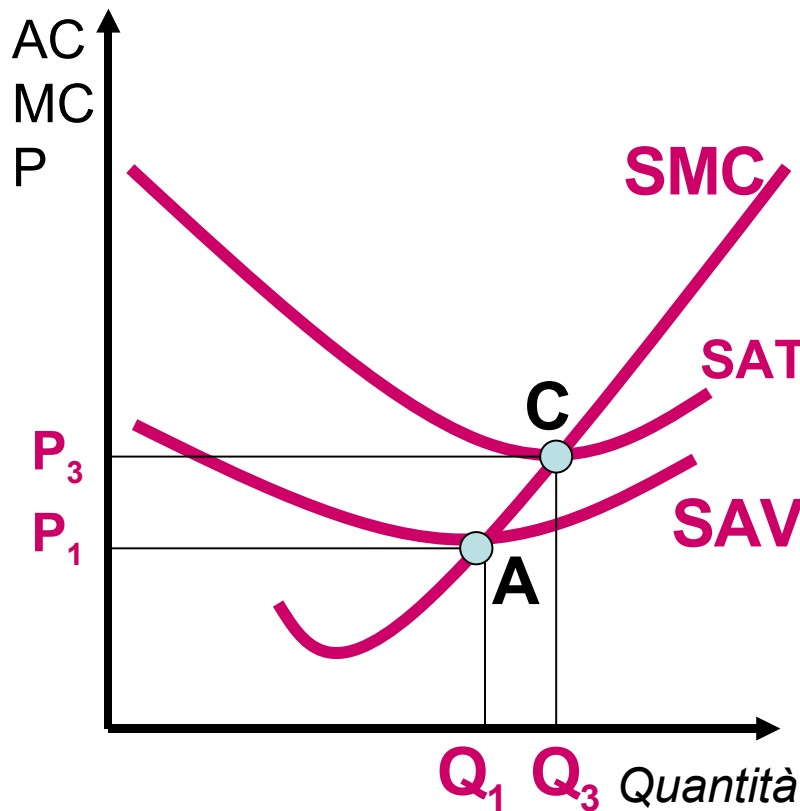
- Per l'impresa in c.p. vale la seguente relazione

$$P = MR = AR$$

- La condizione marginalistica si presenta come segue:

$$SMC = MR = P$$

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel breve periodo (1)

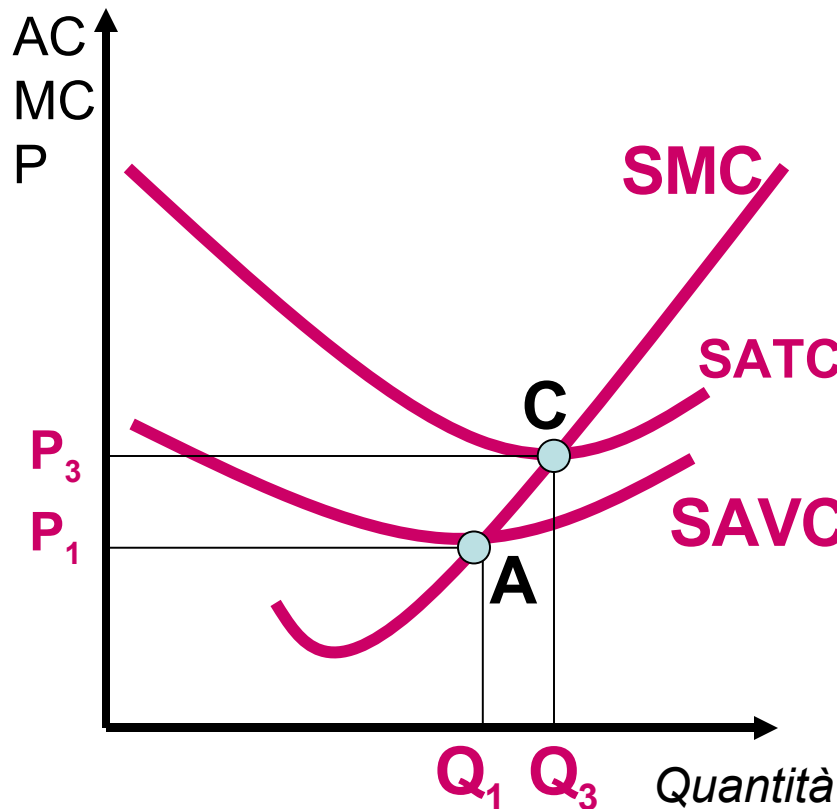


- Al di sopra del prezzo P_3 (punto C), l'impresa realizza un profitto superiore al costo opportunità del capitale, nel breve periodo.
- Al prezzo P_3 (punto C), l'impresa realizza **PROFITTI NORMALI**

IL PROFITTO NORMALE

- Quando il profitto economico di un'impresa è nullo, gli economisti dicono che l'impresa beneficia comunque di un profitto normale.
- Il suo profitto contabile (ricavi meno costi) è esattamente sufficiente a compensare il costo opportunità delle risorse apportate dalla proprietà dell'impresa (capitale proprio, lavoro dell'imprenditore, ecc.)

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel breve periodo (2)

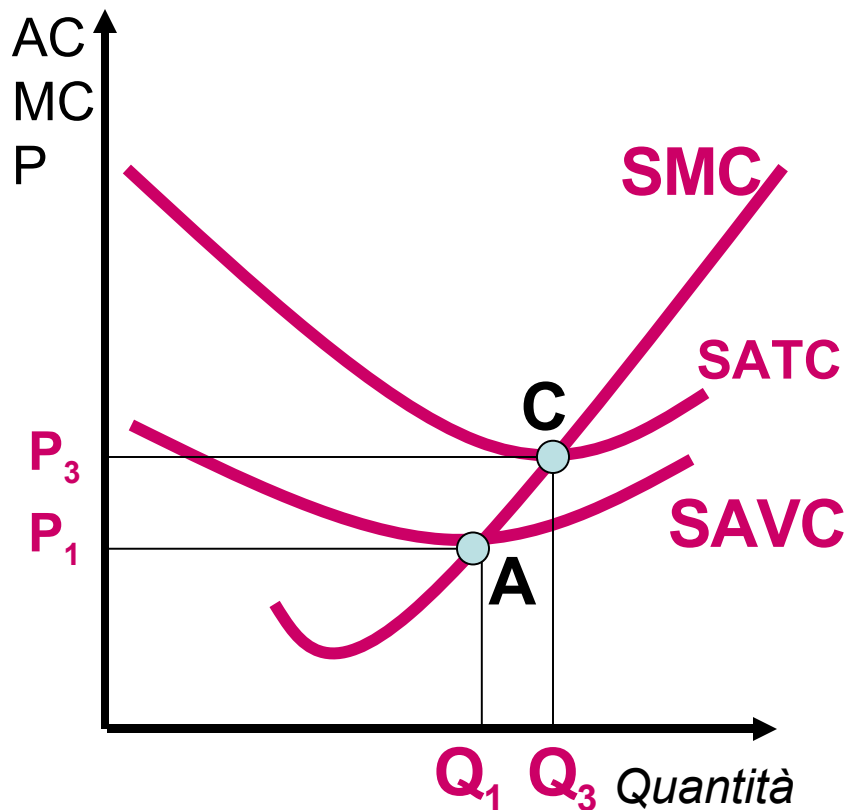


- Tra P_1 e P_3 , (A e C), l'impresa ha delle perdite, ma rimane nel mercato
- Al di sotto di P_1 (PREZZO DI CHIUSURA), l'impresa non riesce nemmeno a coprire i SAVC, ed esce dal mercato

Il prezzo di chiusura

- Il prezzo P_1 , corrispondente al valore minimo del costo medio variabile (SAVC) è detto prezzo di chiusura dell'impresa,
- rappresenta il prezzo soglia al di sotto del quale l'impresa ha convenienza a non produrre o chiudere la produzione

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel b.p. (3)



- Allora la curva SMC al di sopra del prezzo di chiusura P_1 è la CURVA DI OFFERTA DI BREVE PERIODO dell'impresa
- essa mostra quanto l'impresa desidera produrre, per ogni livello del prezzo.

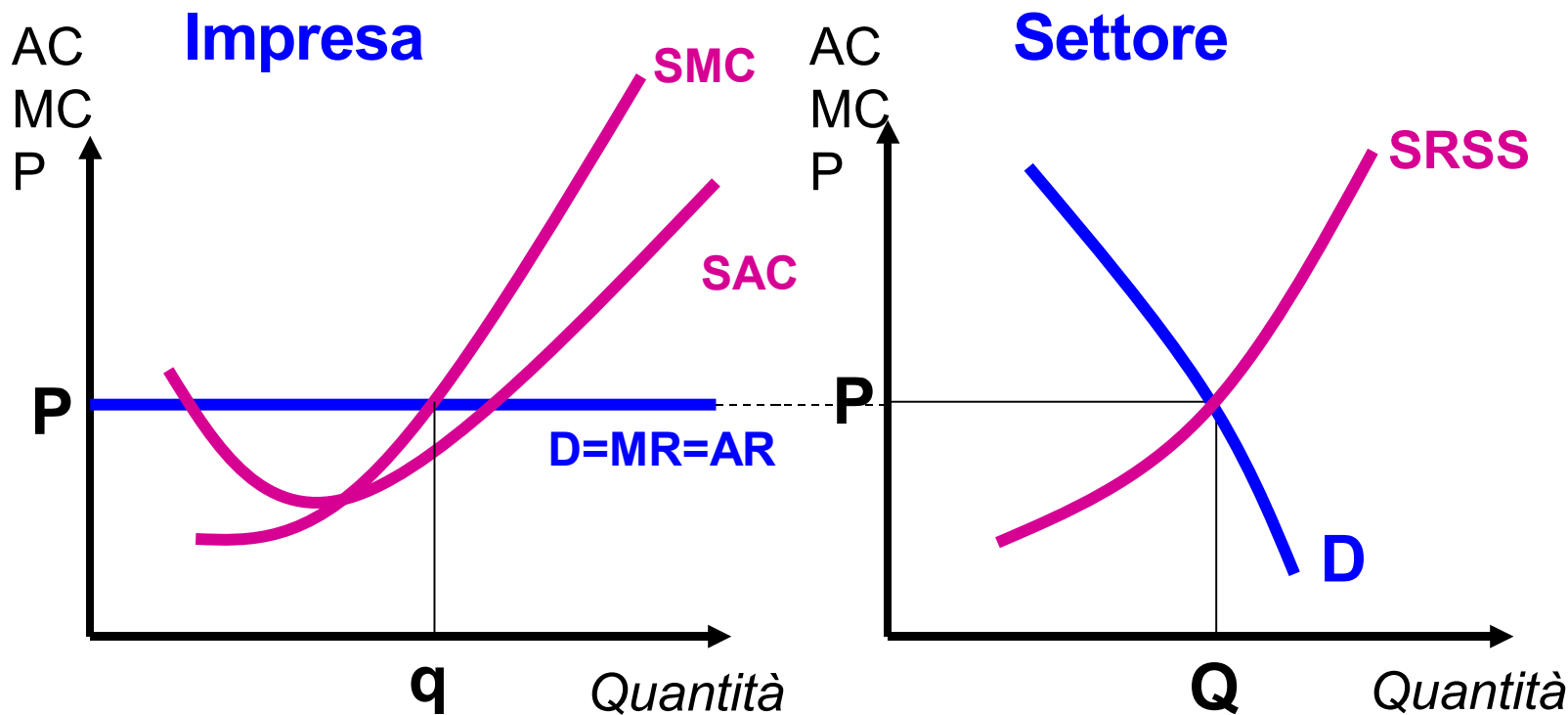
La curva individuale di offerta nel b.p. in concorrenza perfetta

- è il tratto di curva del costo marginale di breve periodo (SMC) al di sopra del punto di chiusura, ovvero del punto in cui la curva SMC interseca la curva SAVC

Equilibrio di breve periodo

- Il prezzo di mercato in c.p. è determinato dalla domanda degli acquirenti e dall'offerta di un dato numero di imprese che costituiscono il settore, ognuna delle quali produce in corrispondenza dell'uguaglianza tra il prezzo e il costo marginale di breve periodo

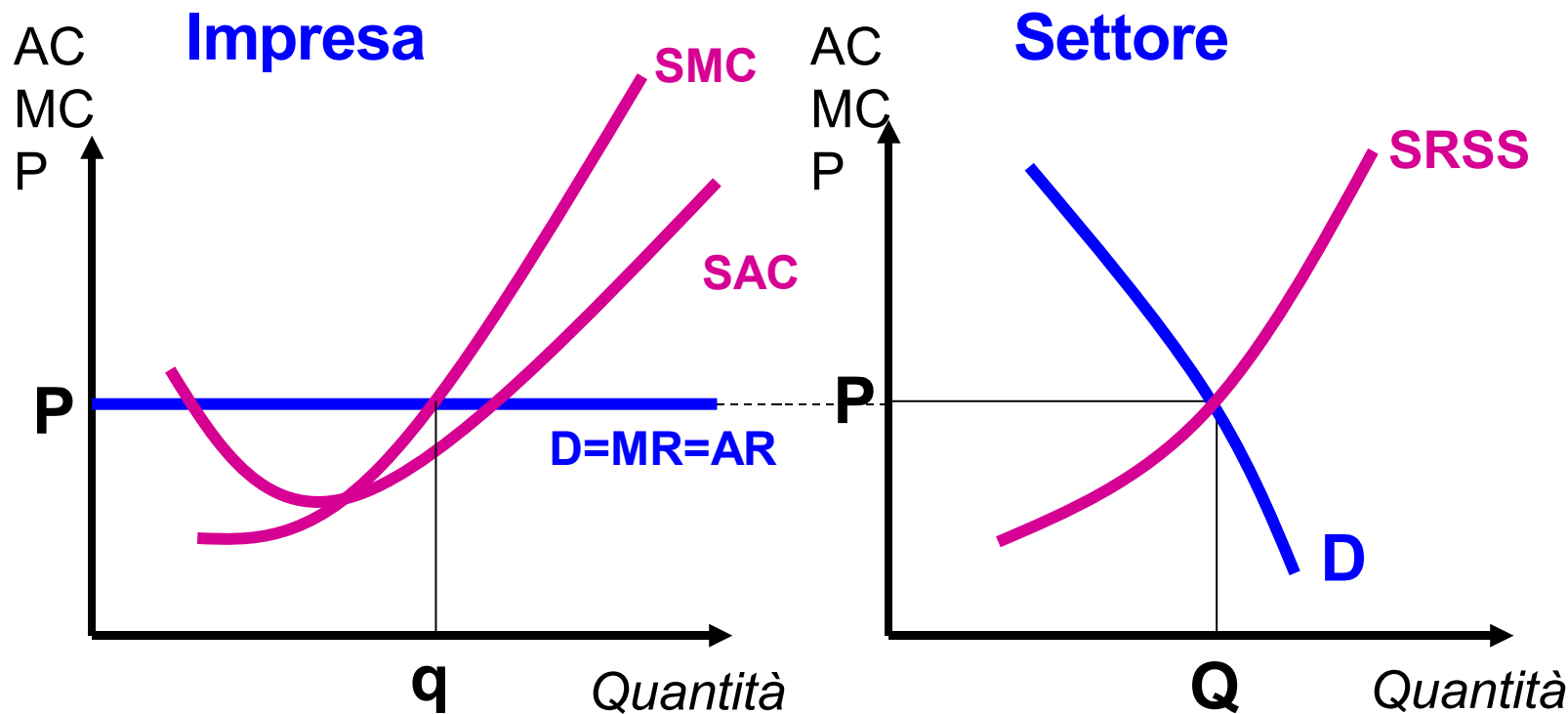
L'impresa e il settore, nel breve periodo, in concorrenza perfetta (1)



Il prezzo di mercato si forma dall'incontro tra domanda e offerta (a livello di settore).

La curva di offerta del settore è costituita dalla somma (orizzontale) di tutte le curve di offerta individuali

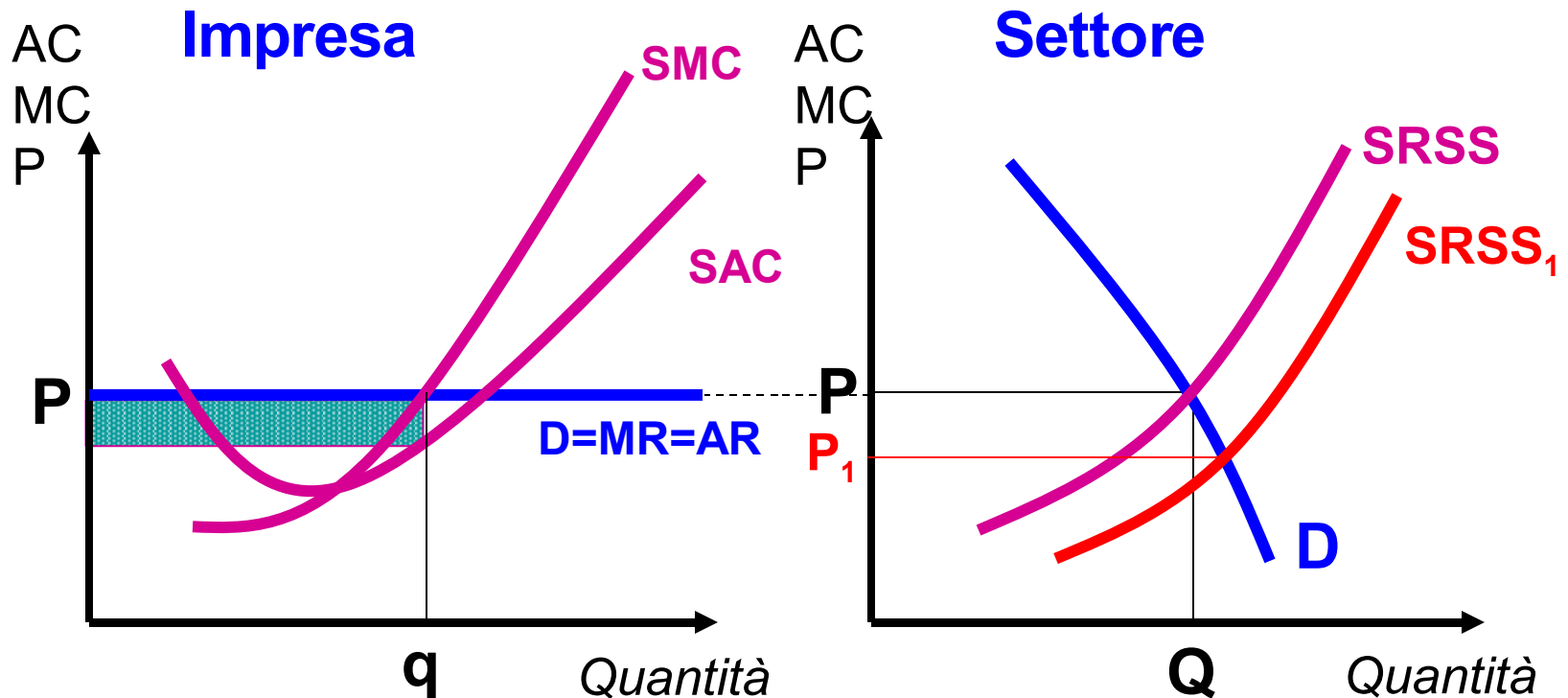
L'impresa e il settore, nel breve periodo, in concorrenza perfetta (2)



L'impresa "subisce" il prezzo di mercato P

e sceglie quella quantità q per cui $SMC=MR$ avendo come obiettivo la massimizzazione del profitto

L'impresa e il settore, nel breve periodo, in concorrenza perfetta (3)

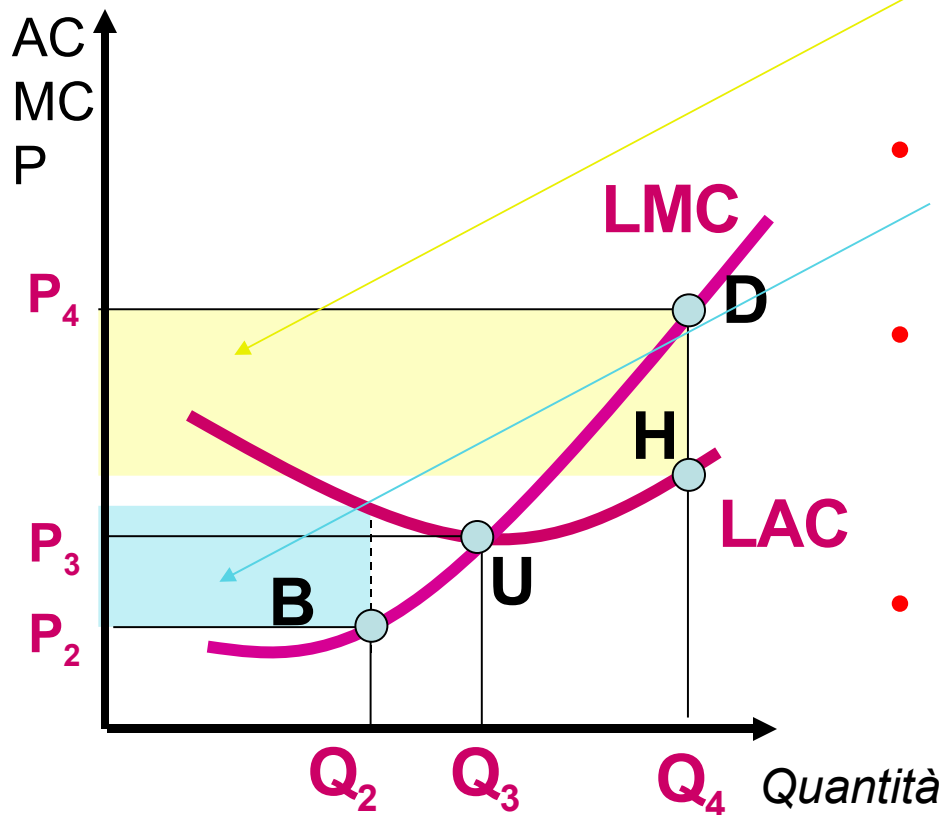


Al prezzo P , i profitti sono rappresentati dall'area verde.
Questi profitti attraggono nuove imprese nel settore.
Tanto più aumenta il numero di imprese nel settore tanto più la
curva di offerta si sposta verso destra provocando una riduzione
del prezzo

La curva di offerta nel l.p. in concorrenza perfetta

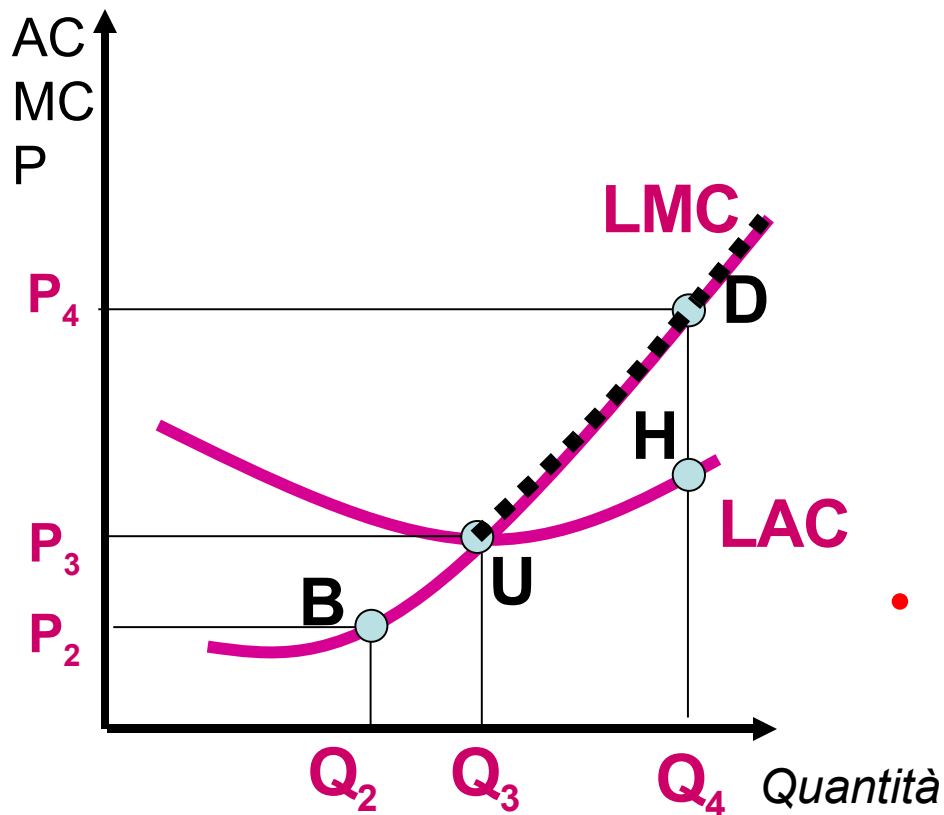
- Occorre ricordare che la curva di costo marginale nel l.p. (LMC) è più piatta rispetto alla curva di costo marginale nel b.p. (SMC)
- Ciò è dovuto al fatto che solo nel l.p. l'impresa può adattare tutti i fattori di produzione a mutate condizioni di mercato

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel l.p. (1)



- A prezzo P_4 l'impresa produce Q_4 e ottiene profitti positivi ($DH \cdot Q_4$)
- A prezzo P_2 l'impresa non copre i costi con i ricavi
- A prezzo P_3 l'impresa si trova in pareggio ed il profitto economico è nullo
- P_3 è il prezzo di entrata e uscita

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel l.p. (2)

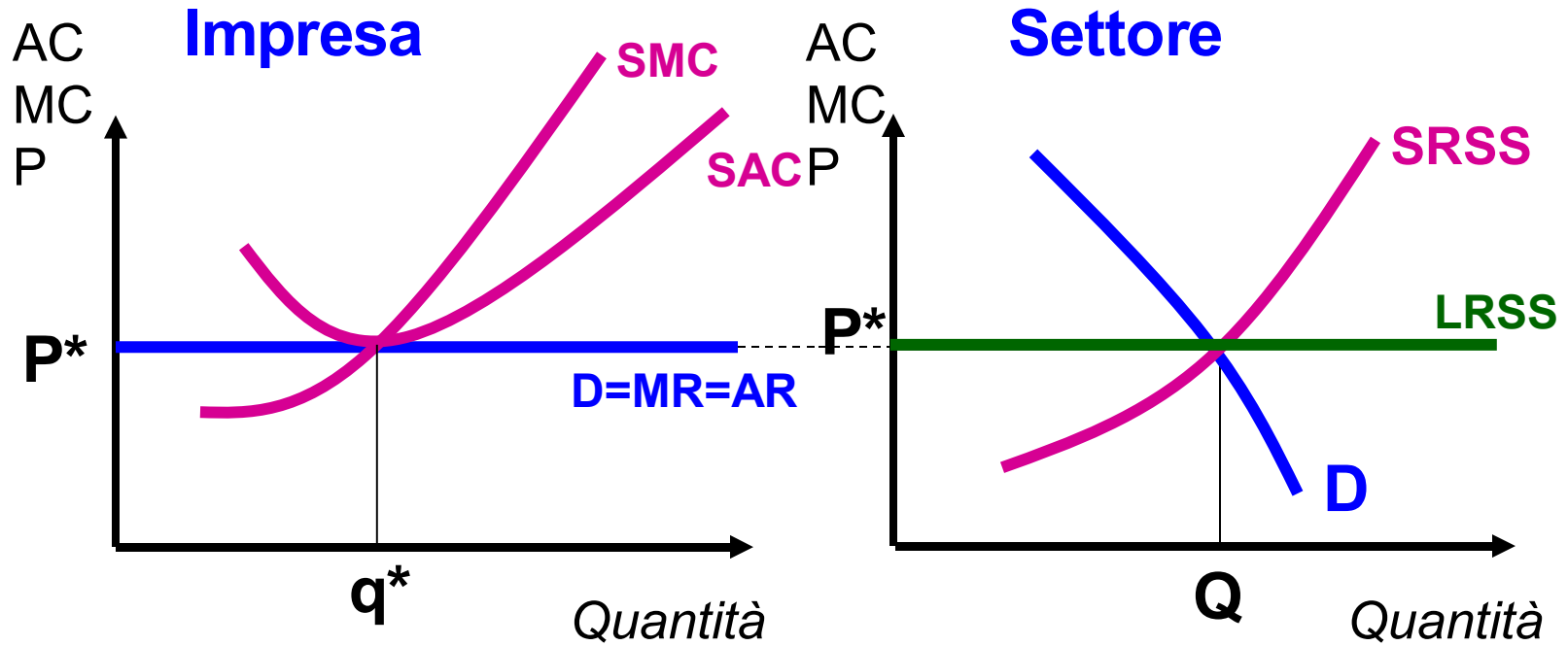


- La CURVA DI OFFERTA DI LUNGO PERIODO DELL'IMPRESA in c.p. è il tratto crescente della curva LMC a partire dal punto U, che corrisponde al prezzo di pareggio dell'impresa
- Nel punto U la curva LAC ha il suo punto di minimo

Equilibrio di lungo periodo

- Il prezzo di mercato in c.p. è determinato dalla domanda degli acquirenti e dall'offerta di un numero di imprese variabile che costituiscono il settore
 - nel l.p. le imprese possono entrare e uscire dal settore
- Il mercato è in equilibrio se le imprese realizzano solo profitti normali (ovvero profitti economici nulli)
 - così non vi è incentivo alla variazione del numero delle imprese

L'equilibrio di lungo periodo

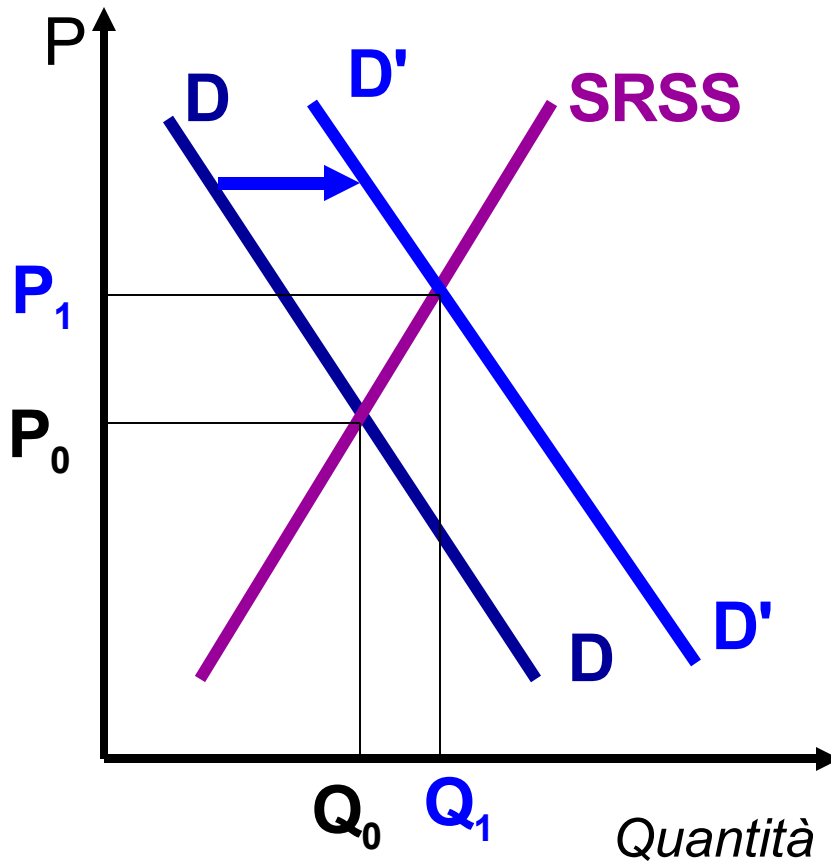


Il mercato raggiunge un equilibrio di lungo quando l'impresa rappresentativa ottiene solo i profitti normali, ossia nel punto di minimo della LAC.

La curva di offerta di settore di lungo periodo è orizzontale (se i costi sono identici per tutte le imprese).

Se l'espansione del settore facesse aumentare i prezzi dei fattori (ad esempio il lavoro), allora la curva di offerta di lungo periodo non sarebbe orizzontale ma inclinata positivamente.

L'effetto di un aumento della domanda di mercato: il breve periodo



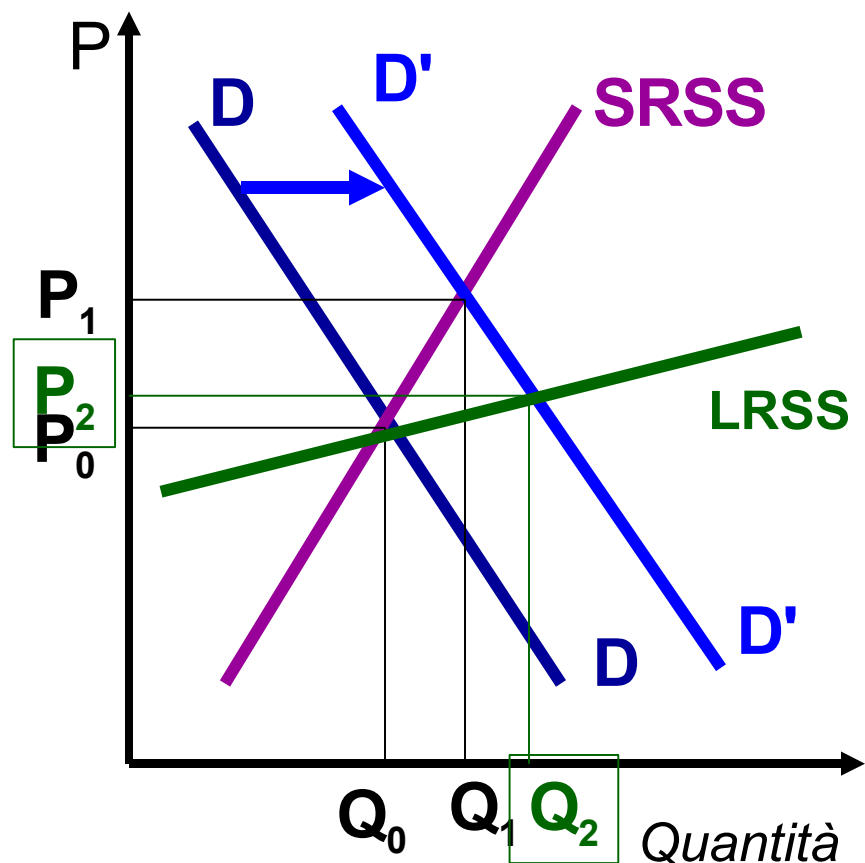
Supponiamo che un mercato perfettamente concorrenziale si trovi in equilibrio in $P_0 Q_0$.

Se la domanda di mercato si sposta alla $D'D'$...

nel breve periodo il nuovo equilibrio sarà $P_1 Q_1$...

– l'incremento dell'output è dovuto ad aumenti della produzione delle singole imprese lungo le proprie SMC .

L'effetto di un aumento della domanda di mercato: il lungo periodo



Nel lungo periodo nuove imprese sono attratte dagli extraprofitti (il prezzo è salito) – e le imprese possono variare anche l'impiego dei fattori fissi
Se i salari aumentano, a seguito dell'espansione del settore, la curva di offerta sarà crescente

E il mercato raggiunge un nuovo equilibrio in P_2Q_2 .

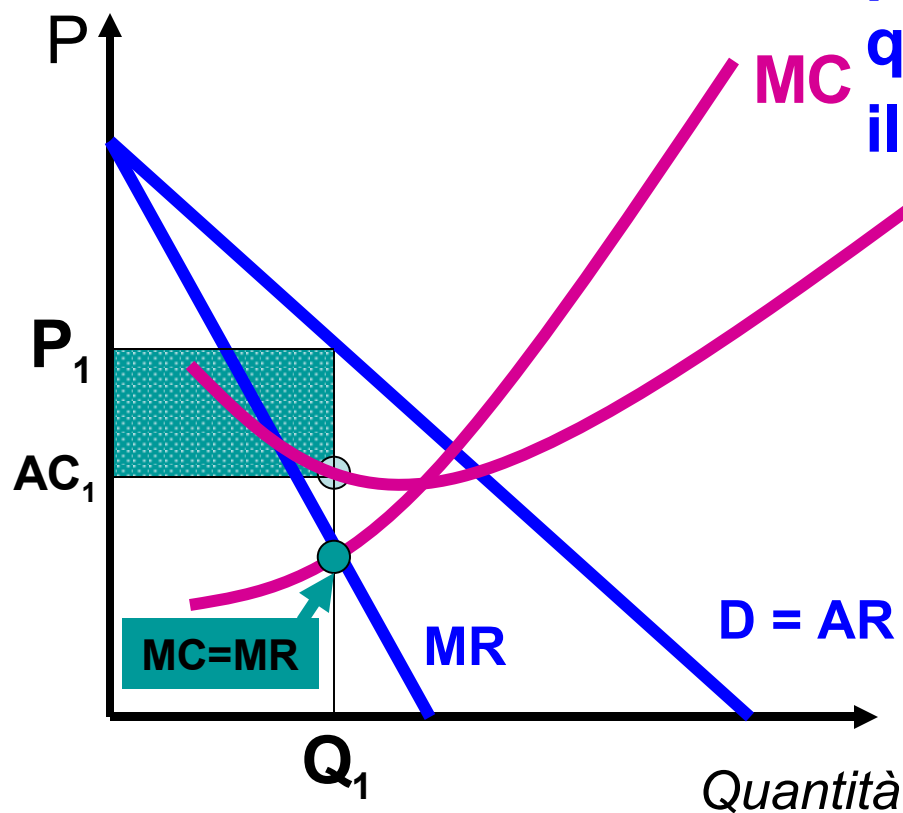
Il monopolio

- Un mercato di monopolio perfetto è caratterizzato da un'assoluta concentrazione dell'offerta in una sola impresa e da una elevata frammentazione della domanda
 - Se per contro il mercato è contraddistinto da frammentazione dell'offerta e assoluta concentrazione della domanda in un solo acquirente il mercato è detto di monopsonio

Il monopolio

- Un monopolista:
 - è l'unico che offre il prodotto del settore
 - è protetto da barriere all'entrata
 - la curva di domanda del settore è anche la sua curva di domanda
 - a differenza della concorrenza perfetta, MR è sempre al di sotto di AR.

La massimizzazione del profitto di un monopolista



I profitti sono massimi nel punto in cui $MC=MR$. La quantità da produrre sarà Q_1 e il prezzo P_1 .

Per Q_1 , $AR > AC$ e l'impresa ottiene extra-profitti (area scura).

Le barriere all'entrata impediscono a nuove imprese di entrare nel settore.