

La capacità delle imprese di massimizzare il profitto dipende da **fattori di mercato** quali

- **Numero di concorrenti** (imprese che producono beni che i consumatori percepiscono come stretti sostituti).
- **Natura del prodotto** (omogeneo vs. differenziato).
- **Grado di libertà di entrata** (o uscita) delle imprese nel mercato.
- **Quantità dell'informazione** detenuta da imprese e consumatori.
- ...

Tali caratteristiche definiscono la **forma di mercato (livello di competizione)** in cui opera l'impresa. I mercati si collocano in un continuum tra concorrenza perfetta e monopolio

- **Concorrenza perfetta**: infinite imprese nell'azienda, massimo livello di competizione.
- **Monopolio**: una sola impresa nell'industria, minimo livello di competizione.

0.0.1 Concorrenza perfetta

Il modello di concorrenza perfetta si basa su quattro ipotesi fondamentali.

1. Esiste un **numero molto elevato di imprese** nel mercato; la singola impresa produce una quota trascurabile dell'offerta totale.
2. Tutte le imprese producono un **prodotto identico**; in altre parole, il prodotto è omogeneo (non differenziato).
3. Acquirenti e venditori hanno una **conoscenza perfetta** dei prodotti e dei prezzi.
4. Esiste **completa libertà di entrata e di uscita** da parte di nuove imprese.

Non esiste un mercato che soddisfa perfettamente le condizioni elencate sopra, ma ci sono esempi che si avvicinano: *mercato ortofrutticolo*, molti produttori, i prodotti venduti sono tutti gli stessi. Queste attività non sono particolarmente lucrative, fare profitti elevati è difficile.

La concorrenza perfetta è una **forma di mercato estrema**:

- Le imprese non hanno alcun potere di influenzare il prezzo del prodotto.
- Il prezzo a cui vendono è determinato dall'interazione della domanda e dell'offerta complessiva di mercato (si veda dopo).

In altri termini le **imprese sono price-taker**

- Se fissassero un **prezzo superiore** a quello di mercato, **non venderebbero nulla**.
- Se fissassero un **prezzo inferiore** a quello di mercato, **non avrebbero la capacità di soddisfare l'intero mercato**. Gli altri produttori continuano a vendere al loro prezzo e fanno più soldi.

Qual è la quantità q che consente all'impresa di massimizzare il profitto (= ricavi - costi)?

Curva di offerta individuale: esprime, per ogni livello di prezzo p , la quantità ottimale q di produzione del bene.

Essendo l'impresa price-taker, p non dipende dalla quantità prodotta dalla singola impresa q :

$$RT(q) = p \cdot q$$

$$RM(q) = p$$

Condizione di massimizzazione del profitto: $RM(q) = CM(q)$. Si ottiene quindi:

$$p = CM(q)$$

Condizione minima di produzione: $\pi = pq - CT(q) > 0$.

Si ottiene quindi che il prezzo deve essere superiore al costo medio affinché l'impresa sia in grado di ottenere profitti positivi.

$$p > \frac{CT(q)}{q}$$

Curva di offerta di mercato: somma delle curve di offerta di tutte le imprese nel mercato.

In un mercato in cui operano molteplici aziende produttrici, il **prezzo di equilibrio** dipende dall'**incontro tra domanda e offerta di mercato**.

- Se $p > \text{prezzo di equilibrio di mercato}$ si verifica un **eccesso di offerta**, ovvero alcuni produttori non riescono a vendere. Di conseguenza il prezzo si abbassa per vendere di più, anche ai consumatori con prezzo di riserva più basso.
- Se $p < \text{prezzo di equilibrio di mercato}$ si verifica un **eccesso di domanda**, ovvero alcuni consumatori sarebbero disposti a comprare il bene ma questo non sarebbe disponibile.

Nel lungo periodo, se le imprese già operative ottengono profitti positivi ($p > \text{costo medio}$), **nuove imprese saranno attratte nel mercato**.

- nuove imprese entrano nel mercato attratte dal profitto.
- l'offerta sale e il prezzo di equilibrio scende.
- per alcune imprese diviene $p < \text{costo medio}$.
- le imprese con costo medio $> p$ escono dal mercato.
- l'offerta scende e il prezzo sale
- ... e così via.

Equilibrio di lungo periodo: entrata e uscita cessano quando non sono più possibili profitti. Rimangono sul mercato solo le imprese più efficienti che producono al costo medio minimo. Le **imprese conseguono profitti nulli**.

Dal punto di vista dell'impresa, la concorrenza non è desiderabile.

0.0.2 Monopolio

A volte in un mercato c'è un'**unica impresa produttrice** (monopolista). Perché?

- Esistono ostacoli insormontabili (le barriere all'entrata) che impediscono ad altre imprese di entrare e competere.

Il monopolista è **price-maker**:

- A differenza della concorrenza perfetta, **fronteggia l'intera curva di domanda di mercato**.
- **Il prezzo al quale egli vende il prodotto non è indipendente dalla quantità venduta**.

Ne consegue che i ricavi totali sono dati da:

$$RT(q) = p(q) \cdot q$$

Ed il ricavo marginale è quindi:

$$RM(q) = \frac{\partial p(q)}{\partial q} \cdot q + p(q) = p(q) \cdot \left(\frac{\partial p(q)}{\partial q} \frac{q}{p(q)} + 1 \right) = p(q) \cdot \left(-\frac{1}{\varepsilon} + 1 \right)$$

Dove ε è l'elasticità della domanda al prezzo (in valore assoluto).

Si applica la **condizione di massimizzazione del profitto**: $RM(q) = CM(q)$, e si ottiene quindi

$$p(q) \left(-\frac{1}{\varepsilon} + 1 \right) = CM(q)$$

$$\frac{p(q) - CM(q)}{p(q)} = \frac{1}{\varepsilon}$$

Il monopolista fissa un prezzo al di sopra dei costi marginali (si dice che ha **potere di mercato**). Il potere di mercato è tanto maggiore quanto meno la domanda risponde alle variazioni di prezzo.