

Capitolo 9

Concorrenza perfetta

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

OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- definire il mercato di concorrenza perfetta
- spiegare perché un'impresa perfett. concorrenziale sceglie di produrre la quantità che uguaglia prezzo e costo marginale
- collegare l'entrata e l'uscita nel mercato ai profitti
- derivare la curva di offerta di un settore concorrenziale dalla curva del costo marginale
- analizzare gli impatti di cambiamenti di domanda e offerta
- definire il mercato di monopolio perfetto
- spiegare perché un monopolista fissa un prezzo maggiore del costo marginale
- confrontare prezzo e quantità scambiata in concorrenza e monopolio
- spiegare come la possibilità di discriminare il prezzo influisca sulle vendite e sui profitti del monopolista

Settori e strutture di mercato

- Un settore è l'insieme delle imprese che producono lo stesso prodotto

ESEMPI:

- Settore immobiliare
 - Settore ferroviario
 - Settore agricolo
 - Settore alberghiero
- Perché i servizi ferroviari in Italia sono offerti da una sola impresa monopolistica (Ferrovie dello Stato)?
 - Perché le acciaierie sono poche?
 - Perché le imprese agricole sono moltissime?
 - Tutto ciò ha a che fare con la struttura del mercato₂

Settori e strutture di mercato

- La struttura di mercato è l'insieme dei caratteri di un mercato, che determinano il comportamento e le prestazioni di acquirenti e venditori
- Sono esempi di strutture di mercato:
 - Concorrenza perfetta
 - Concorrenza monopolistica
 - Oligopolio
 - Monopolio

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
 - le imprese subiscono il prezzo

- 
- **CONCORRENZA PERFETTA**
 - Aziende cerealicole
 - Moltissime piccole aziende
 - Quantità offerte piccole
 - Prezzo esogeno

Il monopolio

- Un mercato di monopolio perfetto è caratterizzato da un'assoluta concentrazione dell'offerta in una sola impresa e da un'elevata frammentazione della domanda
- Se invece il mercato è contraddistinto da frammentazione dell'offerta e assoluta concentrazione della domanda in un solo acquirente è detto di monopsonio
- Un monopolista:
 - è l'unico che offre il prodotto del settore
 - è protetto da insormontabili barriere all'entrata
 - la curva di domanda del settore è anche la “sua” curva di domanda (quella a cui si affaccia la sua impresa)

- 
- **MONOPOLIO**
 - Rete elettrica, ENEL in Italia
 - Una sola azienda
 - Public utilities (SNAM, Autostrade, Ferrovie, Telecom ecc.)
 - Quasi monopoli: Microsoft, OPEC ecc.

La maggior parte dei mercati opera in una situazione intermedia tra concorrenza e monopolio

- Un'impresa che opera in un mercato imperfettamente concorrenziale
 - si trova a fronteggiare una curva di domanda del proprio prodotto inclinata negativamente
 - e sa che la quantità che potrà vendere dipende dal prezzo che decide di fissare

Strutture di mercato di concorrenza imperfetta

- Oligopolio
 - poche imprese
 - ciascuna delle quali si rende conto che esiste una forte interdipendenza
- Concorrenza monopolistica
 - molte imprese che offrono prodotti che sono stretti sostituti l'uno dell'altro
 - ogni impresa ha un limitato grado di potere decisionale sul prezzo.

- **OLIGOPOLIO**

- Computer, Smartphone

- Apple, Samsung ecc.

- Automobili, Coca-cola e Pepsi ecc

- Poche aziende molto grandi

- Quantità offerte molto grandi



- **Concorrenza monopolistica**
- Negozi di abbigliamento, ristoranti, librerie, cinema

- Molte aziende, piccola dimensione
- Quantità offerte piccole
- Prodotto differenziato

Le strutture di mercato

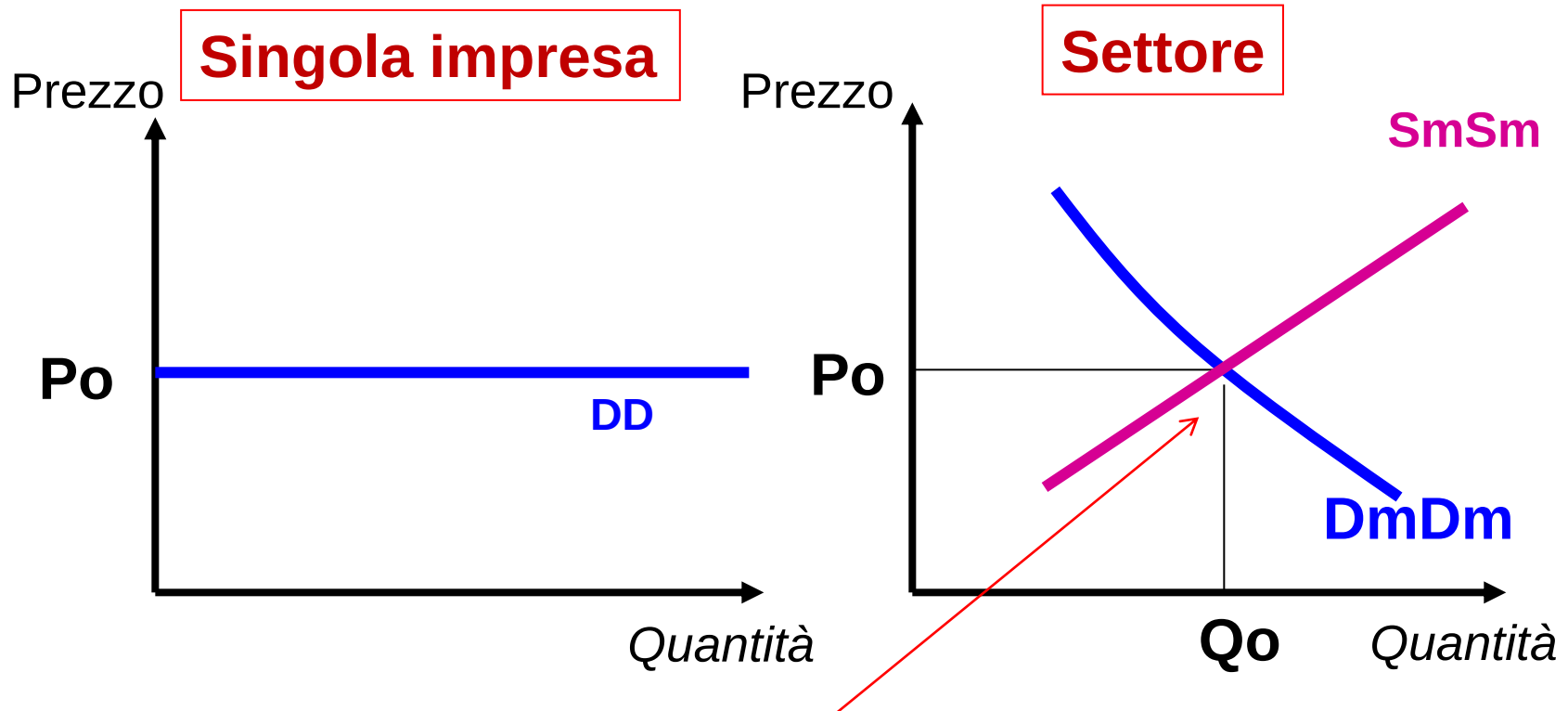
	Numerosità imprese	Possibilità di scegliere il prezzo	Barriere all'entrata	Esempi
CONCORRENZA PERFETTA	Molte	Nessuna	Nessuna	Frutta
CONCORRENZA IMPERFETTA				
Concorrenza monopolistica	Molte	Poca	Modeste	Panetterie
Oligopolio	Poche	Elevata	Rilevanti	Automobili
MONOPOLIO	Una	Massima	Assoluta	Ferrovie

Concorrenza perfetta

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
 - le imprese subiscono il prezzo

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



Il prezzo P_o è determinato dalla domanda e dall'offerta del settore.

Al prezzo P_o , la singola impresa può vendere la quantità per lei più conveniente, senza che ciò influenzi il prezzo.

Date le piccole dimensioni, per l'impresa la domanda è orizzontale, a P_o

Se l'impresa alza il prezzo oltre P_o , esce dal mercato

Perché in concorrenza perfetta la domanda che l'impresa fronteggia è orizzontale

- molti acquirenti e venditori
 - nessuna azione dei singoli ha effetto sul prezzo di mercato
 - le imprese sono “price taker”
- il prodotto è omogeneo (“indifferenziato”)
 - i venditori non possono giustificare prezzi diversi
- vi è perfetta informazione
 - i venditori non possono “inventarsi” differenze qualitative
- non vi sono barriere all'entrata e all'uscita
 - se le imprese del settore si mettessero d'accordo per alzare i prezzi, altri entrerebbero e i prezzi scenderebbero

Esempio di concorrenza perfetta: mercati agricoli

- una massa di piccoli agricoltori coltiva un prodotto omogeneo
- ognuno è una parte infinitesima dell'offerta totale
- ogni impresa agricola è troppo piccola per determinare il prezzo di vendita
 - se vuole vendere dovrà rispettare il prezzo di mercato
 - un'impresa può anche stabilire propri prezzi di vendita, ma alla fine deve applicare il “prezzo di mercato”, poiché la domanda privilegia la vendita ai prezzi più bassi
- la piccola impresa agricola decide quanto produrre basandosi sull'esperienza del passato

Farmers Market Coldiretti aperti il 1 maggio



Il 1 maggio, festa del Lavoro, resteranno aperti i **Farmers Market**, ovvero i mercati dei contadini: lo ha reso noto Coldiretti, l'associazione dei piccoli agricoltori. Non solo il tradizionale mercato Campagna Amica nei pressi del Circo Massimo, a Roma; diverse iniziative simili saranno sparse in tutta Italia. Per chi ha in programma una gita fuori porta, sarà disponibile un cestino da picnic.

Pubblicato il 26 Apr 2011

Tag: [Coldiretti](#), [Roma](#), [Circo Massimo](#), [Agricoltori](#)

[f Condividi](#) [f Mi piace](#)

[Leggi tutto su vostrisoldi.it](#)

La concorrenza perfetta è un modello

**Nella realtà economica non esistono
situazioni in cui tutte le caratteristiche
sono rispettate completamente**

**E' comunque molto utile per fini di
studio e analisi economica**

Data la colonna “prezzo”
compilare le seguenti:

QUANTITÀ	PREZZO	RICAVO MARGINALE	RICAVO MEDIO
0	10		
1	10		
2	10		
3	10		
4	10		

Nel caso dell'impresa in concorrenza perfetta il prezzo è costante e quindi è uguale al ricavo marginale e al ricavo medio:

$$P = MR = AR$$

**la scelta del livello
ottimo di
produzione da
parte dell'impresa
perfettamente
concorrenziale**

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

- Considerato che per l'impresa in c.p. vale la seguente relazione

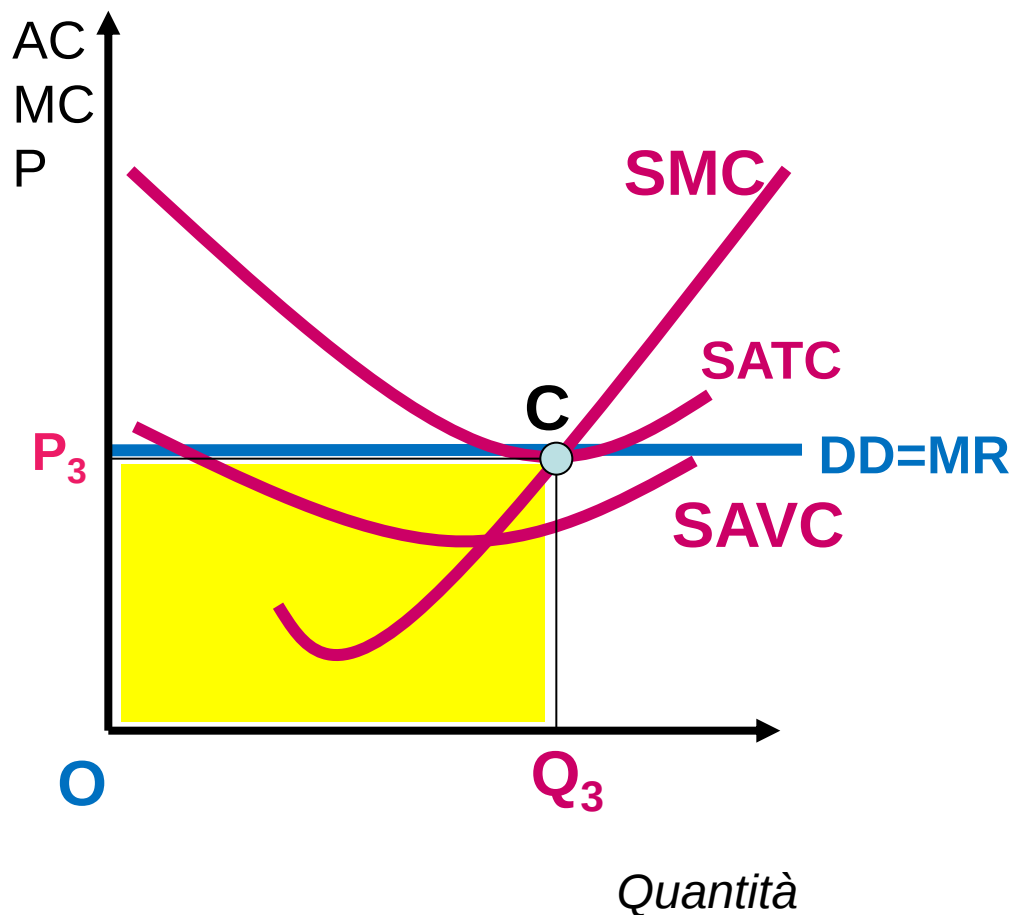
$$P = MR = AR$$

- la condizione marginalistica nel breve periodo si presenta come segue:

$$SMC = MR = P$$

La curva di offerta nel breve periodo in concorrenza perfetta

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



- la curva RM è sovrapposta alla curva di domanda
- **Ipotizziamo: prezzo = P_3**
- Al prezzo P_3 (punto C), la quantità ottimale è Q_3
 - c'è parità tra SATC e prezzo
- Conviene produrre?
- **Sì**, si può dire che l'impresa realizza un profitto economico nullo
- o anche un “**profitto normale**”
- L'area dei costi e dei ricavi è la stessa (O P_3 C Q_3)
- P_3 è detto prezzo di pareggio

IL PROFITTO NORMALE

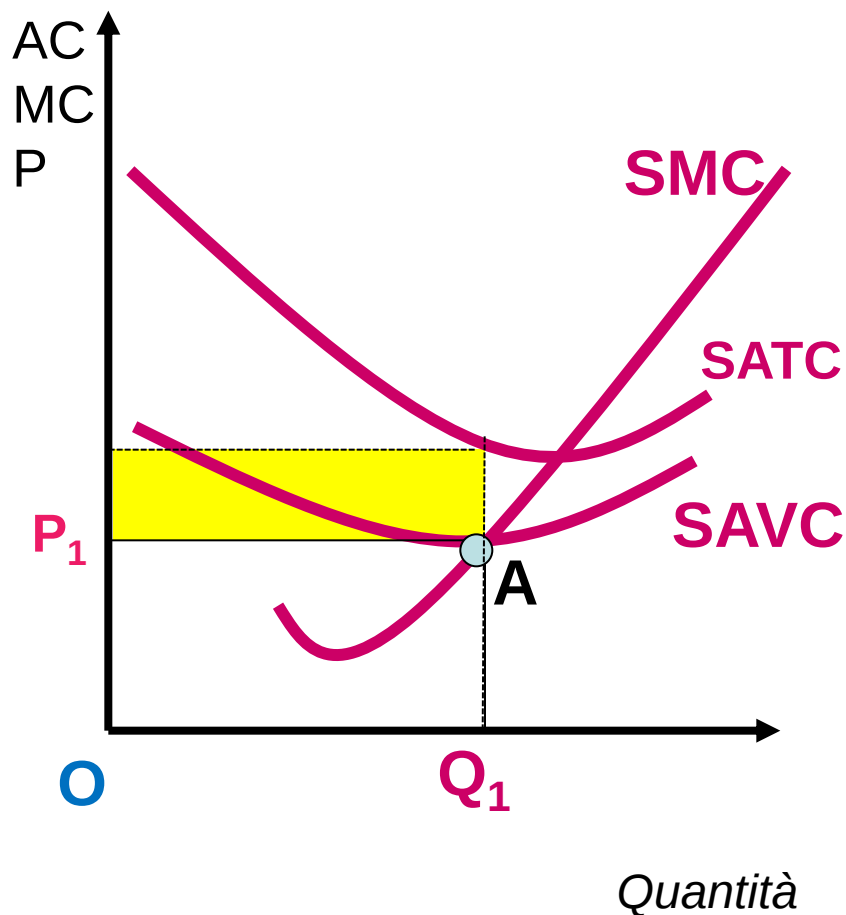
- Quando il profitto economico di un'impresa è nullo, gli economisti dicono che l'impresa beneficia comunque di un profitto normale.

RICAVI CONTABILI –	100 –
COSTI CONTABILI =	80 =
-----	-----
PROFITTO CONTABILE	20
PROFITTO CONTABILE –	20 –
COSTO OPP. CAPITALE –	10 –
COSTO OPP. LAVORO =	3 =
-----	-----
PROFITTO ECONOMICO	7

Profitto normale significa che il profitto contabile è esattamente sufficiente a compensare il costo opportunità delle risorse apportate dalla proprietà dell'impresa

7 Profitto economico = Extra-profitto

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

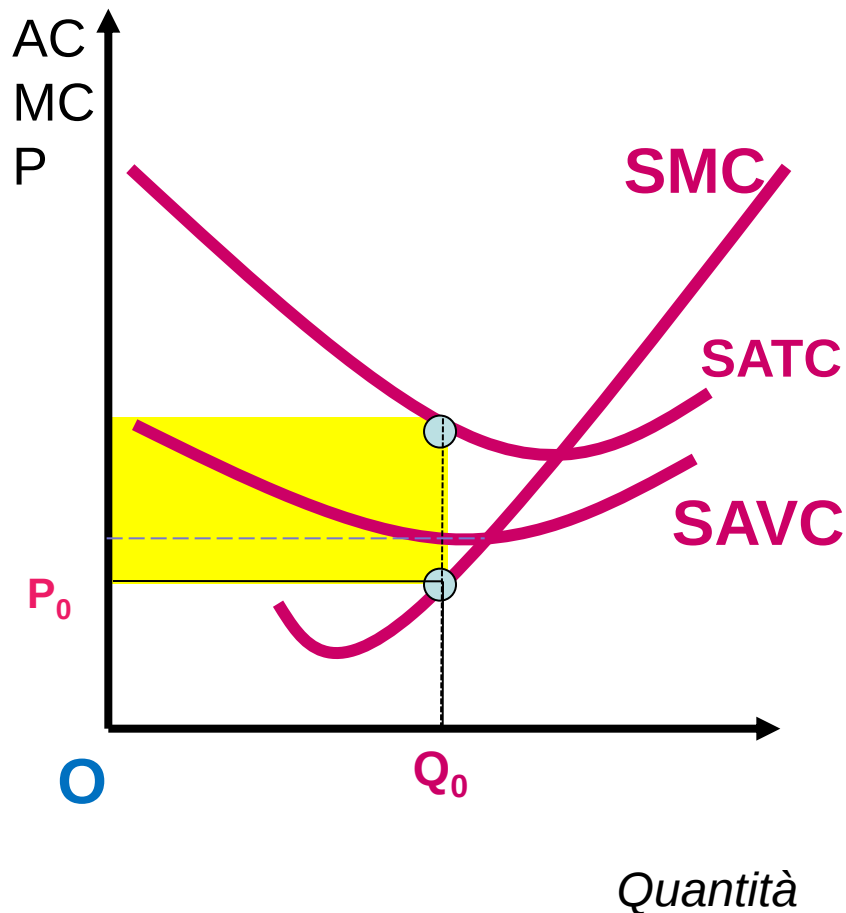


- Ipotizziamo un prezzo P_1
- Al prezzo P_1 , la quantità ottimale è Q_1 e c'è parità tra costo medio variabile e prezzo
- Conviene produrre?
- **Sì**, anche se l'impresa recupera solo il costo variabile e non il costo fisso
- Siamo al limite minimo, sotto il quale non si può andare:
 - P_1 è il “prezzo di chiusura”
 - Quella gialla è l'area di perdita

Il prezzo di chiusura

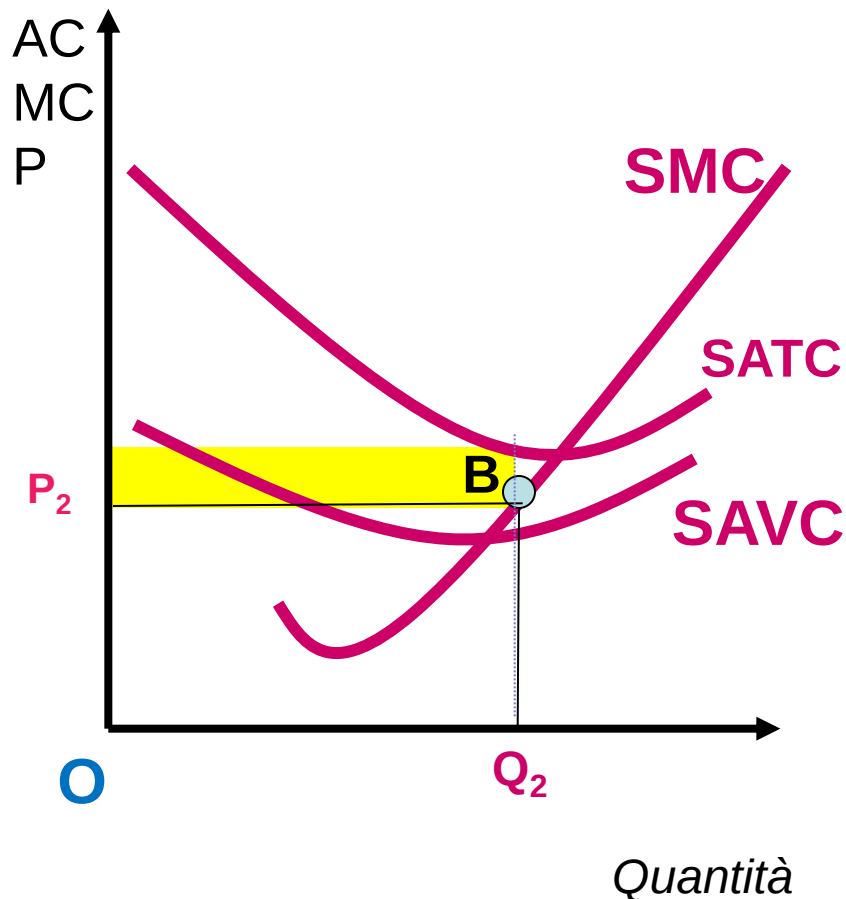
- Il prezzo $P1$, corrispondente al valore minimo del costo medio variabile (SAVC) è detto **prezzo di chiusura** dell'impresa,
- rappresenta il prezzo soglia al di sotto del quale l'impresa ha convenienza a smettere (o chiudere) la produzione
 - perché al di sotto non si recuperano nemmeno tutti i costi variabili
 - sopra quel prezzo almeno recupera i costi variabili

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel breve periodo (3)



- Ipotizziamo un prezzo P_0
- Al prezzo P_0 (sotto il prezzo di chiusura) la quantità ottima è Q_0
- il prezzo è più basso anche del costo medio variabile
- Conviene produrre?
- **No**, perché l'impresa non solo non recupera il costo fisso, ma non recupera nemmeno tutti i costi variabili
 - Conviene chiudere
 - Quella gialla è l'area di perdita, se produco

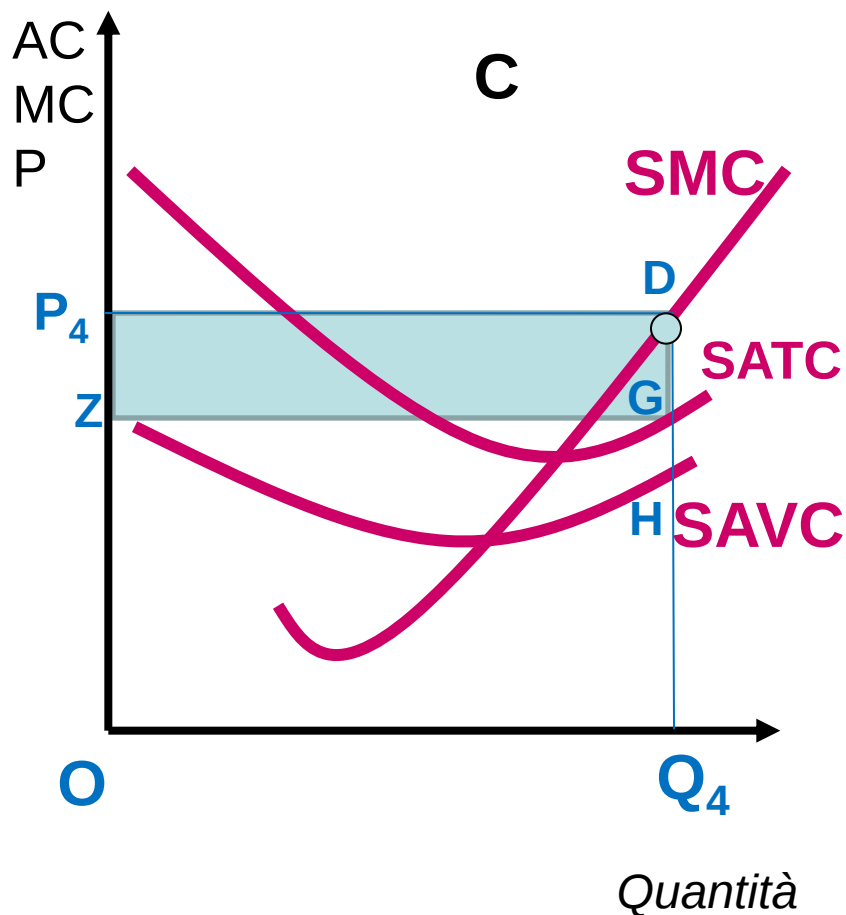
La curva di offerta in concorrenza perfetta nel breve periodo (4)



- Ipotizziamo un prezzo P_2
- Al prezzo P_2 , (intermedio tra P_1 e P_3) la quantità ottimale è Q_2
- Convieni produrre?
- **Sì**, anche se l'impresa recupera solo il costo variabile e solo una parte del costo fisso
- Si produce in perdita, ma è sempre più conveniente che chiudere (e perdere comunque tutti i costi fissi, irrecuperabili)
- Rimane nel mercato in attesa di tempi migliori

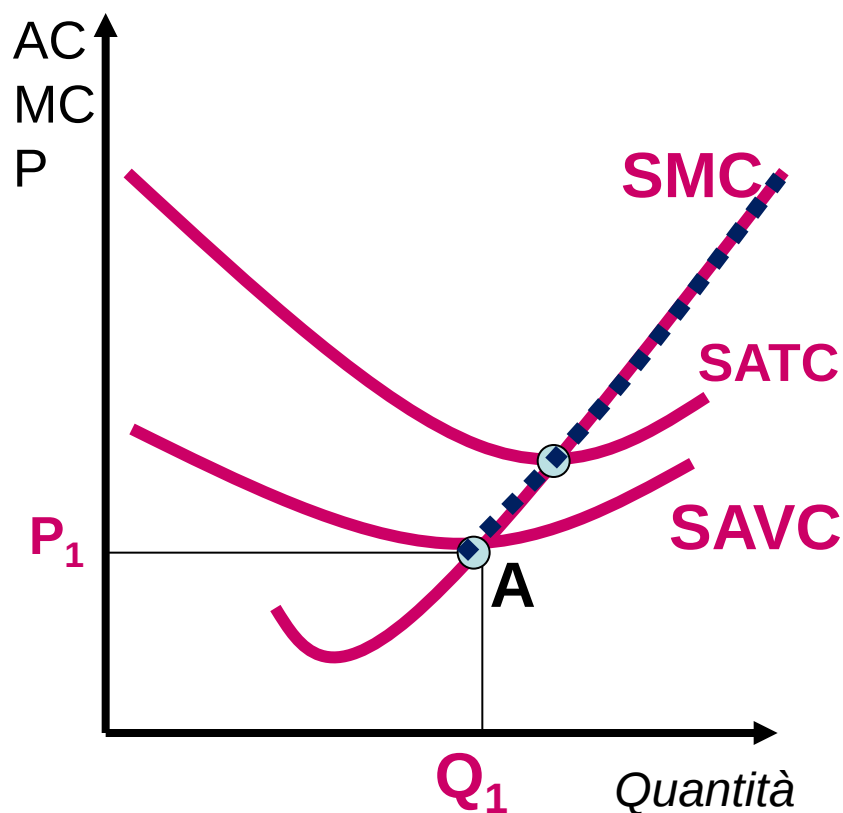
– L'area gialla misura le perdite

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel breve periodo (5)



- A un prezzo P_4 (più alto di P_3), la quantità ottimale è Q_4
- Convieni produrre?
- **Sì**, perché P_4 è maggiore sia di $SAVC_4$, sia di $SATC_4$
- Si realizza un profitto positivo
- pari all'area P_4DGZ

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel b.p. (6)



- Quindi, la curva **SMC** al di sopra del prezzo di chiusura P_1 è la CURVA DI OFFERTA DI BREVE PERIODO dell'impresa
- Questo braccio di curva mostra quanto l'impresa desidera produrre, per ogni livello del prezzo
- (al di sotto non si produce)

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

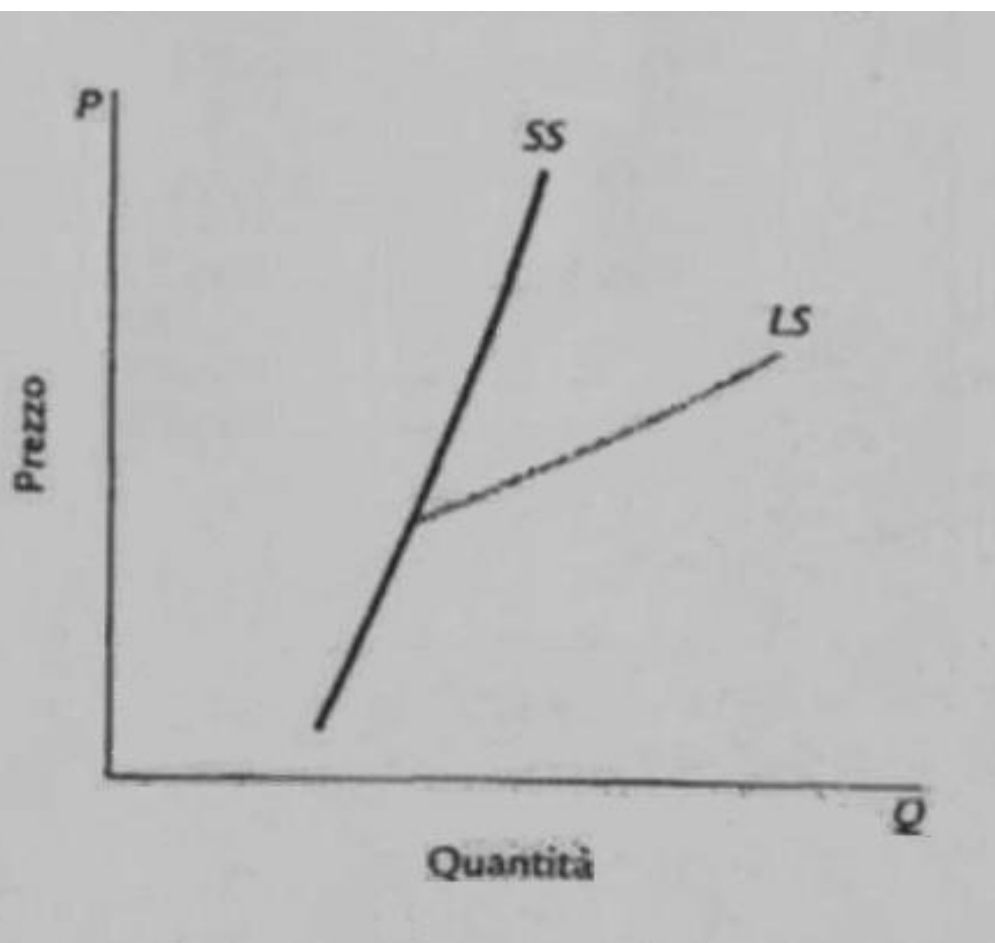
Equilibrio di breve periodo

- 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
- Perché “dato”: nel breve periodo non c'è tempo per nuovi entranti

La curva di offerta nel lungo periodo in concorrenza perfetta

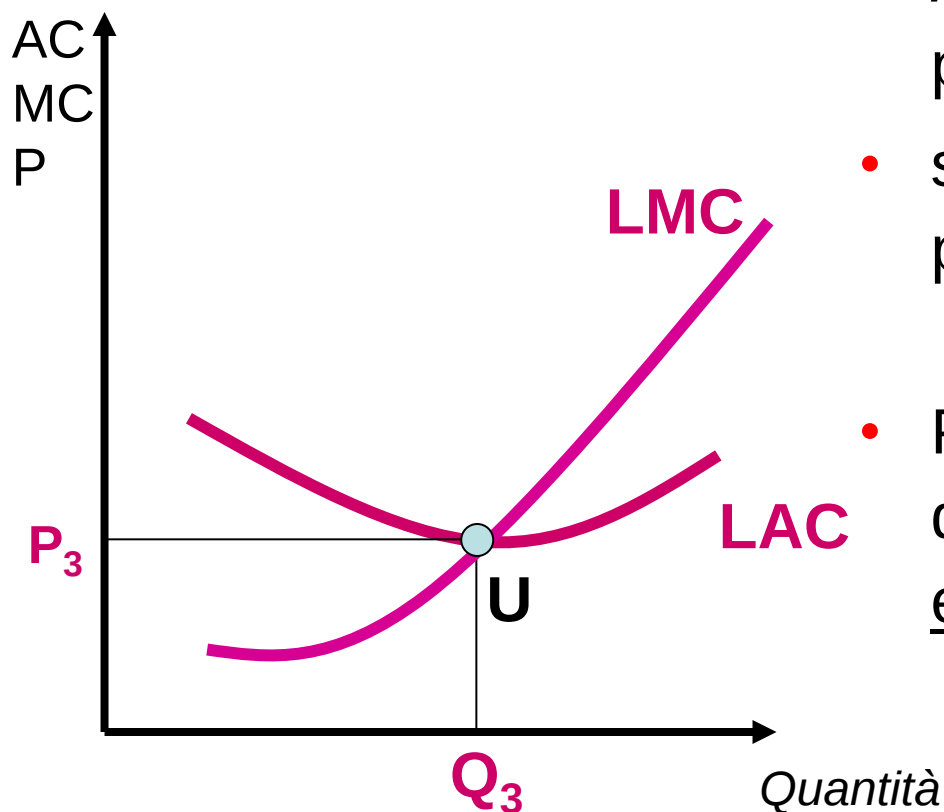
La curva di offerta nel l.p. in concorrenza perfetta

- Occorre premettere 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 nel l.p. le imprese reagiscono in modo più efficace, potendo adattare tutti i fattori di produzione a mutate condizioni di mercato



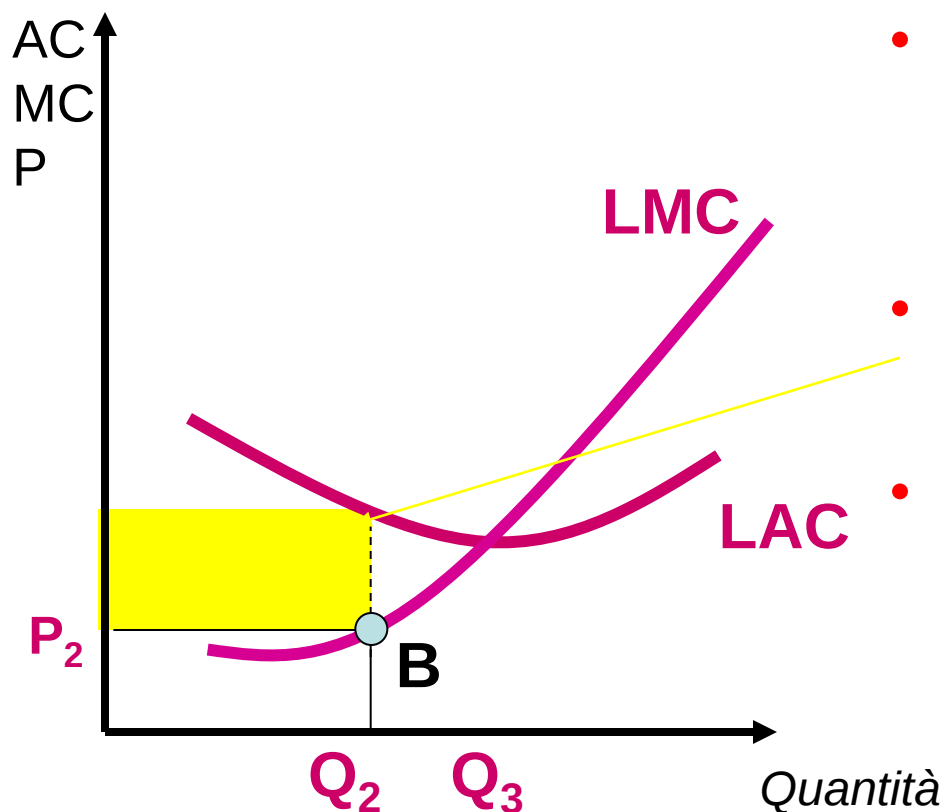
- La curva di offerta del settore nel lungo periodo LS è più piatta di quella di breve SS
- Nel lungo periodo ci sono meno vincoli e maggiori possibilità di accesso e ritiro

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



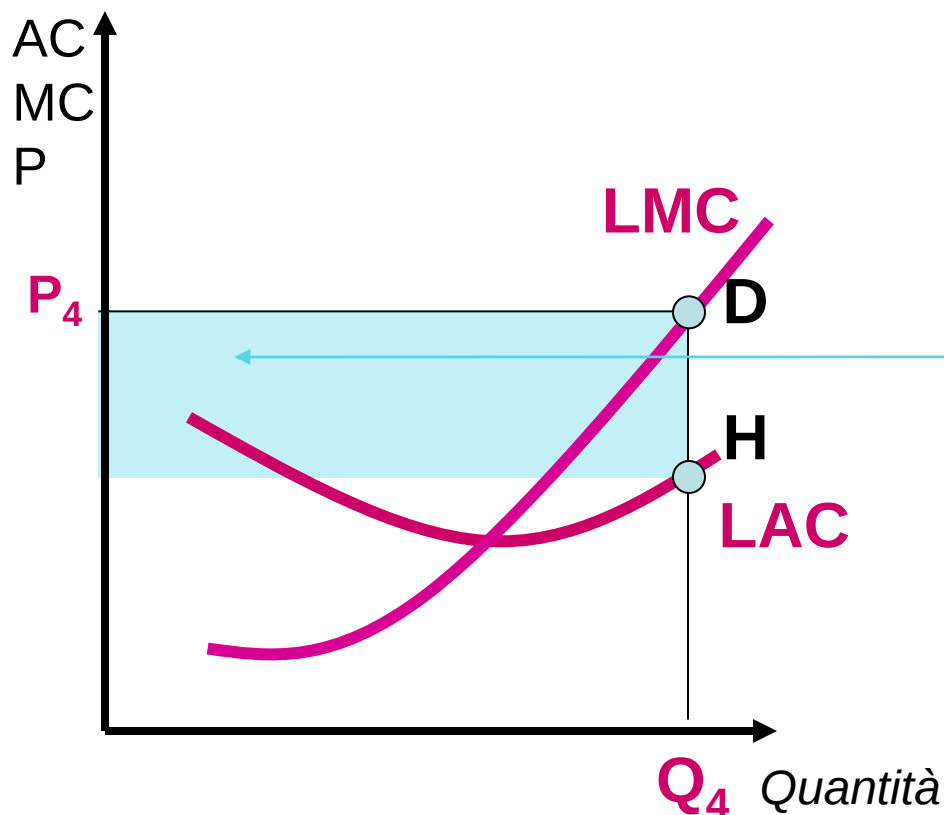
- Ipotizziamo un prezzo P_3
- Al prezzo P_3 l'impresa produce Q_3
- si trova in pareggio: il prezzo è pari al costo medio
 - il profitto economico è nullo
- P_3 è il prezzo di pareggio, detto anche prezzo di entrata e uscita

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



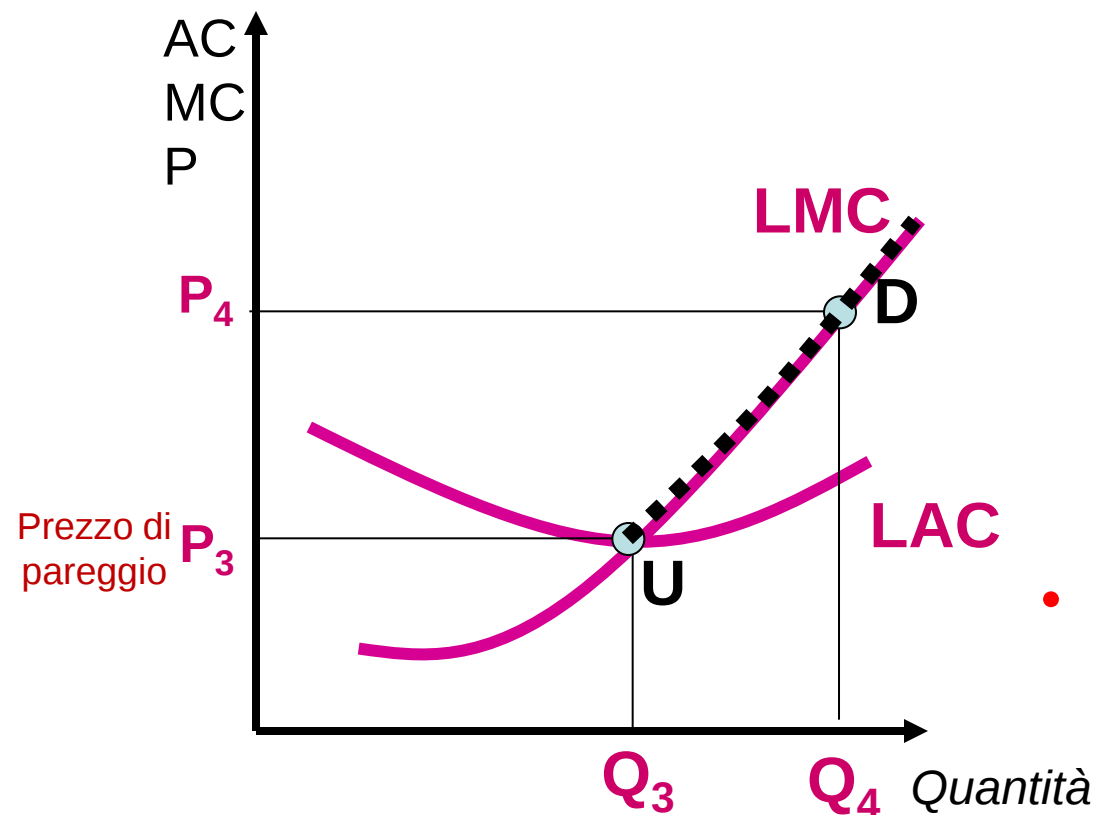
- Ipotizziamo il prezzo P_2
- A prezzo P_2 (sotto il punto di pareggio) l'impresa con i ricavi non copre i costi
- Si verificano perdite
 - area gialla
- Quindi al prezzo P_2 l'impresa esce dal settore
 - o non entra nel settore

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



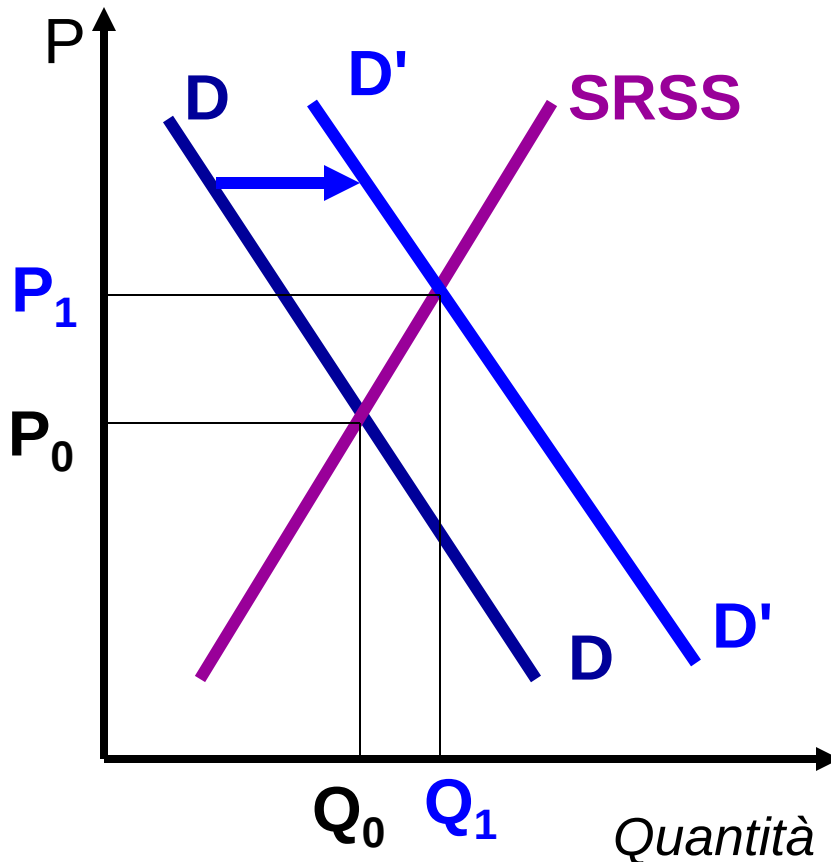
- Ipotizziamo il prezzo P₄
- A prezzo P₄ (sopra il prezzo di pareggio) l'impresa produce Q₄
- e ottiene profitti positivi (extra-profitti) (DH*Q₄)

La curva di offerta in concorrenza perfetta nel l.p. (4)



- 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

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



Supponiamo che un mercato perfettamente concorrenziale si trovi in equilibrio in P_0Q_0

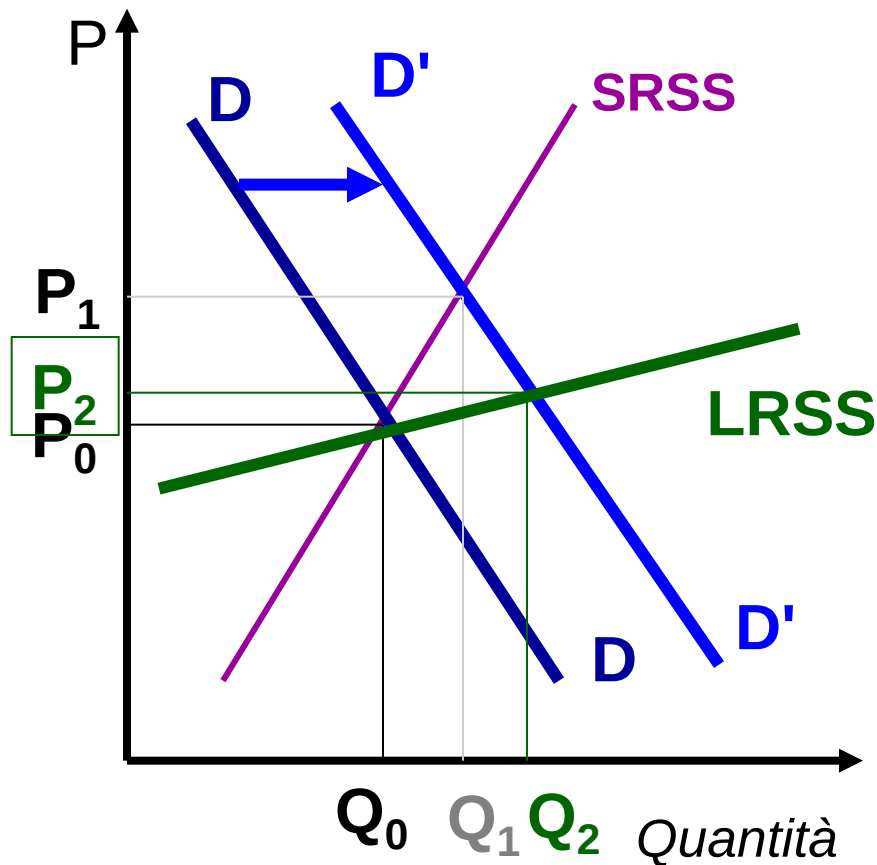
Se la domanda di mercato si sposta alla $D'D'$...

...nel breve periodo il nuovo equilibrio sarà P_1Q_1

— l'incremento dell'output è dovuto solo agli aumenti della produzione delle singole imprese lungo le proprie SMC

- e non a nuovi investimenti o a nuovi entranti

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)
– le imprese variano anche l'impiego dei fattori fissi

- la nuova curva di offerta di lungo periodo è più piatta rispetto a quella di breve (imprese più reattive)

il mercato raggiunge un nuovo equilibrio in P_2Q_2

Equilibrio di lungo periodo in c.p.

- In concorrenza perfetta il prezzo di mercato è determinato dalla domanda degli acquirenti e dall'offerta di un numero di imprese variabile che costituiscono il settore
- Siccome 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