

Capitolo 11

La concorrenza perfetta

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

- In economia tradizionalmente si assume che l'obiettivo principale dell'impresa sia la massimizzazione del profitto
- **Il profitto contabile** è la differenza tra i ricavi totali e i costi sostenuti esplicitamente
- **Il profitto economico** è la differenza tra i ricavi totali e i costi sostenuti esplicitamente e implicitamente (costi opportunità)
- Nel lungo periodo l'impresa non ha convenienza a operare se non ottiene un profitto economico positivo

LE QUATTRO CONDIZIONI DELLA CONCORRENZA PERFETTA

1. Le imprese producono un bene omogeneo/indifferenziato
2. Ci sono molte imprese ognuna delle quali produce una frazione irrilevante dell'output
3. Le imprese sono *price takers*, nel prendere le loro decisioni considerano come dato il prezzo del prodotto
4. I fattori produttivi sono perfettamente mobili nel lungo periodo
5. Le imprese e i consumatori dispongono di informazione perfetta

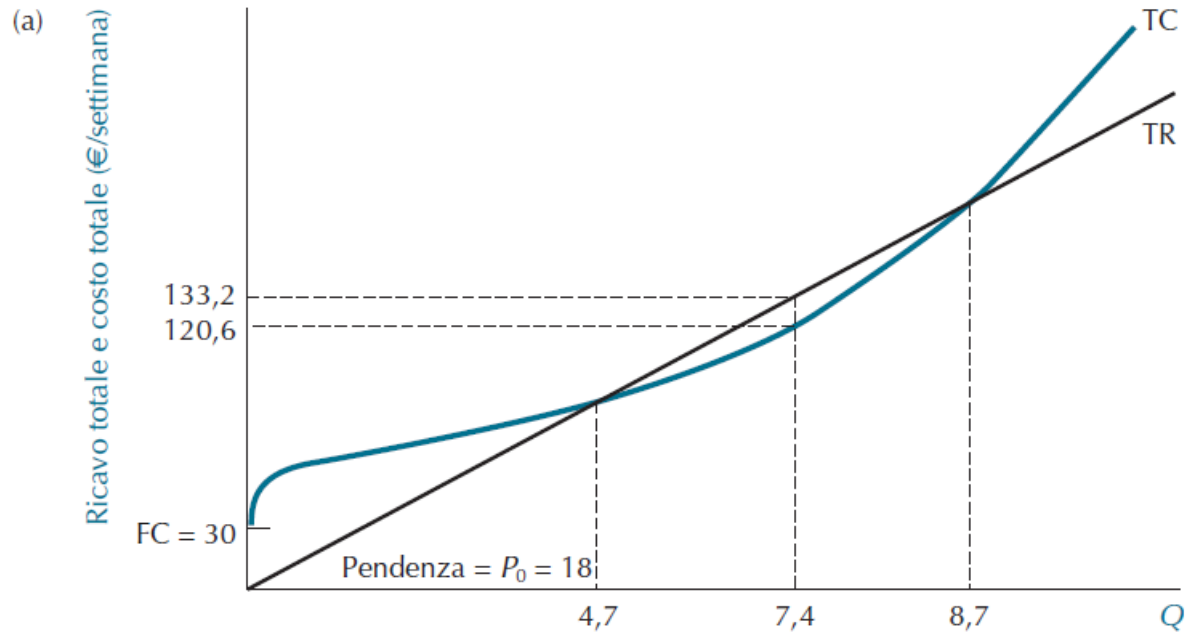
LA MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO NEL BREVE PERIODO

- L'obiettivo della massimizzazione del profitto consente di determinare la quantità di output offerta dell'impresa tale da rendere massima la differenza tra ricavi totali e costi totali

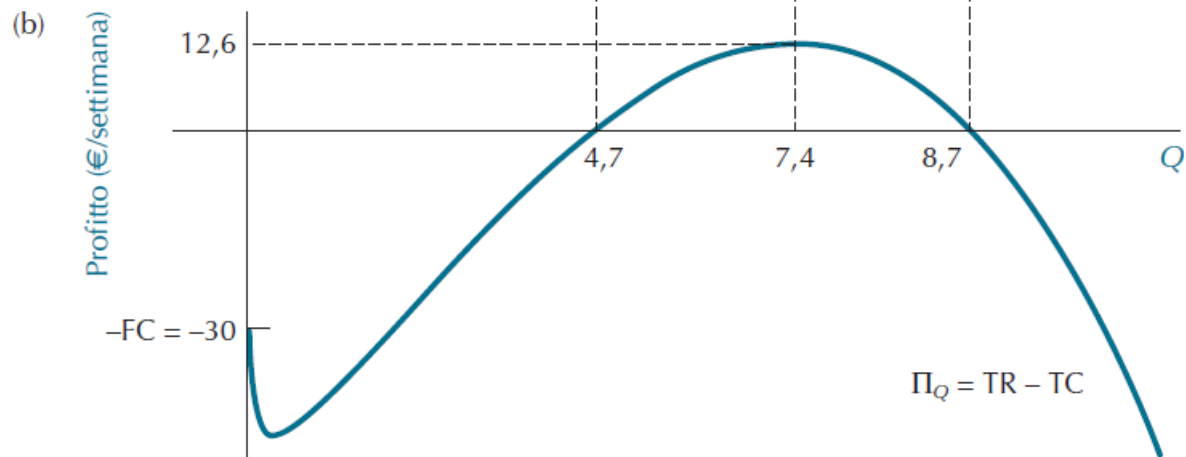
$$\text{Profitto} = \text{TR} - \text{TC}$$

- In termini grafici ciò significa trovare la distanza massima tra la retta del ricavo totale (TR) e la curva del costo totale (TC)

Ricavi, costi e profitto economico (P=18)



Il ricavo totale è
proporzionale
all'output



LA MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO NEL BREVE PERIODO

- La massima distanza tra due curve si ottiene nel punto in cui le rette tangenti sono parallele
- La pendenza della retta del ricavo totale rappresenta il ricavo marginale (MR)
 - In termini economici il ricavo marginale misura la variazione del ricavo totale quando varia di una unità la quantità venduta
- La pendenza della curva del costo totale rappresenta il costo marginale (MC)
- Condizione di ottimo:

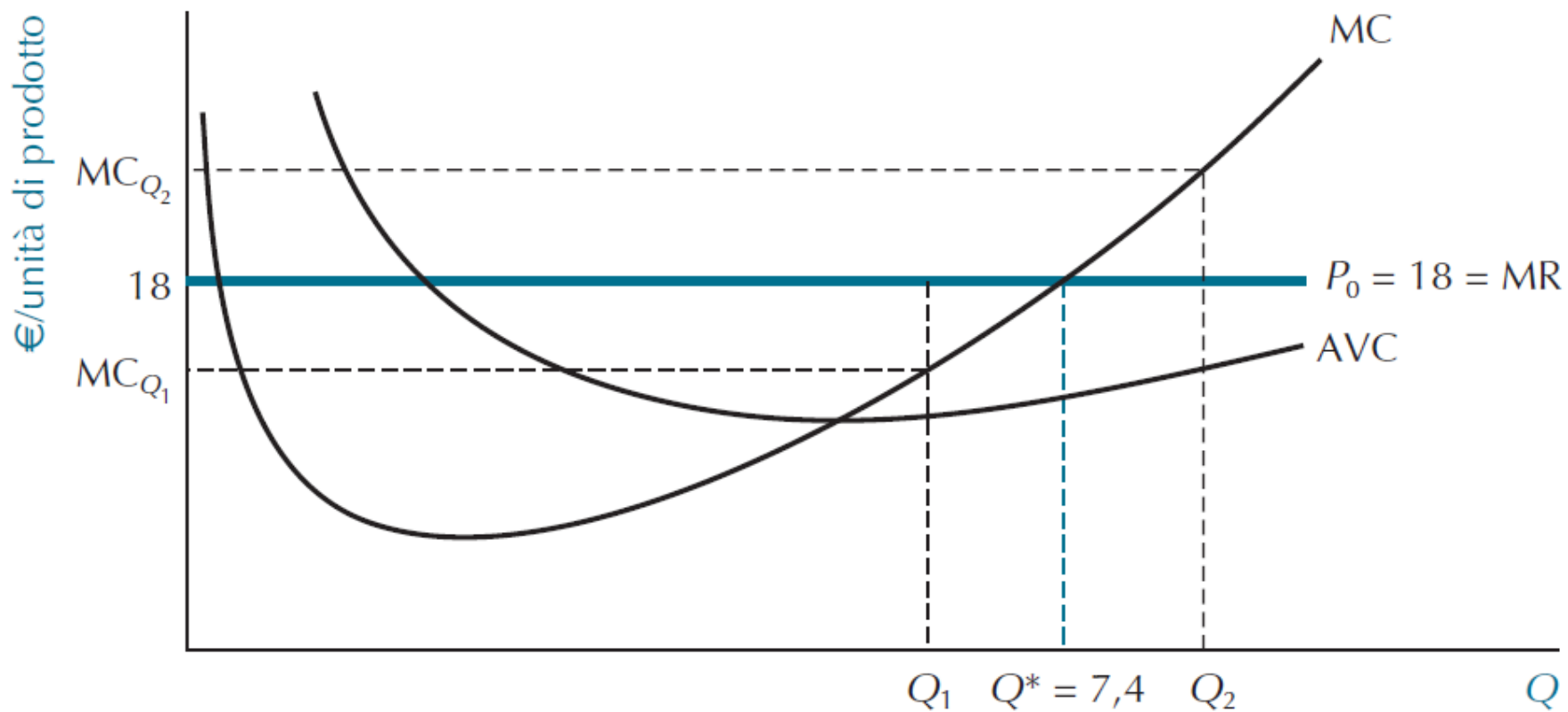
$$MR=MC$$

LA MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO NEL BREVE PERIODO

- Per l'impresa concorrenziale il ricavo marginale è uguale al prezzo di mercato
 - Infatti, al prezzo vigente sul mercato l'impresa concorrenziale può vendere qualsiasi quantità di prodotto senza che la sua offerta lo faccia variare
- La massimizzazione del profitto in concorrenza perfetta impone l'eguaglianza tra il prezzo di mercato e il costo marginale:

$$P = MC.$$

Livello di output che massimizza il profitto nel breve periodo



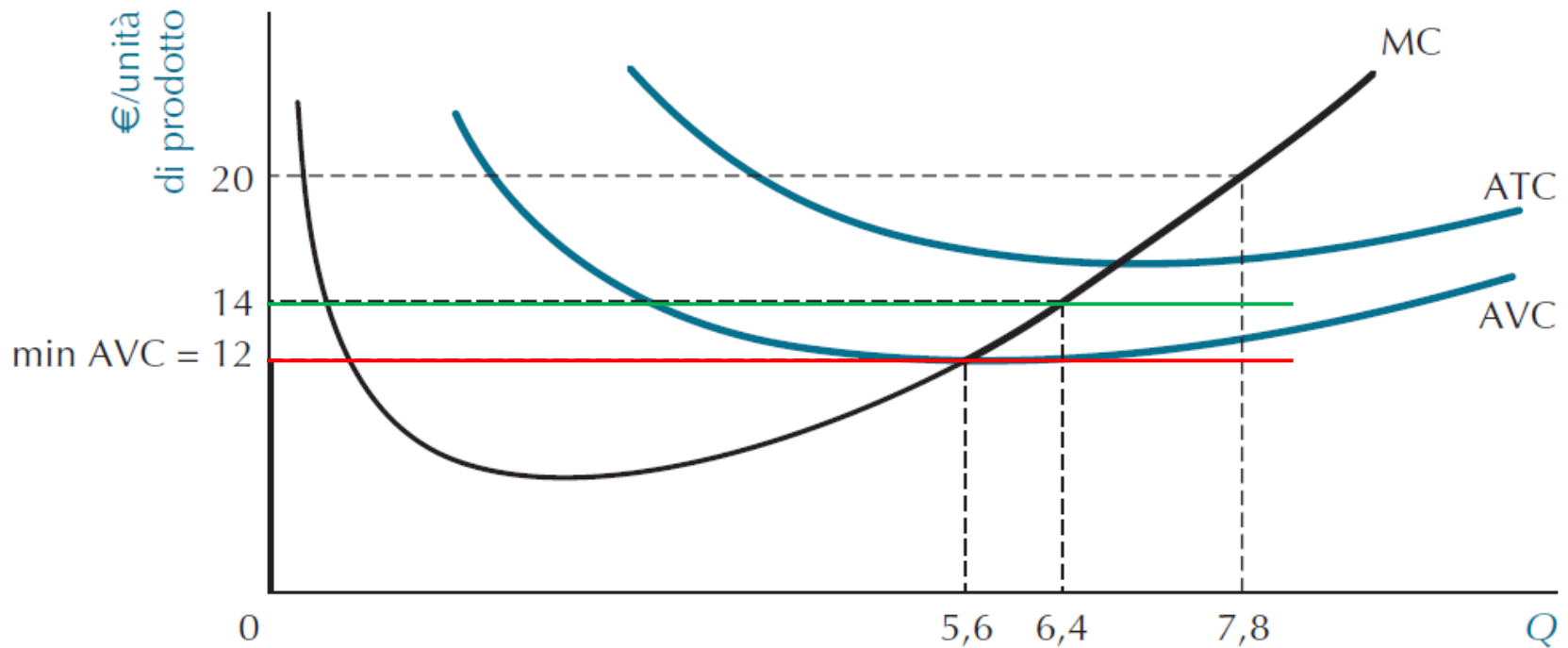
LA MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO NEL BREVE PERIODO

- Si osservi che poiché ci possono essere due punti di intersezione, l'eguaglianza $P = MC$ deve essere verificata lungo il tratto crescente della curva del costo marginale
- Qualsiasi altro livello di produzione, minore o maggiore, risulta non ottimale ai fini della massimizzazione del profitto

CURVA DI OFFERTA DI BREVE PERIODO DI UN'IMPRESA IN CONCORRENZA PERFETTA

- Oltre all'eguaglianza tra il prezzo di mercato e il costo marginale l'impresa deve anche rispettare una seconda condizione
 - **Il prezzo deve essere superiore rispetto al livello minimo dei costi medi variabili (AVC)**
- Se ciò non avvenisse ($MR=P=AR < AVC$), l'impresa avrebbe convenienza a non produrre affatto, poiché non sarebbe in grado di coprire nemmeno i costi variabili sostenuti per la produzione

Curva di offerta di breve periodo di un'impresa in concorrenza perfetta $P=14$



CURVA DI OFFERTA DI BREVE PERIODO DI UN'IMPRESA IN CONCORRENZA PERFETTA

- Se invece il prezzo di mercato risulta superiore rispetto al punto di minimo dei costi medi variabili, ma inferiore rispetto ai costi medi totali, allora pur realizzando un profitto negativo all'impresa conviene continuare ad offrire il prodotto sul mercato
- Ciò dipende dal fatto che se in tale situazione decidesse di cessare la produzione, incorrerebbe in una perdita ancora maggiore (costi fissi)
- In definitiva, la curva di offerta dell'impresa di breve periodo corrisponde al tratto crescente della curva del costo marginale (tratto nel quale vale la legge dei rendimenti sono decrescenti) al di sopra della curva del costo medio variabile

CURVA DI OFFERTA DI MERCATO DI BREVE PERIODO

- Ad ogni dato prezzo, la curva di offerta di mercato di breve periodo è pari alla somma delle quantità offerte da tutte le imprese operanti sul mercato, a quel prezzo
- Essa è uguale alla somma orizzontale delle curve di offerta individuali di ciascuna impresa

ESEMPIO: Curva di offerta di breve periodo di un'industria in concorrenza perfetta

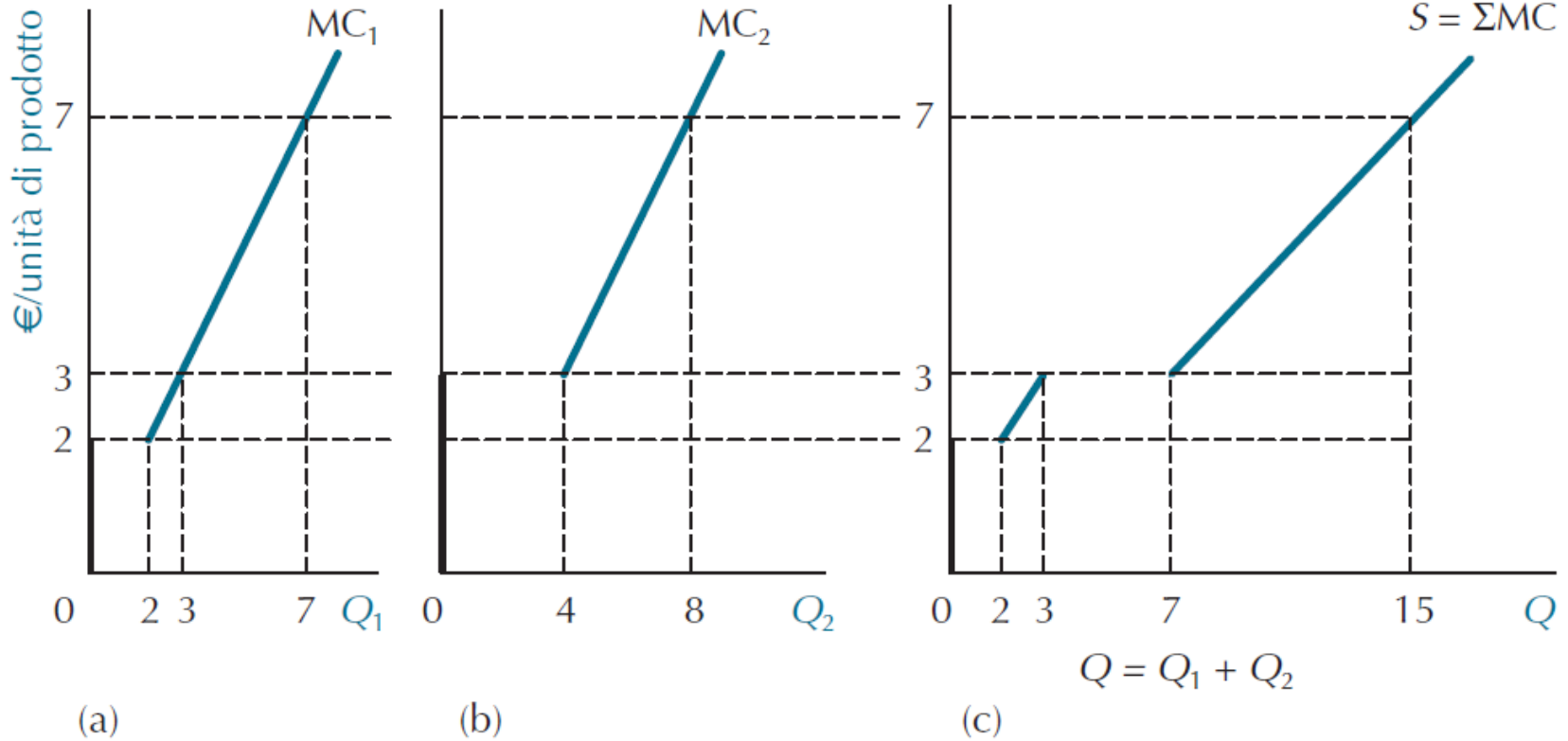
Impresa 1

+

Impresa 2

=

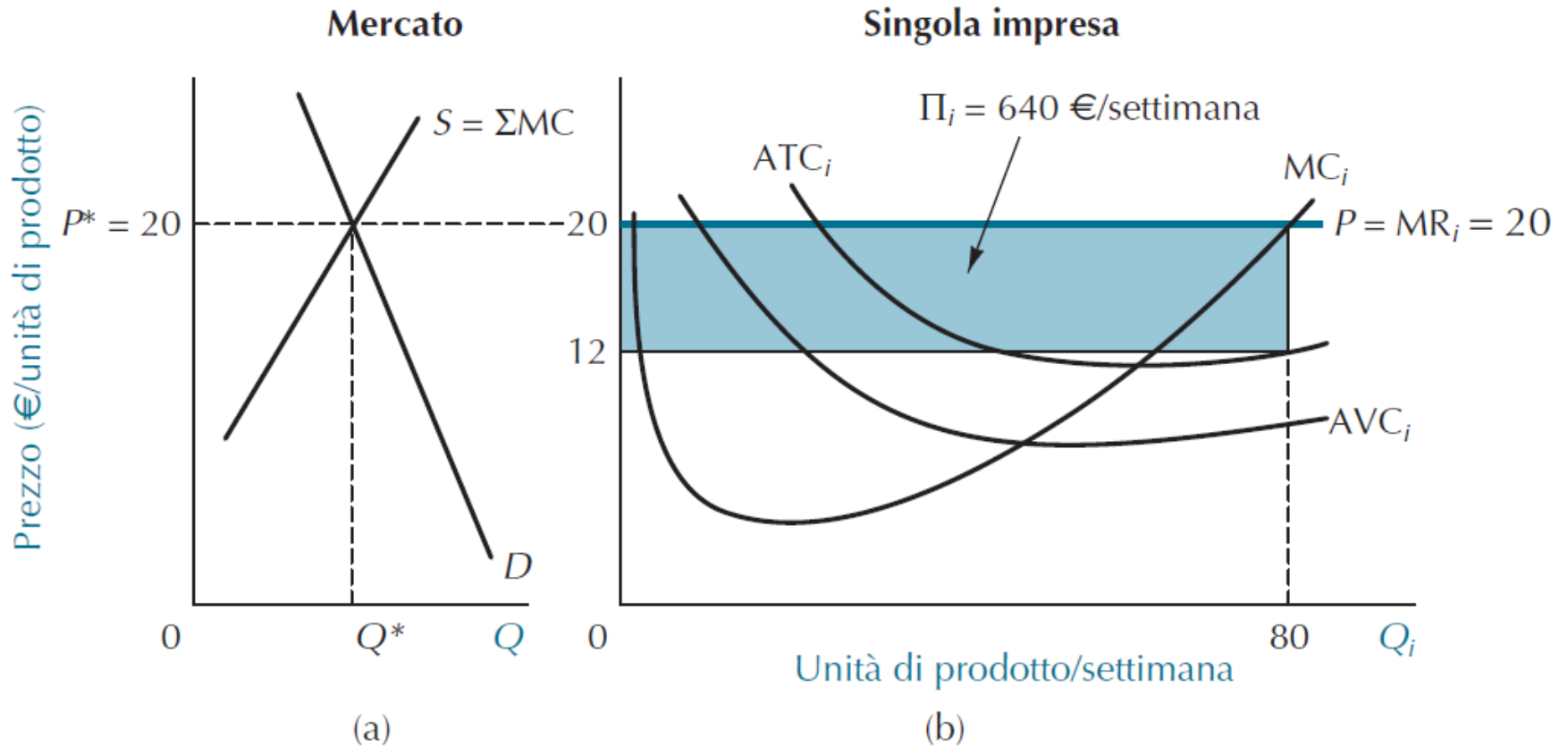
Totale industria



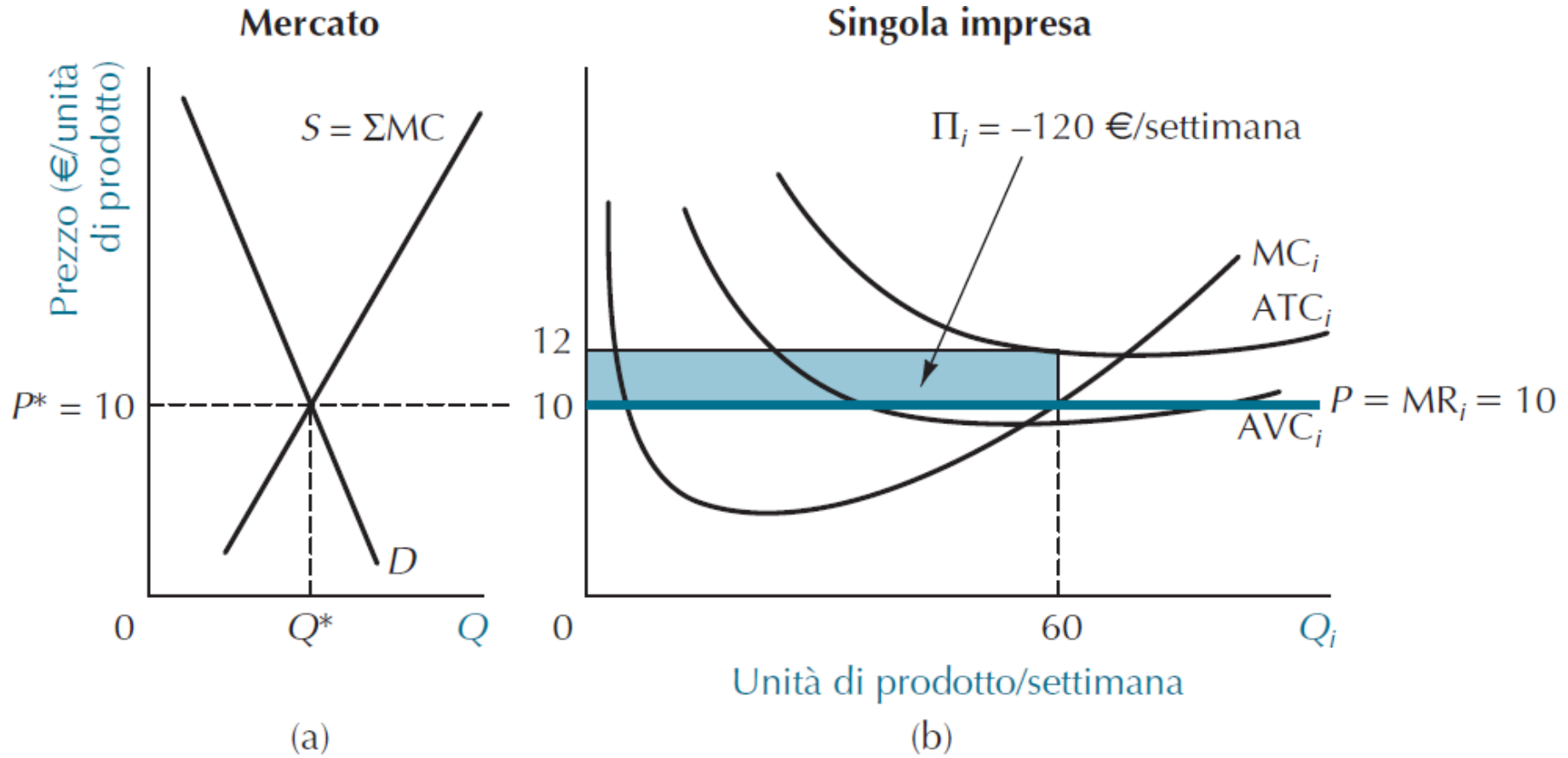
EQUILIBRIO DI BREVE PERIODO IN CONCORRENZA PERFETTA

- L'equilibrio di mercato di concorrenza perfetta di breve periodo si realizza quando la quantità domandata eguaglia la quantità offerta
- Dall'intersezione delle curve di domanda e di offerta scaturisce il prezzo di mercato
- Per la singola impresa tale prezzo determina la curva di domanda (perfettamente orizzontale) alla quale fare riferimento

Determinazione del prezzo e della quantità di equilibrio in concorrenza perfetta



Prezzo di equilibrio di breve periodo che comporta perdite economiche

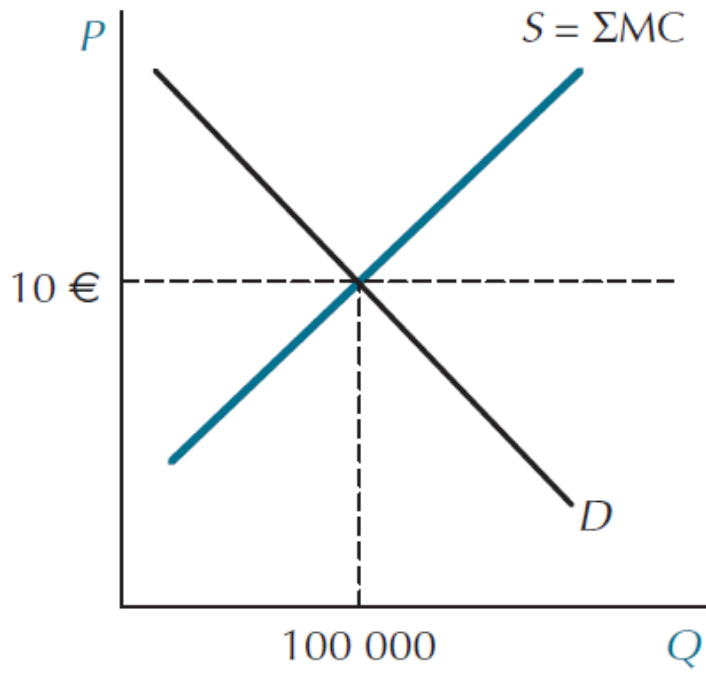


EFFICIENZA DELL'EQUILIBRIO

- L'equilibrio di concorrenza perfetta garantisce l'efficienza allocativa delle risorse, nel senso che garantisce il completo sfruttamento delle possibilità di guadagno derivanti dallo scambio
- Non esiste la possibilità, né per i consumatori né per le imprese, di accordarsi per effettuare scambi reciprocamente vantaggiosi ad un prezzo diverso da quello che scaturisce dall'equilibrio di mercato

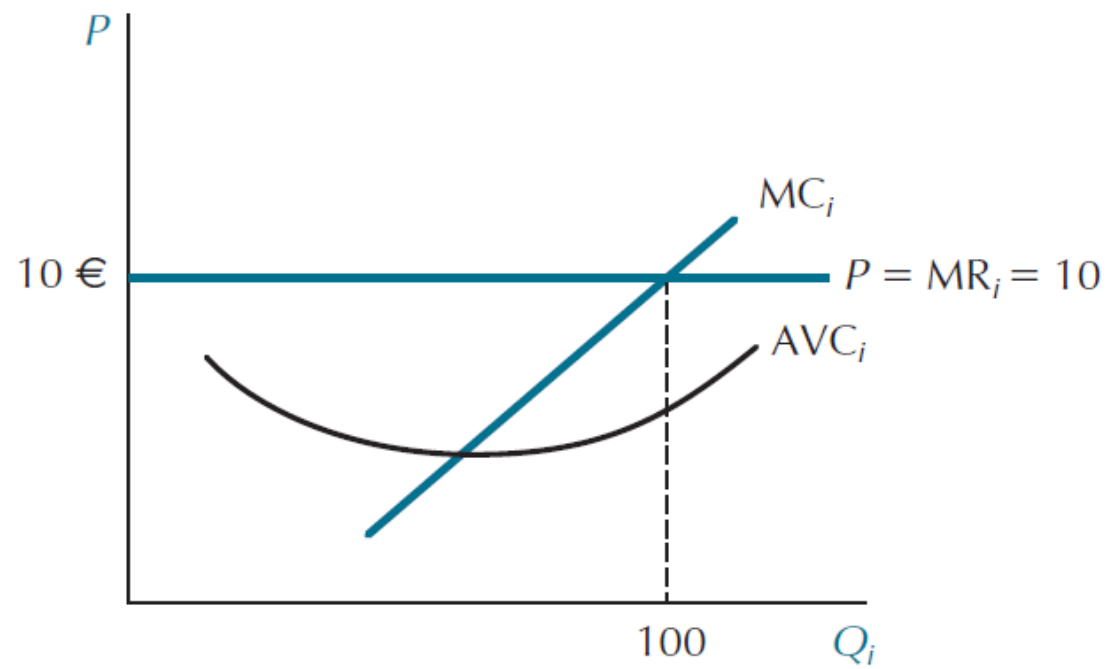
L'equilibrio concorrenziale di breve periodo è efficiente

Mercato



(a)

Singola impresa



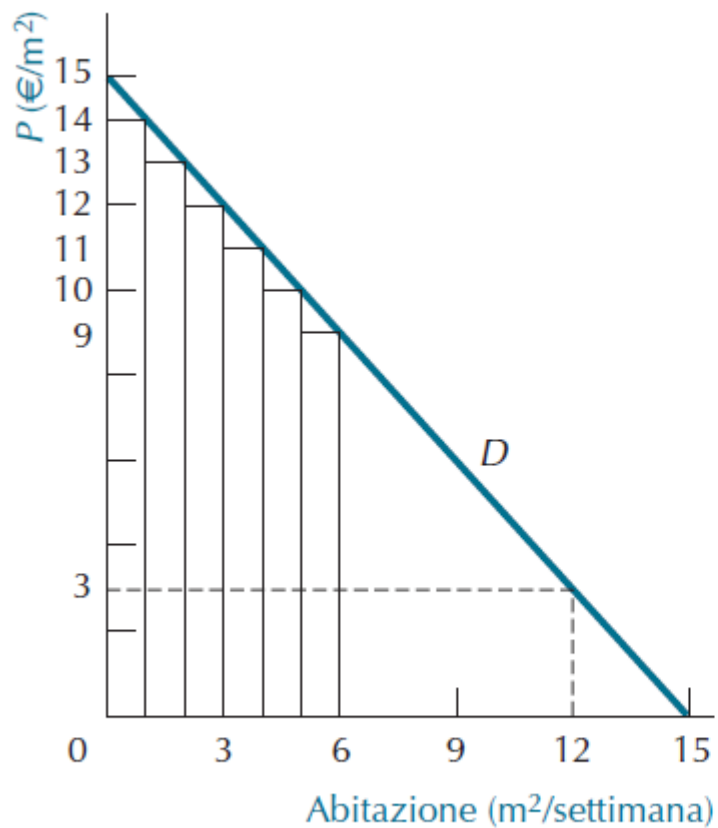
(b)

L'ANALISI DEL BENESSERE AGGREGATO

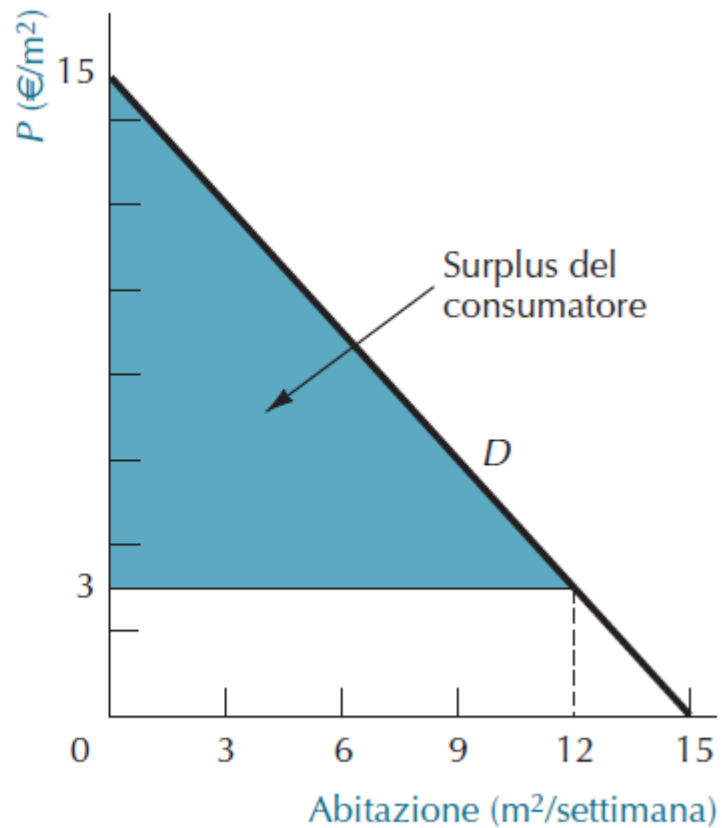
IL SURPLUS DEL CONSUMATORE

- La curva di domanda può essere interpretata come la disponibilità a pagare per avere quel bene
- Tuttavia, ciascun individuo paga il prezzo di mercato per tutte le unità del bene che egli acquista
- La differenza tra ciò che il consumatore è disposto a pagare per quel bene e ciò che paga effettivamente, rappresenta il surplus del consumatore

Come misurare il surplus del consumatore a partire dalla curva di domanda



(a)

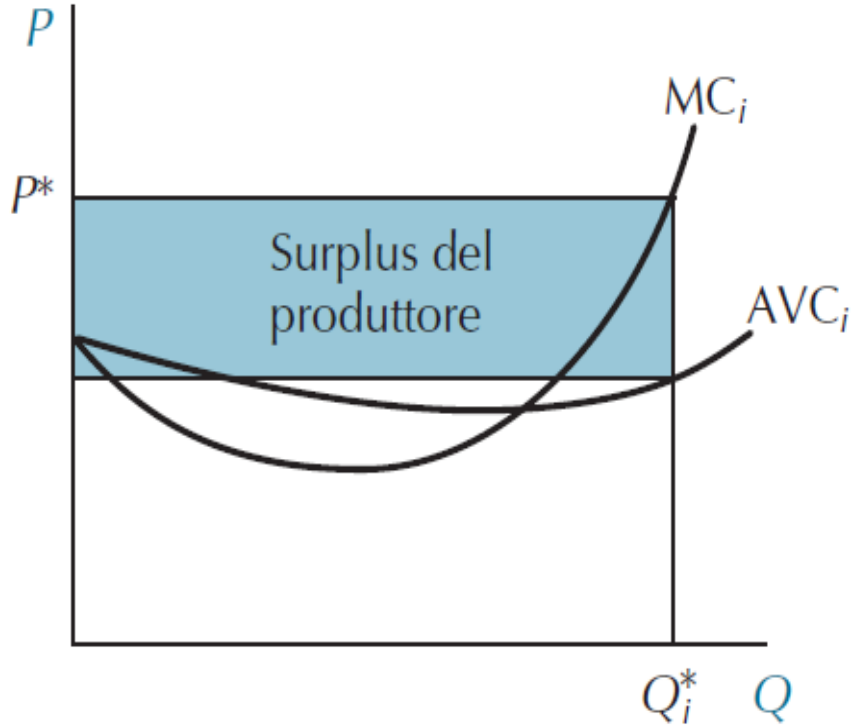


(b)

IL SURPLUS DEL PRODUTTORE

- Il surplus del produttore è il beneficio monetario di un'impresa che produce il livello di output che massimizza il profitto
- In generale, nel breve periodo il surplus del produttore è pari al profitto economico più i costi fissi
- Il surplus aggregato dei produttori è pari alla somma dei surplus di tutte le imprese
- La somma del surplus aggregato dei produttori e del surplus aggregato dei consumatori misura il beneficio totale dello scambio

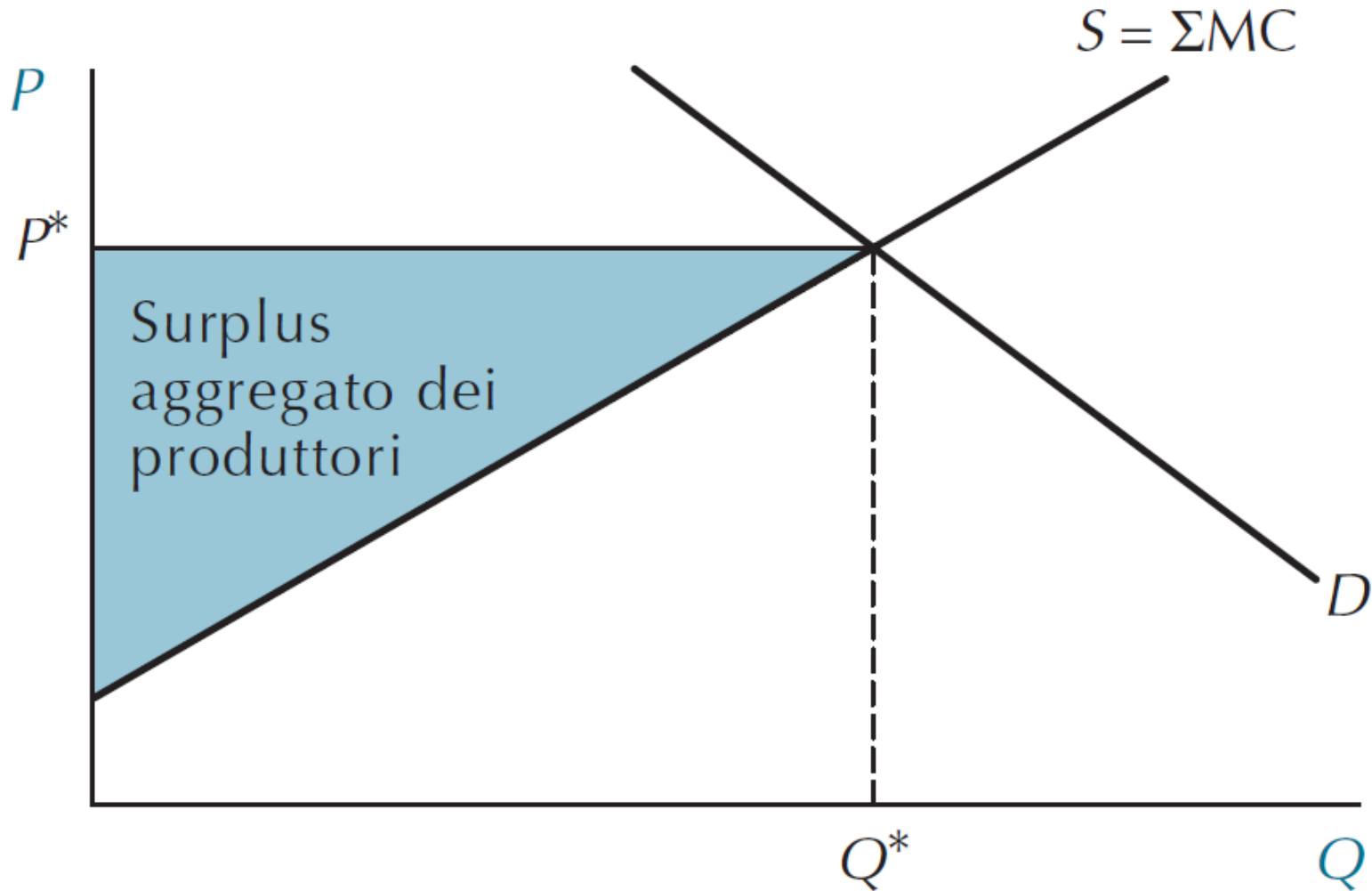
Due misure equivalenti del surplus del produttore



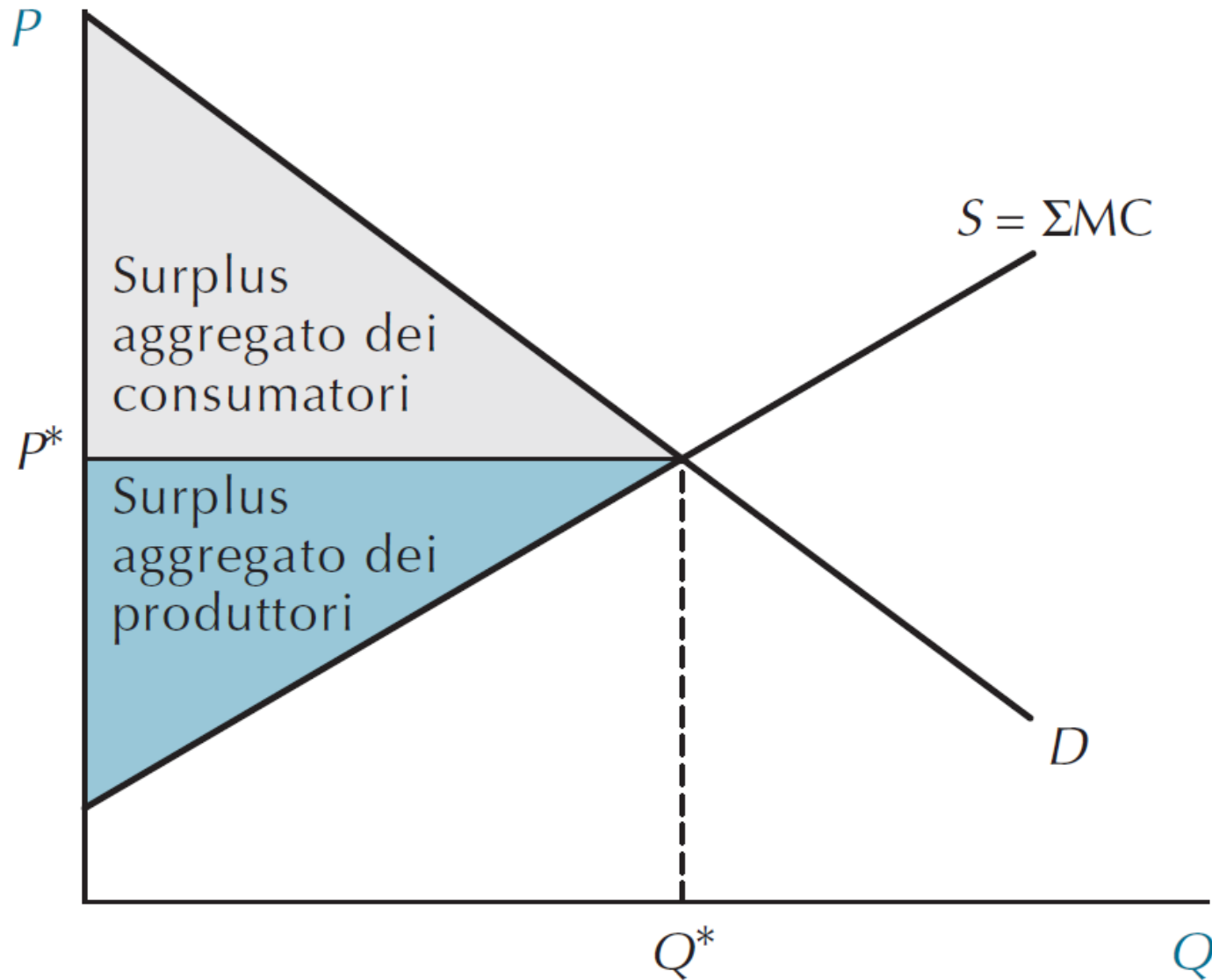
(a)

$$\text{Surplus} = \text{TR} - \text{VC} = \text{Profitto} + \text{FC}$$

Surplus aggregato dei produttori quando la curva di costo marginale della singola impresa è inclinata positivamente



Beneficio totale derivante dallo scambio in un mercato



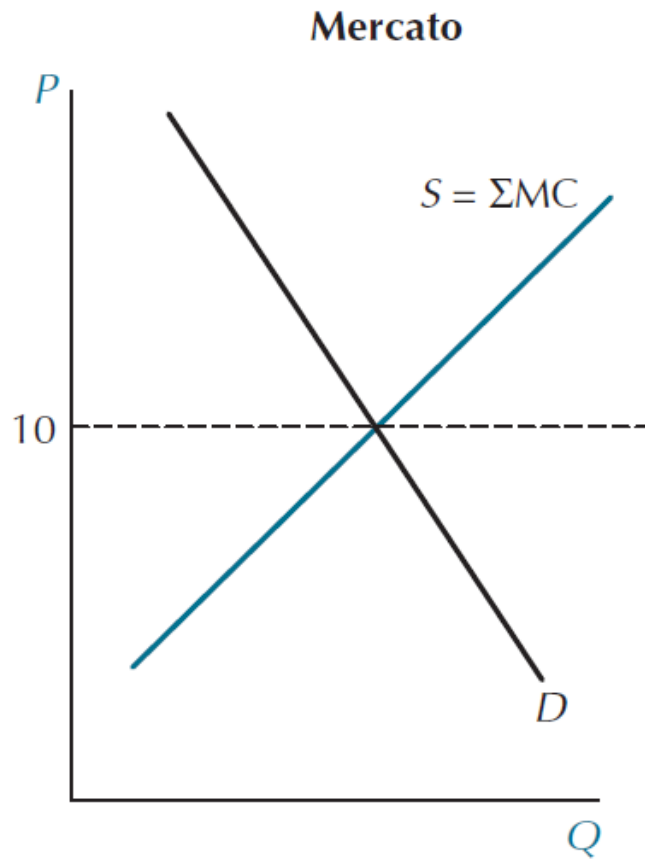
AGGIUSTAMENTI NEL LUNGO PERIODO

- Nel lungo periodo un'impresa può adeguare la propria dotazione di capitale alle mutate condizioni di mercato
- Sempre nel lungo periodo è possibile che nuove imprese decidano di entrare dal mercato qualora intravedano la possibilità di realizzare profitti
- Analogamente, imprese già operanti nel mercato possono decidere di uscire se non ottengono profitti positivi

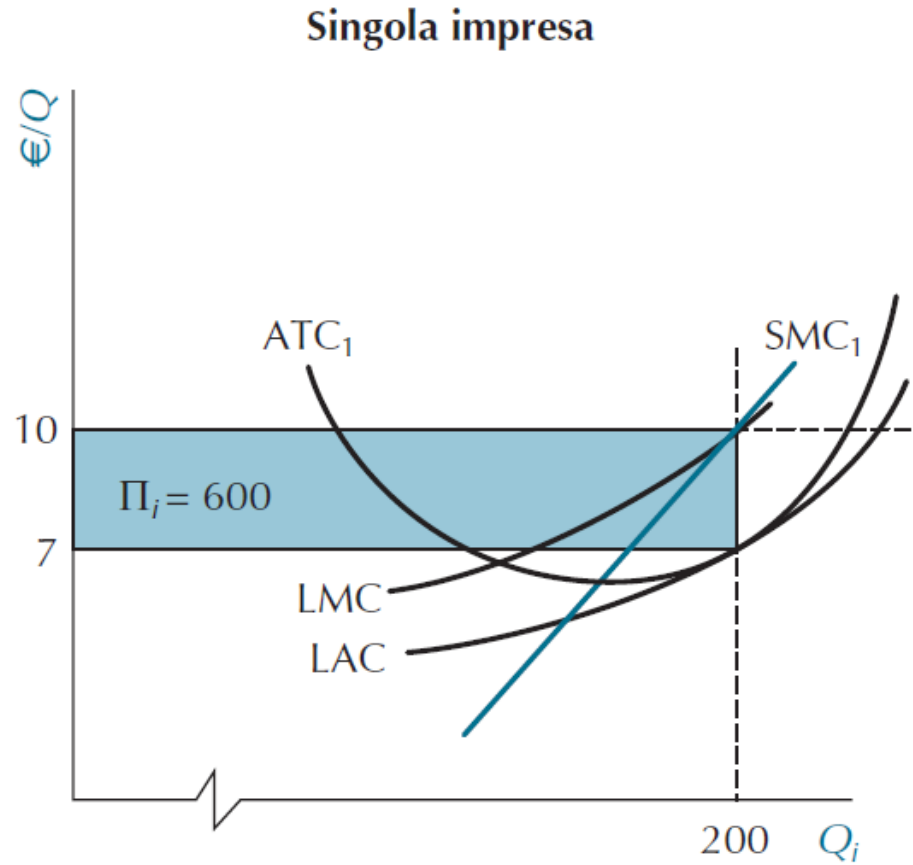
AGGIUSTAMENTI NEL LUNGO PERIODO

- Questi aggiustamenti implicano che nel lungo periodo si determini una situazione nella quale:
 - Il prezzo di equilibrio è pari al valore minimo della curva del costo medio di lungo periodo
 - L'output è prodotto al costo unitario più basso possibile
 - Al venditore è pagato solo il costo di produzione
 - Il profitto economico è nullo per tutte le imprese

Un livello di prezzo che genera profitto economico

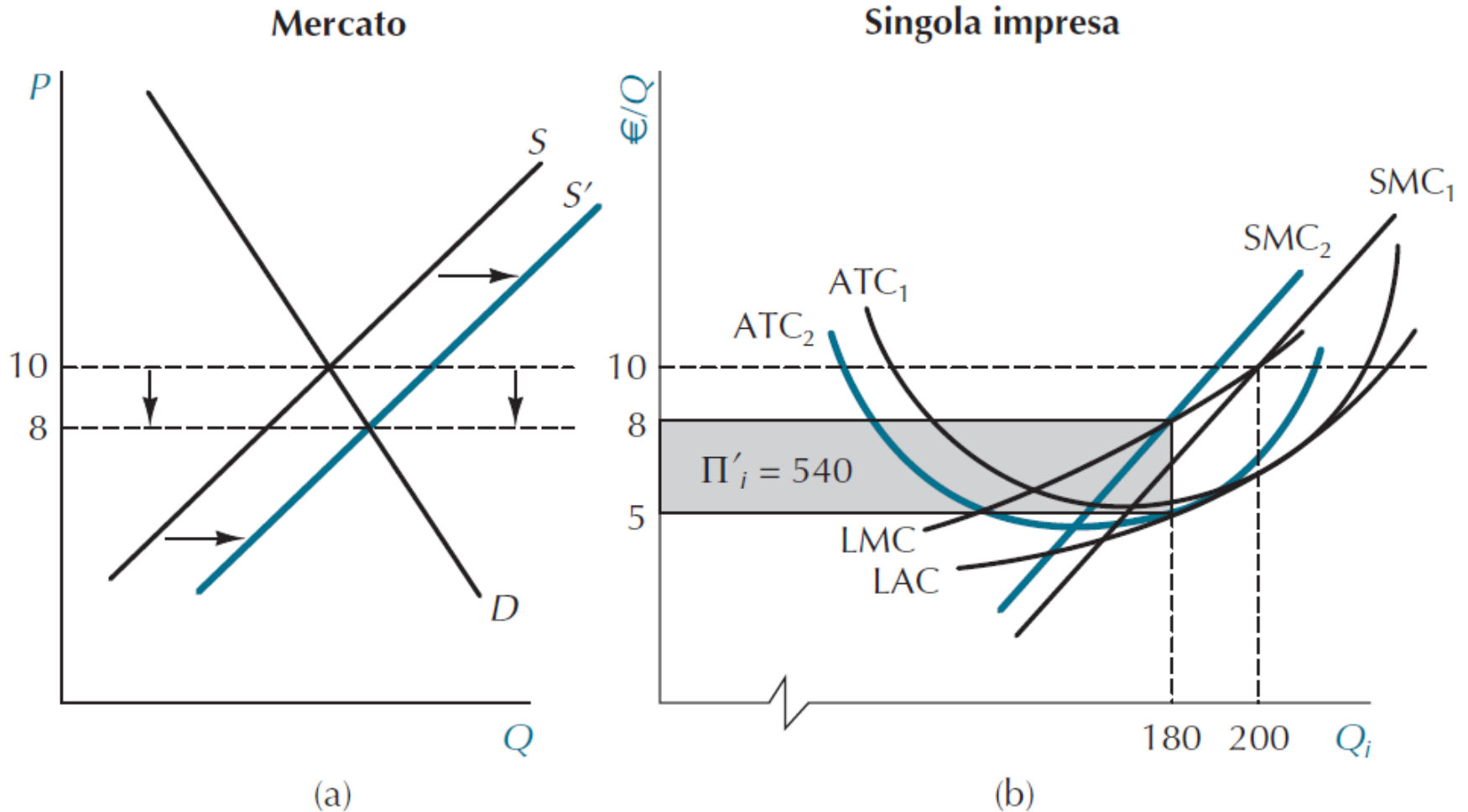


(a)



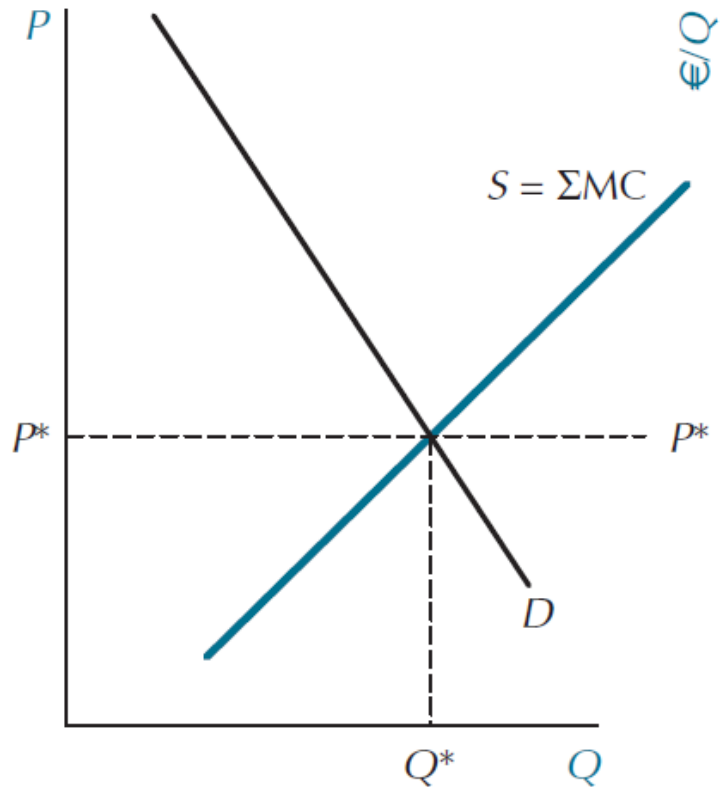
(b)

Una fase dell'aggiustamento verso l'equilibrio di lungo periodo



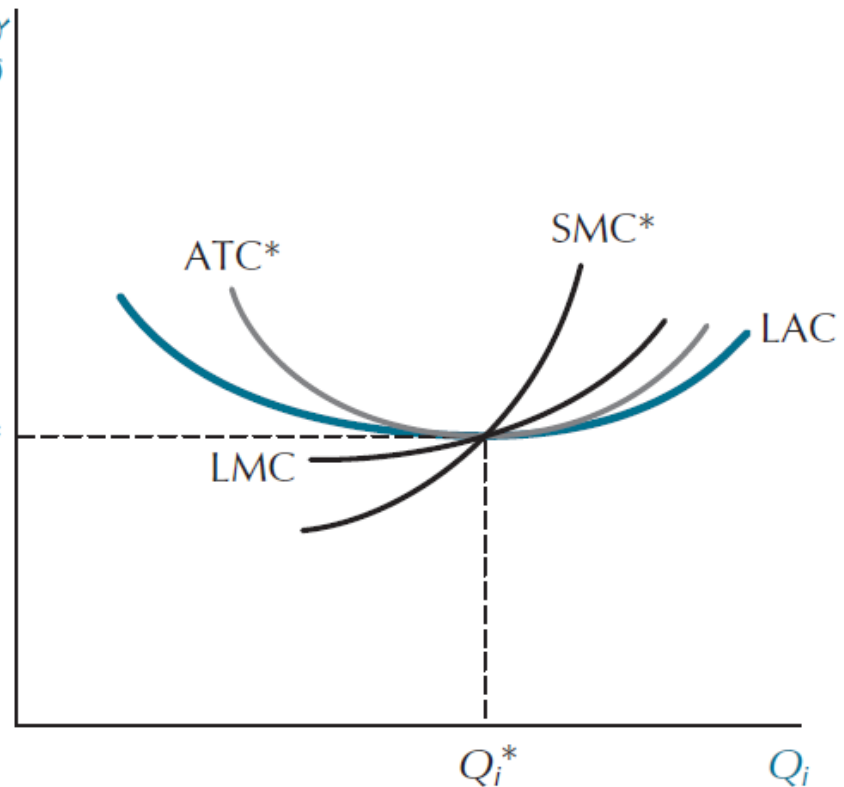
Equilibrio di lungo periodo in concorrenza perfetta

Mercato



(a)

Singola impresa



(b)

CURVA DI OFFERTA DI LUNGO PERIODO

- La curva di offerta di mercato di lungo periodo fornisce la quantità totale di prodotto che viene offerta ai vari livelli del prezzo
- L'andamento della curva di offerta di mercato di lungo periodo dipende dalle diverse condizioni di costo relative al mercato dei fattori

ELASTICITÀ DELL'OFFERTA

- L'elasticità dell'offerta misura la variazione percentuale della quantità offerta in seguito ad una variazione dell'1% del prezzo del prodotto

$$\varepsilon^s = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \frac{P}{Q}$$

Figura 11.17: Elasticità dell'offerta

