

LA CONCORRENZA

Topics

- Concorrenza perfetta: presupposti
- Il comportamento di una singola impresa
- Il mercato concorrenziale: breve e lungo periodo
- Efficienza e benessere

CONCORRENZA PERFETTA: PRESUPPOSTI

- Output omogeneo
- Tecnologia e prezzi dei fattori produttivi dati
- Perfetta informazione
- Price taking behaviour
- Assenza costi di transazione
- Assenza esternalità

IL COMPORTAMENTO DELLA SINGOLA IMPRESA

➤ L'impresa massimizza il profitto:

➤ $\pi(q) = pq - C(q)$

➤ *F.O.C.* $\frac{d\pi(q)}{dq} = 0 = p - MC(q) \rightarrow p = MC(q)$

➤ *S.O.C.* $\frac{d^2\pi(q^*)}{d^2q} < 0 \rightarrow -\frac{dMC(q^*)}{dq} < 0 \rightarrow \frac{dMC(q^*)}{dq} > 0$

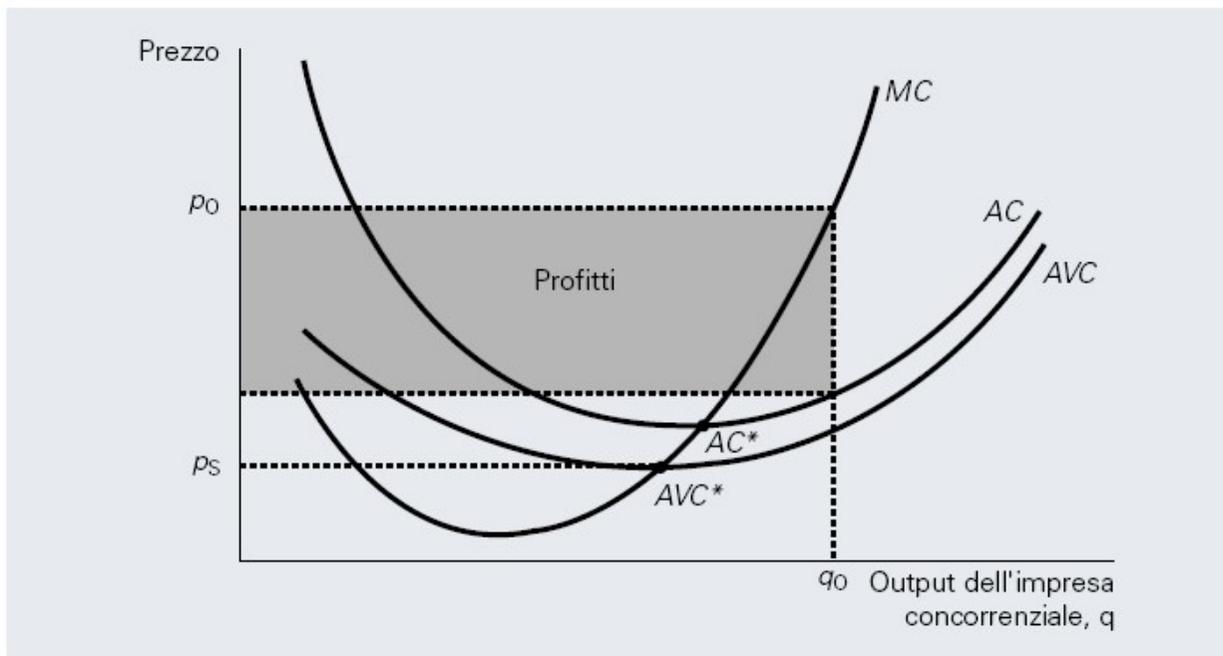


Figura 3.1
Curve di costo
e massimizzazione
dei profitti.

Decisione di chiusura (breve periodo)

L'impresa produce solo se i ricavi derivanti dalla produzione eccedono i costi evitabili (cioè, i costi in cui l'impresa non incorre se cessa la produzione).

Supponiamo che tutti i costi fissi F siano irrecuperabili.

Quindi, l'impresa produrrà solo se

$$\pi(q^*) = pq^* - VC(q^*) - F \geq \pi(0) = -F$$

Decisione di chiusura (breve periodo)

L'impresa rimane sul mercato se:

$$R(q^*) = pq^* \geq VC(q^*)$$

↓

$$p \geq \frac{VC(q^*)}{q^*} = AVC(q^*)$$

$p = AVC(q^*) \rightarrow$ Punto di chiusura

Curva di offerta dell'impresa (breve periodo)

La curva di offerta dell'impresa nel breve periodo corrisponde al tratto crescente della curva di costo marginale al di sopra del punto di chiusura, ossia la parte della curva MC che sta sopra $AVC(q^*)$

Decisione di chiusura (lungo periodo)

- L'impresa produce solo se farlo è più proficuo che non produrre. Nel lungo periodo, tutti i costi si considerano variabili. Quindi l'impresa produrrà solo se

$$\pi(q^*) = pq^* - C(q^*) \geq \pi(0) = 0$$

Decisione di chiusura (lungo periodo)

Affinché l'impresa rimanga nel mercato è necessario che:

$$R(q^*) = pq^* \geq C(q^*)$$

↓

$$p \geq \frac{C(q^*)}{q^*} = AC(q^*)$$

$p = AC(q^*) \rightarrow$ Punto di chiusura

Curva di offerta dell'impresa (lungo periodo)

La curva di offerta dell'impresa nel lungo periodo corrisponde al tratto crescente della curva di costo marginale al di sopra del punto di chiusura, ossia la parte della curva MC che sta sopra $AC(q^*)$

Domande di ripasso

- Quali sono le condizioni di massimizzazione del profitto dell'impresa che opera nel mercato di concorrenza perfetta?
- Qual è il punto di chiusura e che differenza c'è tra il punto di chiusura nel breve e nel lungo periodo?

IL MERCATO CONCORRENZIALE: BREVE E LUNGO PERIODO

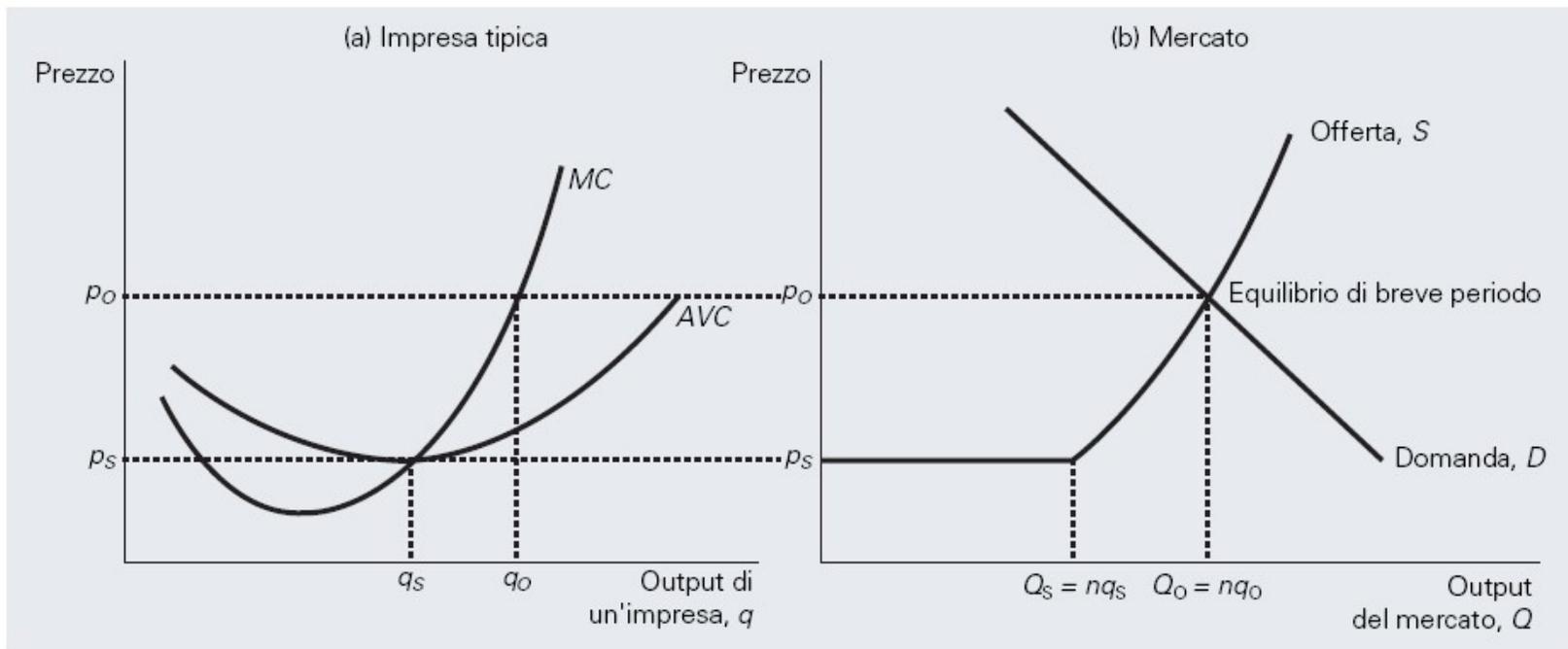


Figura 3.2
Equilibrio
di breve periodo.

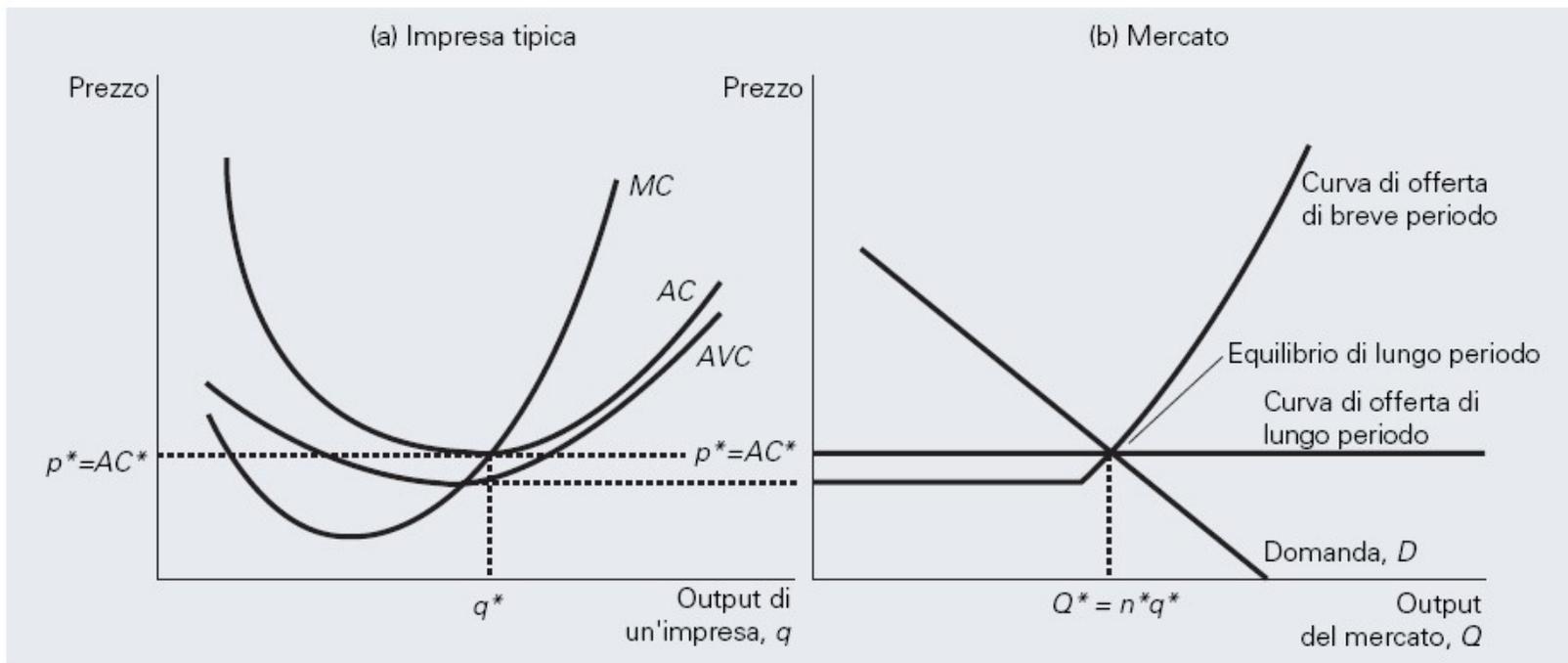
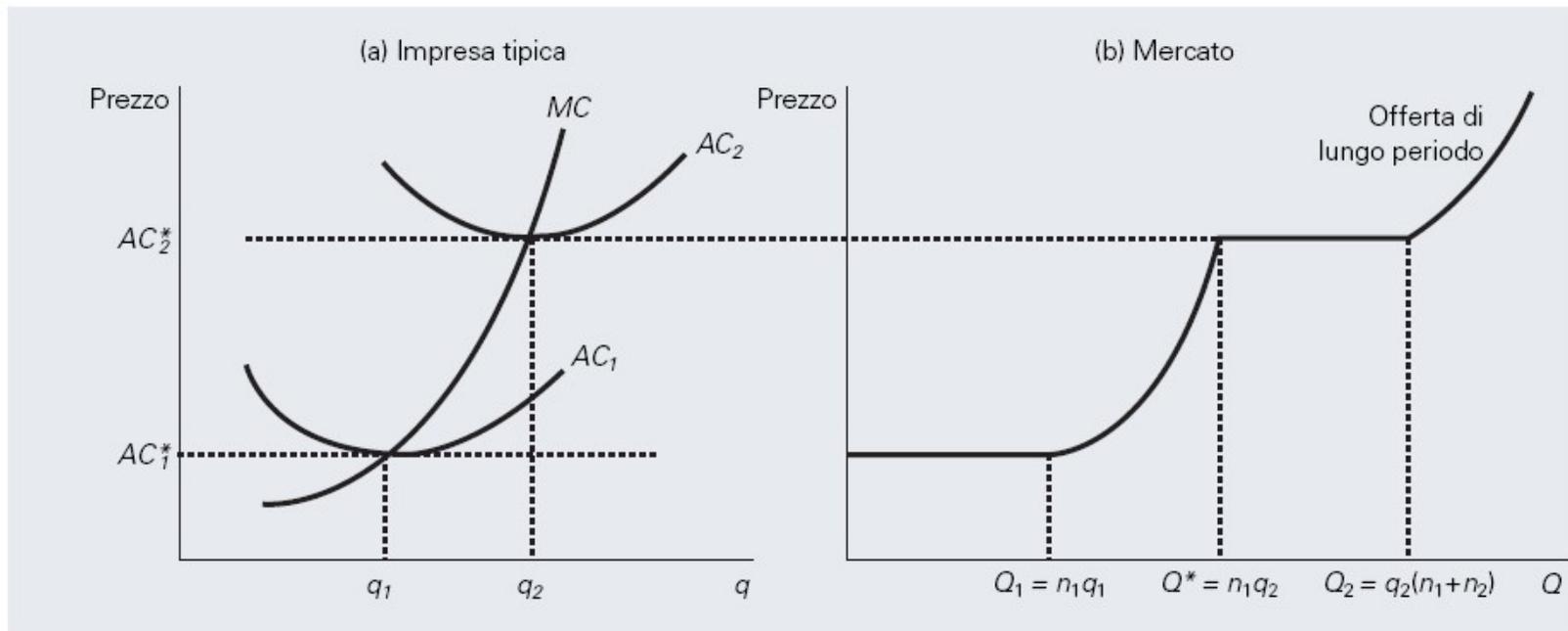


Figura 3.3
Equilibrio di lungo periodo.

Figura 3.4
Curva di offerta di lungo periodo con pendenza positiva.



Le elasticità rispetto al prezzo: definizioni

- Elasticità della domanda:
 - L'elasticità della domanda rispetto al prezzo è la variazione percentuale della quantità domandata a fronte di una piccola variazione del prezzo
 - È sempre un numero negativo
- Elasticità dell'offerta:
 - L'elasticità dell'offerta rispetto al prezzo è la variazione percentuale della quantità offerta a fronte di una piccola variazione del prezzo
 - Di solito è positiva

Le elasticità rispetto al prezzo: formule

- Elasticità della domanda:

$$\varepsilon = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

- Elasticità dell'offerta:

$$\eta = \frac{\frac{\Delta S}{S}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta S}{\Delta P} \cdot \frac{P}{S}$$

La curva di domanda residuale delle imprese price taker (1)

Se il numero delle imprese presenti sul mercato è elevato, la curva di domanda individuale è quasi orizzontale (ma l'elasticità può essere elevata anche con un numero ridotto di imprese)

L'elasticità della domanda individuale è molto maggiore dell'elasticità della domanda di mercato

La curva di domanda residuale di qualsiasi impresa è $D_r(p) = D(p) - S_o(p)$

Differenziando $D_r(p)$ rispetto a p si ottiene: $\frac{dD_r}{dp} = \frac{dD}{dp} - \frac{dS_o}{dp}$

Supponiamo che la quantità prodotta da un'impresa sia $q = Q/n$ e che la quantità totale prodotta da tutte le altre imprese sia $Q_o = (n - 1)q$

La curva di domanda residuale delle imprese price taker (2)

Moltiplicando entrambi i membri della suddetta espressione per p/q e moltiplicando e dividendo il primo termine del secondo membro per Q/Q e il secondo termine per Q_o/Q_o l'espressione diventa

$$\frac{dD_r}{dp} \frac{p}{q} = \frac{dD}{dp} \frac{p}{Q} \frac{Q}{q} - \frac{dS_o}{dp} \frac{p}{Q_o} \frac{Q_o}{q}$$

Dove $q = D_r(p)$, $Q = D(p)$, e $Q_o = S_o(p)$.

Con le opportune sostituzioni si ottiene quindi

$$\varepsilon_i = \varepsilon_n - \eta_o(n - 1)$$

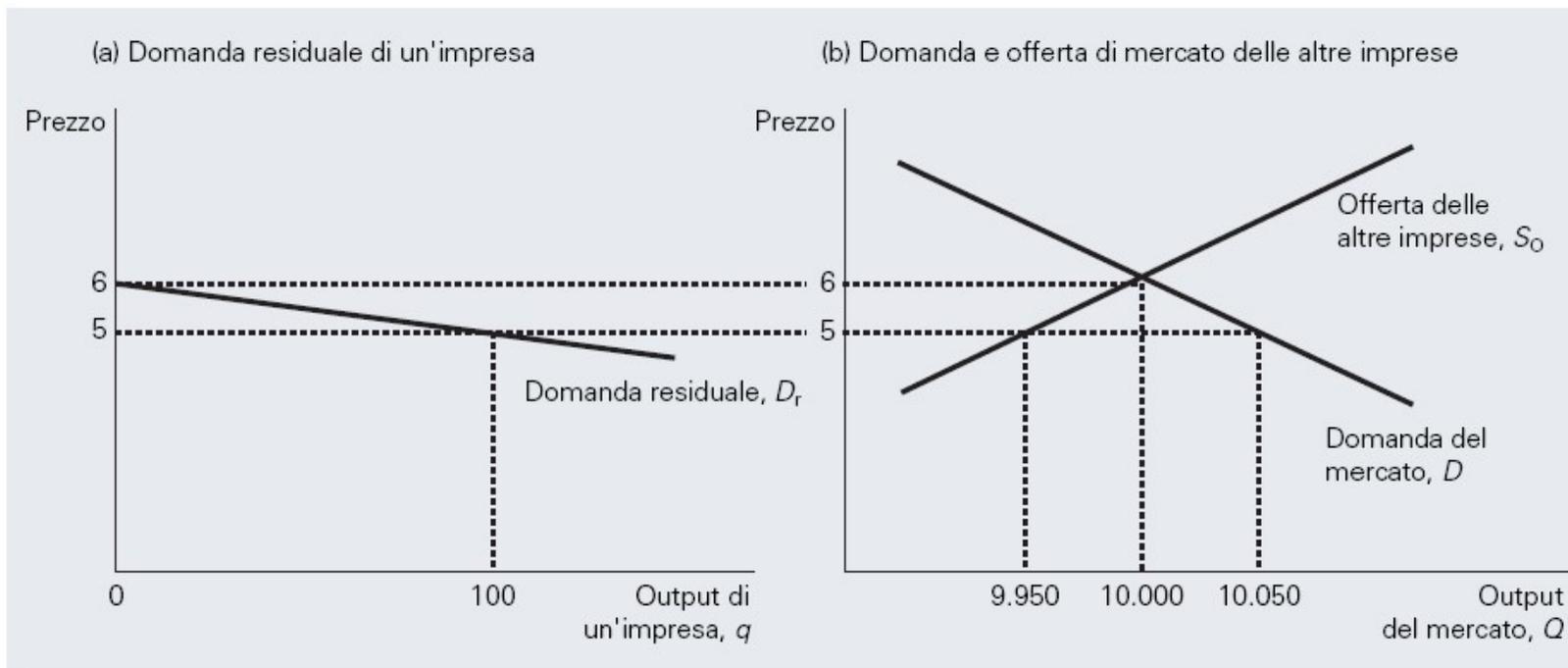


Figura 3.5
 Derivazione della curva di domanda residuale.

Elasticità del mercato			
Numero di imprese n	Anelastica $\epsilon = -0,5$	Unitaria $\epsilon = -1$	Elastica $\epsilon = -5$
10	- 5	- 10	- 50
25	- 12,5	- 25	- 125
50	- 25	- 50	- 250
100	- 50	- 100	- 500
500	- 250	- 500	- 2500
1000	- 500	- 1000	- 5000

Tabella 3.1
Elasticità del prezzo per una singola impresa

Poiché si suppone che l'elasticità dell'offerta delle altre imprese sia perfettamente anelastica ($\eta_o = 0$), l'elasticità della domanda di una particolare impresa è $\epsilon_i = n\epsilon$.

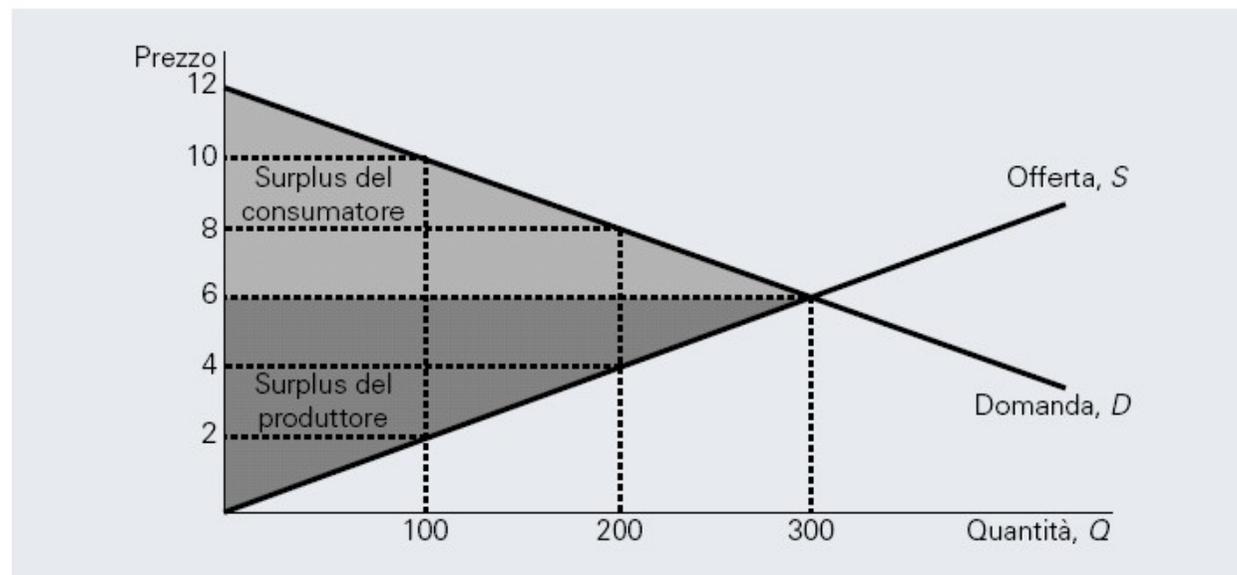
Domande di ripasso

- Quali sono le differenze tra equilibrio di breve e di lungo periodo nel mercato di concorrenza perfetta?
- Perché nell'equilibrio di lungo periodo le imprese ottengono profitti pari a zero?
- Cosa è l'elasticità della domanda al prezzo?
- Per quali valori della elasticità la domanda si definisce *anelastica*?

EFFICIENZA E BENESSERE

- L'Equilibrio di concorrenza perfetta presenta due caratteristiche:
 - *La produzione è efficiente*
 - *Il consumo è efficiente*
- L'Equilibrio di concorrenza perfetta massimizza il benessere, definito come somma del surplus del consumatore e surplus del produttore

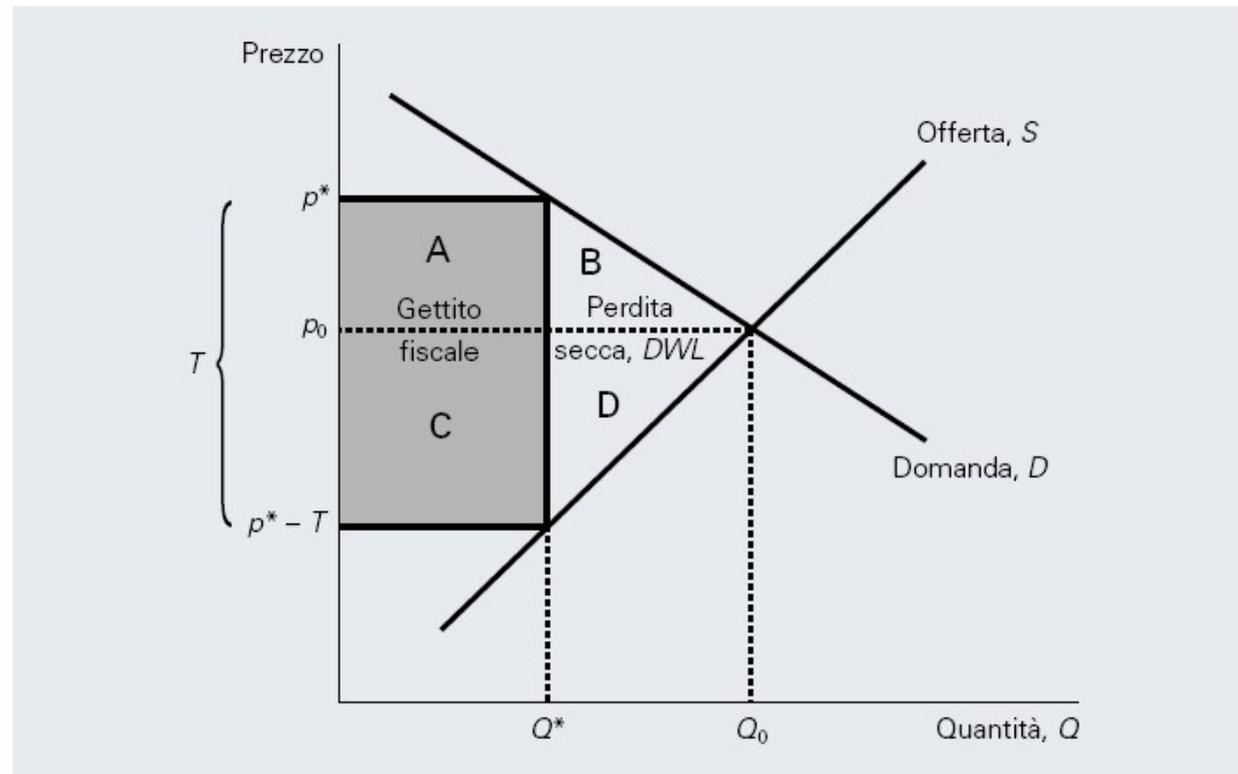
Figura 3.6
Surplus
del consumatore
e surplus
del produttore.



La perdita secca (*deadweight loss*)

- La perdita secca rappresenta il costo sociale di un mercato che non funziona in modo efficiente
- Corrisponde alla somma delle riduzioni nei surplus dei consumatori e del produttore dovute a una deviazione dall'equilibrio concorrenziale
- Si può dimostrare che dipende dal margine di ricarico rispetto al prezzo concorrenziale, dal fatturato complessivo realizzato sul mercato e dall'elasticità della domanda al prezzo

Figura 3.7
Perdita secca
derivante
da un'imposta.



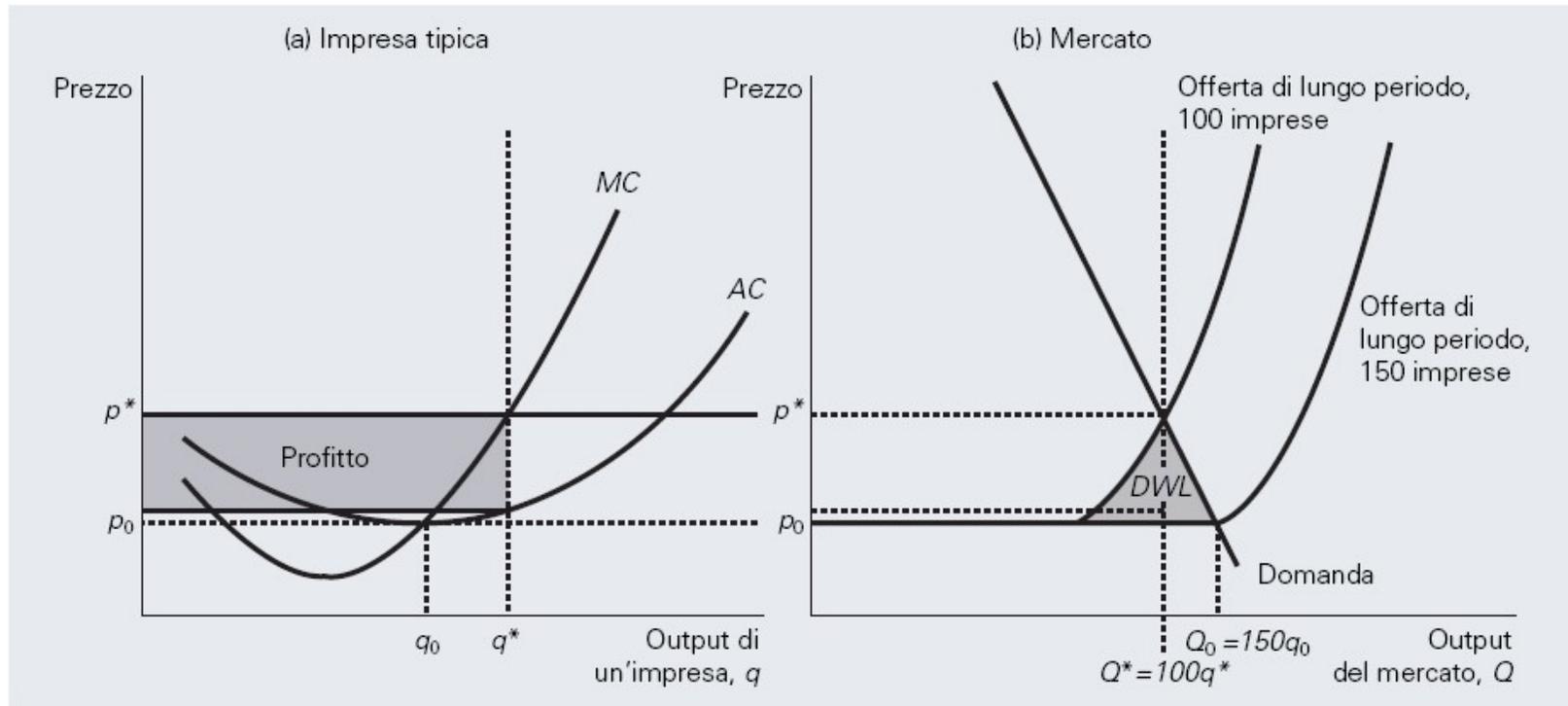


Figura 3.8
 Equilibrio
 di lungo periodo
 con restrizione
 all'entrata.

Concorrenza con poche imprese: i mercati contendibili

- Un mercato si dice *contendibile* se:
 - È possibile entrare e uscire senza costi
 - È possibile la concorrenza *hit and run*
 - La concorrenza potenziale è illimitata
- In un mercato contendibile si raggiungono i risultati di efficienza della concorrenza perfetta anche, al limite, con una sola impresa

Barriere all'entrata e all'uscita

- Barriere all'entrata
 - *Una barriera all'entrata di lungo periodo è un costo che deve essere sostenuto da un'impresa che intende entrare in un mercato (nuova entrante) e che non deve invece essere sostenuto dalle imprese già presenti sul mercato (incumbents). Es. brevetto*
- Barriere all'uscita
 - *È costoso uscire dal mercato se esistono costi che non si possono recuperare*

Individuazione delle barriere all'entrata

Bain ha individuato tre cause di barriere all'entrata

- Vantaggio assoluto di costo
- Economie di scala
- Differenziazione del prodotto

La letteratura successiva ha introdotto anche il concetto di *barriere strategiche all'entrata*

Tabella 3.2
Le barriere
all'entrata
secondo Bain

Industria	Economie di scala	Differenziazione del prodotto	Costo assoluto	Fabbisogno di capitali
Automobili	3	3	1	3
Sigarette	1	3	1	3
Liquori	1	3	1	2
Calzature	2	1-2	1	0
Saponette	2	2	1	2
Acciaio	2	1	3	3
Trattori	3	3	1	3
Pneumatici e tubi	1	2	1	2
Carne in scatola	2	2	2	0-1
Cemento	2	1	1	2
Farina	1	1-2	1	0

I punteggi più elevati indicano maggiori barriere all'entrata.
 FONTE: Bain (1956, 169).

Tabella 3.3
Barriere globali
all'entrata
secondo Bain

Industria	Barriere globali
Automobili	Molto elevate
Sigarette	Molto elevate
Liquori	Molto elevate
Saponette	Sostanziali
Acciaio	Sostanziali
Trattori	Molto elevate
Farina	Medio-basse
Cemento	Medio-basse
Carne in scatola	Medio-basse
Pneumatici	Medio-basse
Rayon	Medio-basse

Le industrie con barriere molto elevate potrebbero alzare il prezzo del 10% o più oltre i livelli concorrenziali. Barriere sostanziali e medio-basse all'entrata consentono che i prezzi superino i livelli concorrenziali del 7% e 4% rispettivamente.

Fonte: Bain (1956, 170).

Domande di ripasso

- Perché l'equilibrio di concorrenza perfetta massimizza il benessere?
- Secondo Bain (1956), quali sono le principali cause di barriere all'entrata?

Esternalità

Un mercato concorrenziale può non presentare le caratteristiche desiderabili di benessere a causa di effetti esterni.

- Esternalità negative – divergenza fra costo marginale privato e costo marginale sociale
- Esternalità positive – divergenza fra beneficio marginale privato e beneficio marginale sociale

In una logica di mercato le esternalità possono essere neutralizzate se si attribuiscono correttamente i diritti di proprietà

Domande di ripasso

- Da cosa dipendono le esternalità positive e le esternalità negative?
- Quali sono le conseguenze di un'esternalità negativa?
- Perché la produzione di conoscenza genera un'esternalità?

- Quali sono i presupposti alla base del modello di concorrenza perfetta?
- Quali sono le condizioni di massimizzazione del profitto dell'impresa che opera nel mercato di concorrenza perfetta?
- Qual è il punto di chiusura e che differenza c'è tra il punto di chiusura nel breve e nel lungo periodo?
- Quali sono le differenze tra equilibrio di breve e di lungo periodo nel mercato di concorrenza perfetta?

- Perché nell'equilibrio di lungo periodo le imprese ottengono profitti pari a zero?
- Perché l'equilibrio di concorrenza perfetta massimizza il benessere?
- Secondo Bain (1956), quali sono le principali cause di barriere all'entrata?

LA CONCORRENZA