

ES.5

Scelte dell'impresa in
concorrenza perfetta

Concorrenza perfetta: prezzo, ricavo totale, ricavo medio e marginale

q	p	RT	RME	Rma
1	5	5	5	
2	5	10	5	5
3	5	15	5	5
4	5	20	5	5
5	5	25	5	5
6	5	30	5	5
7	5	35	5	5

In concorrenza perfetta il prezzo per l'impresa è dato: qualunque quantità l'impresa venda, il prezzo rimarrà invariato. Il ricavo totale è ottenuto moltiplicando prezzo per quantità venduta: $RT = p \times q$

Il ricavo medio è dato da ricavo totale diviso la quantità:

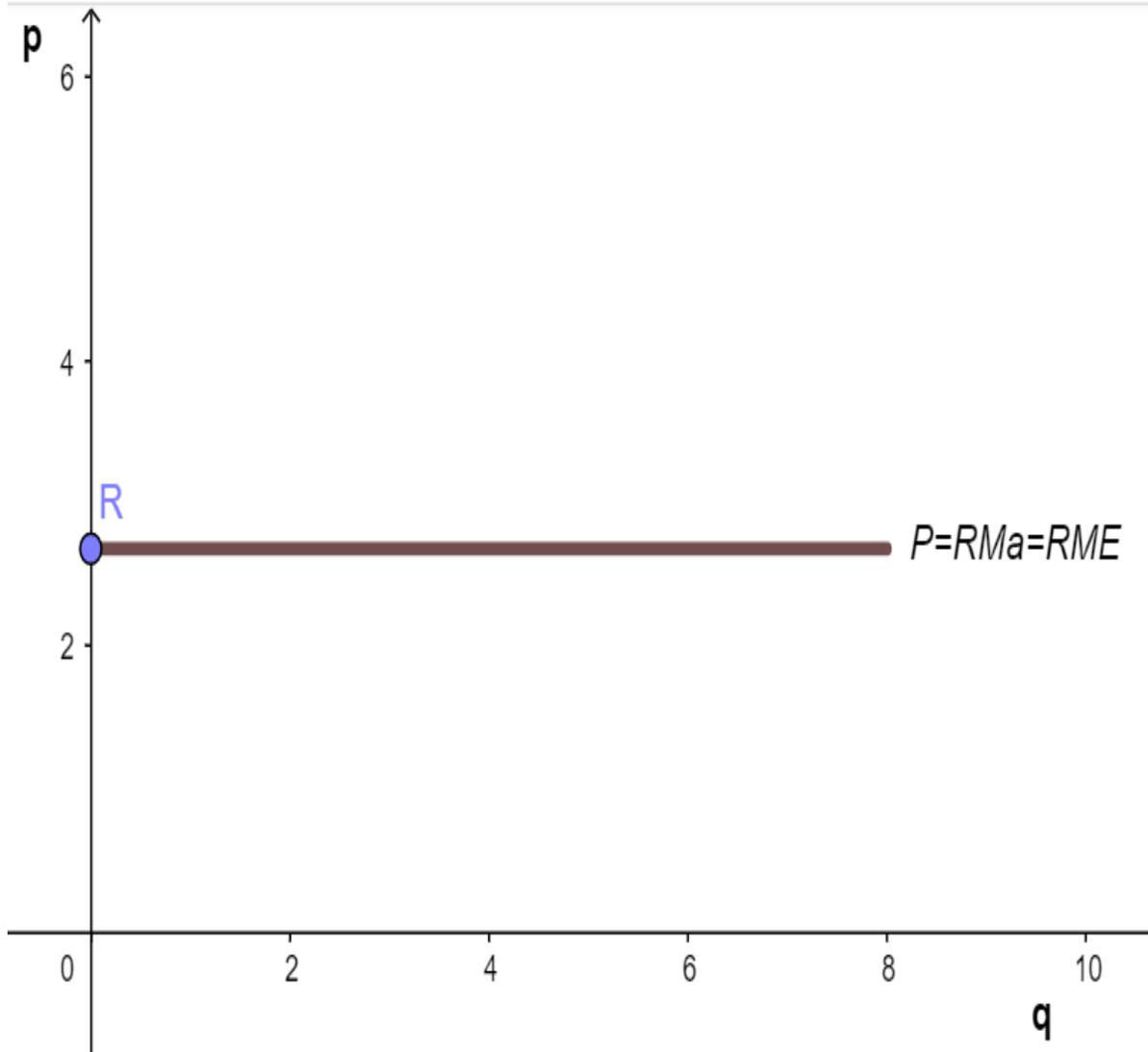
$$RME = \frac{p \times q}{q} = p$$

Il ricavo marginale è dato dalla variazione del ricavo totale in seguito ad una (piccola) variazione della quantità: $\frac{\Delta RT}{\Delta q}$

Per esempio, nel nostro caso, se passiamo dalla q.1 alla q. 2 abbiamo: $\Delta RT=(10-5)$, $\Delta q= (2-1)$, e

$$\frac{\Delta RT}{\Delta q} = 5 = p$$

ES. 5 D.7

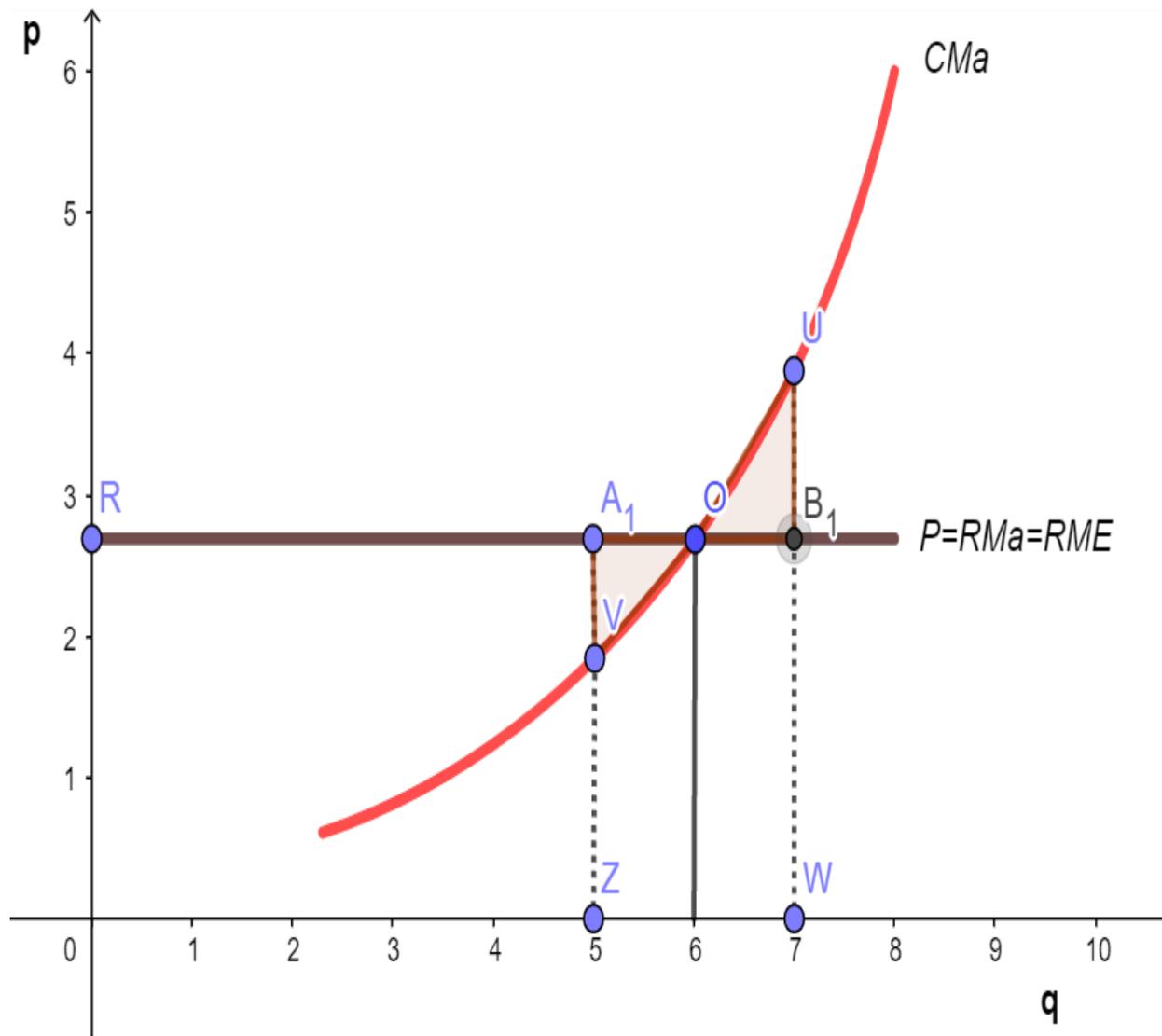


Per l'impresa in concorrenza perfetta:

La curva di domanda è perfettamente elastica

L'impresa concorrenziale è *price taker*: deve considerare il prezzo come un dato, che non può influenzare con la sua quantità prodotta. Infatti per definizione, questa è troppo piccola rispetto al mercato di riferimento per poter influire su prezzo di mercato. Quindi è come se il produttore vedesse solo un punto della curva di domanda: il punto del prezzo di mercato corrente. Se provasse a vendere il prodotto ad un prezzo superiore, i consumatori si rivolgerebbero alla concorrenza, e la quantità da lui venduta sarebbe pari a zero. In altre parole, l'impresa in concorrenza perfetta fronteggia una domanda perfettamente elastica.

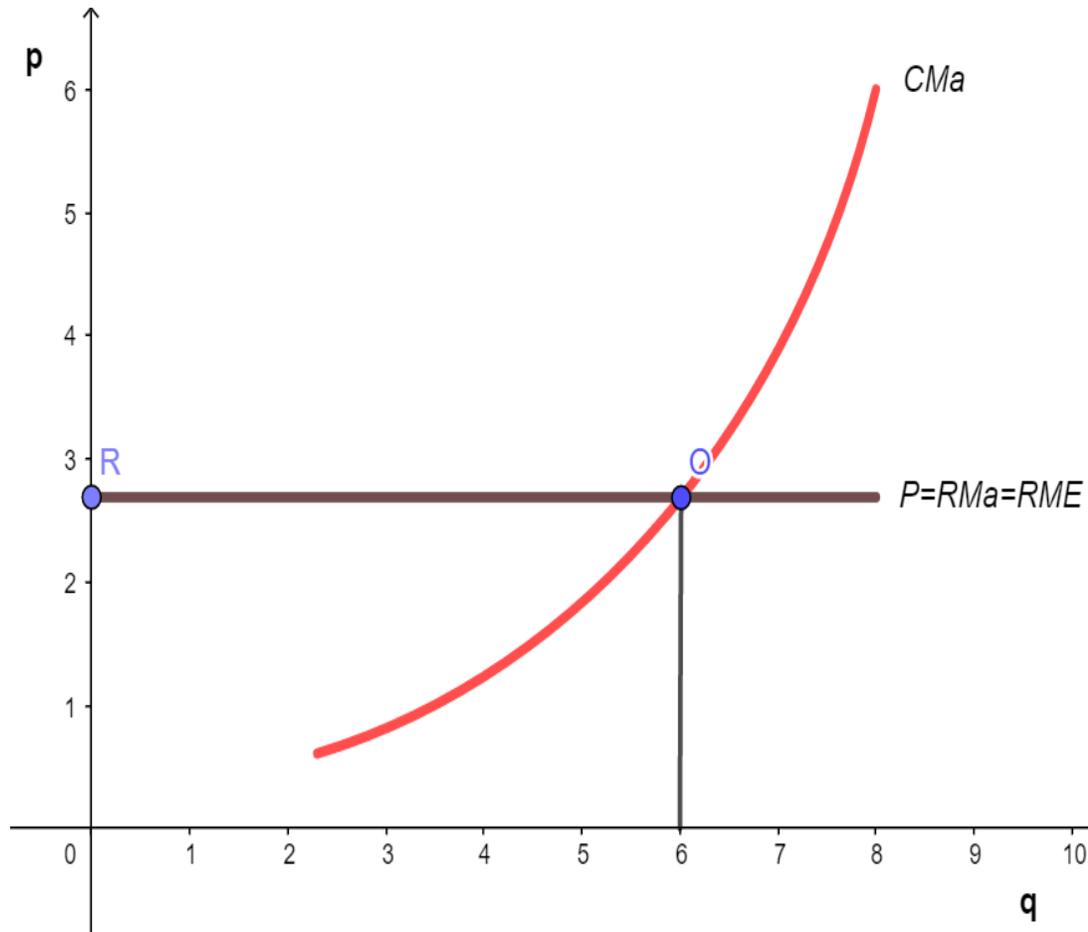
ES. 5 D.3



Per un'impresa che opera in regime di concorrenza: **il profitto è massimo quando $RMa = CMa$**

Nel grafico osserviamo che il costo marginale incrocia la curva del prezzo (ovvero il Ricavo marginale dell'impresa concorrenziale) nel punto O. In questo punto l'impresa ottiene il massimo profitto possibile: infatti se producesse una quantità inferiore potrebbe vendere una unità in più ed ottenere un ricavo superiore ai costi di produzione di quell'unità (area A₁OV); se invece producesse un'unità in più avrebbe un costo di produzione superiore al ricavo (area OB₁U)

ES. 5 D.1



In un mercato perfettamente concorrenziale, nel breve periodo:

- il ricavo medio è uguale al rapporto tra ricavo marginale e variazione della quantità prodotta
- il profitto è sempre nullo
- il ricavo marginale varia al variare della quantità venduta
- il ricavo totale è uguale al ricavo marginale moltiplicato per la quantità prodotta**

Infatti il ricavo totale è dato da prezzo \times quantità. In concorrenza perfetta il prezzo è uguale al ricavo marginale (ed al ricavo medio), e **non** varia al variare della quantità prodotta dall'impresa (il prezzo per l'impresa è un dato fisso). Il ricavo medio è dato da ricavo totale / quantità:

- **Ricavo totale:** prezzo di vendita per quantità venduta.

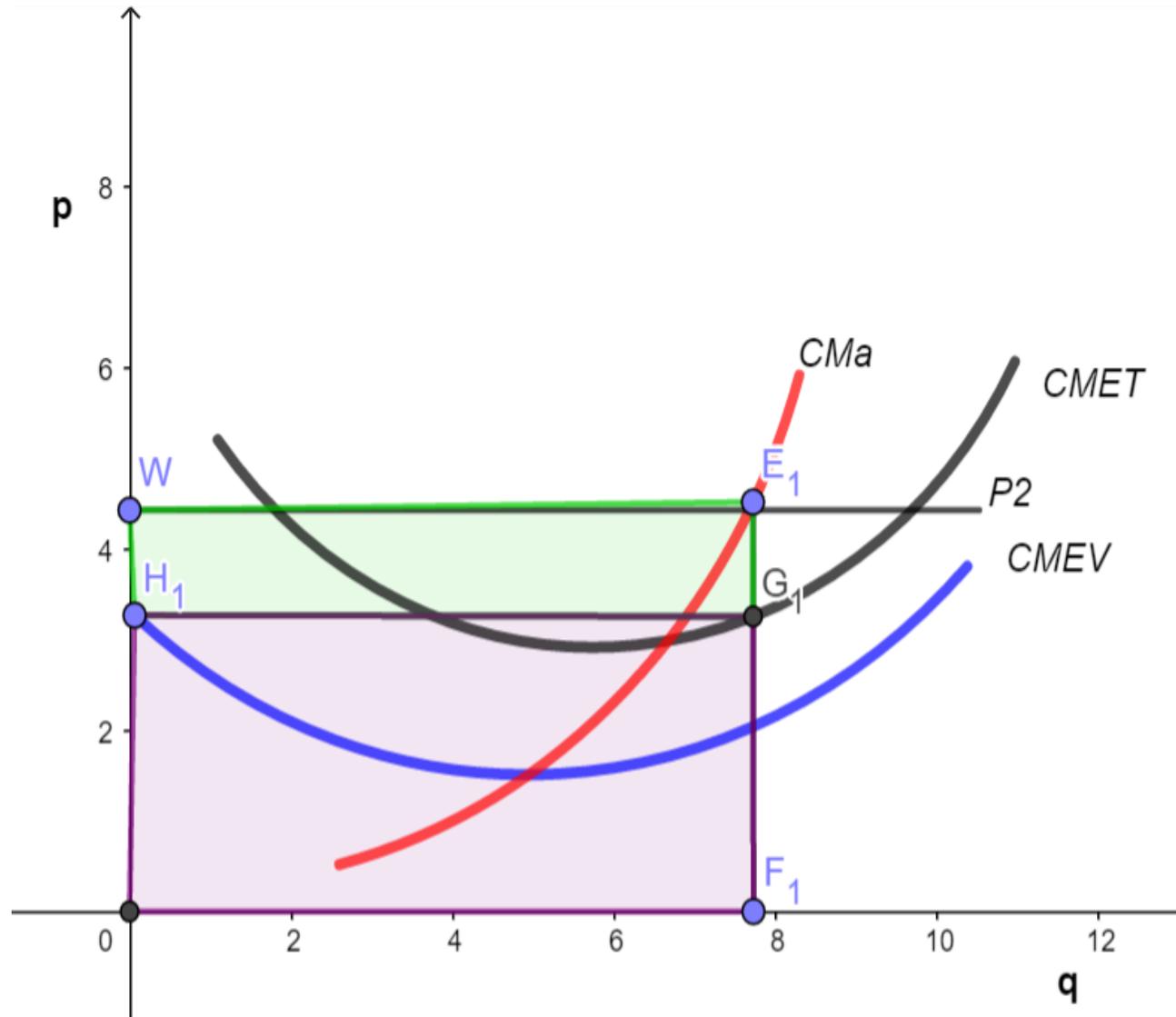
$$RT = (p \times q)$$

- **Ricavo medio:** Ricavo totale diviso per la quantità.

$$RME = (p \times q) / q = p$$

Quindi il ricavo medio è uguale al ricavo marginale

ES. 5 D.5



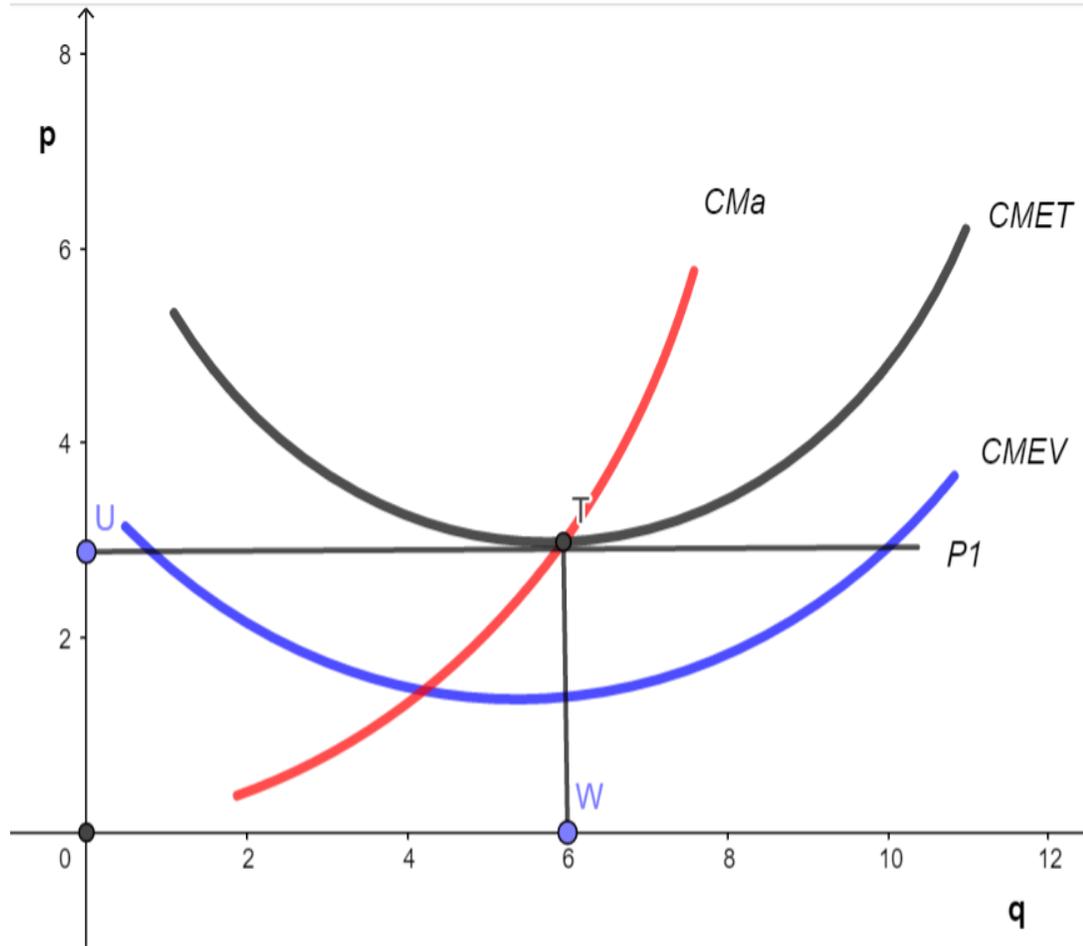
Per un'impresa che opera in regime di concorrenza, il profitto è rappresentato da: **l'area del rettangolo di base q e altezza (p - CMET)**

Il grafico mostra una situazione in cui l'impresa ottiene un (extra) profitto: al prezzo p_2 la quantità prodotta dall'impresa è F_1 , individuata dal punto di intersezione E_1 tra curva del costo marginale e curva del ricavo marginale (prezzo). Il ricavo totale è dato da prezzo per quantità: rettangolo $0WE_1F_1$.

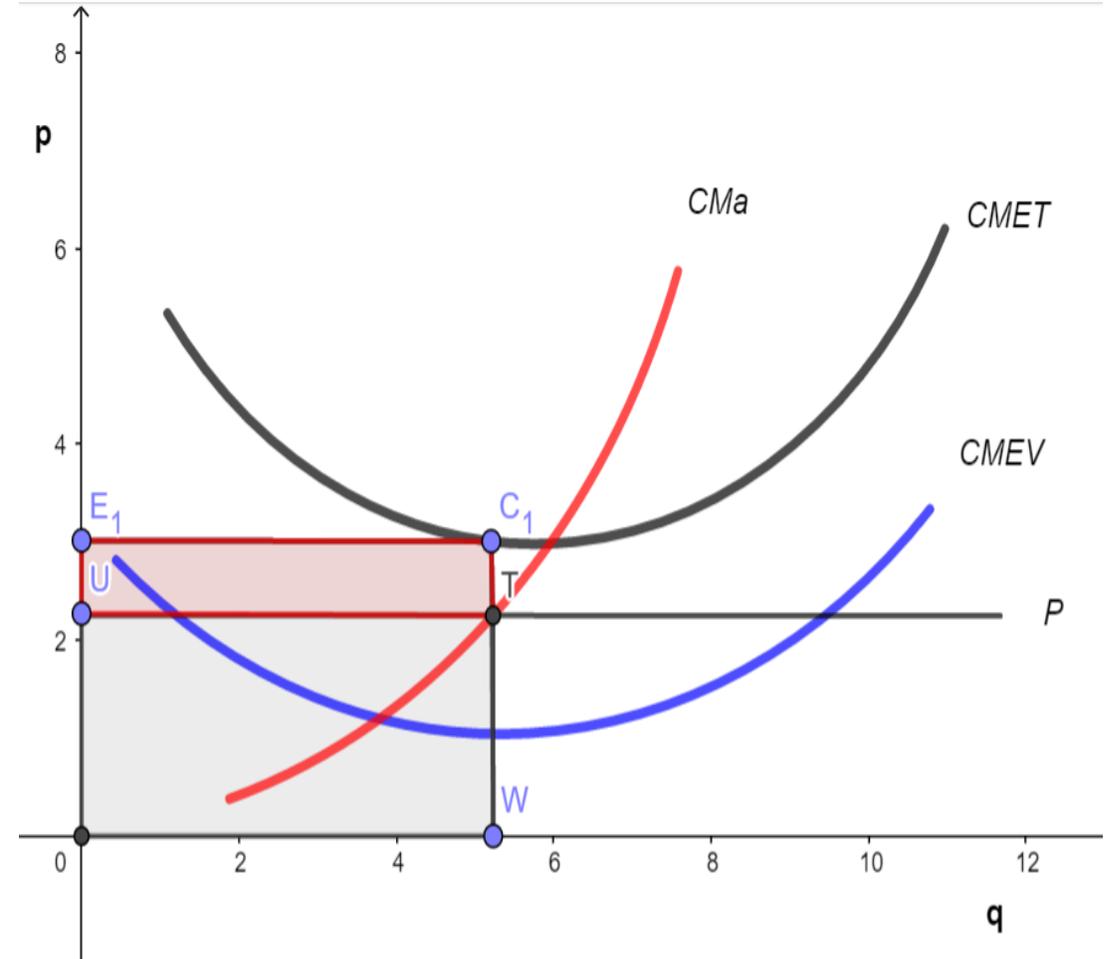
I costi totali sono rappresentati dal rettangolo $0H_1G_1F_1$

I profitti sono rappresentati dal rettangolo $H_1WE_1G_1$

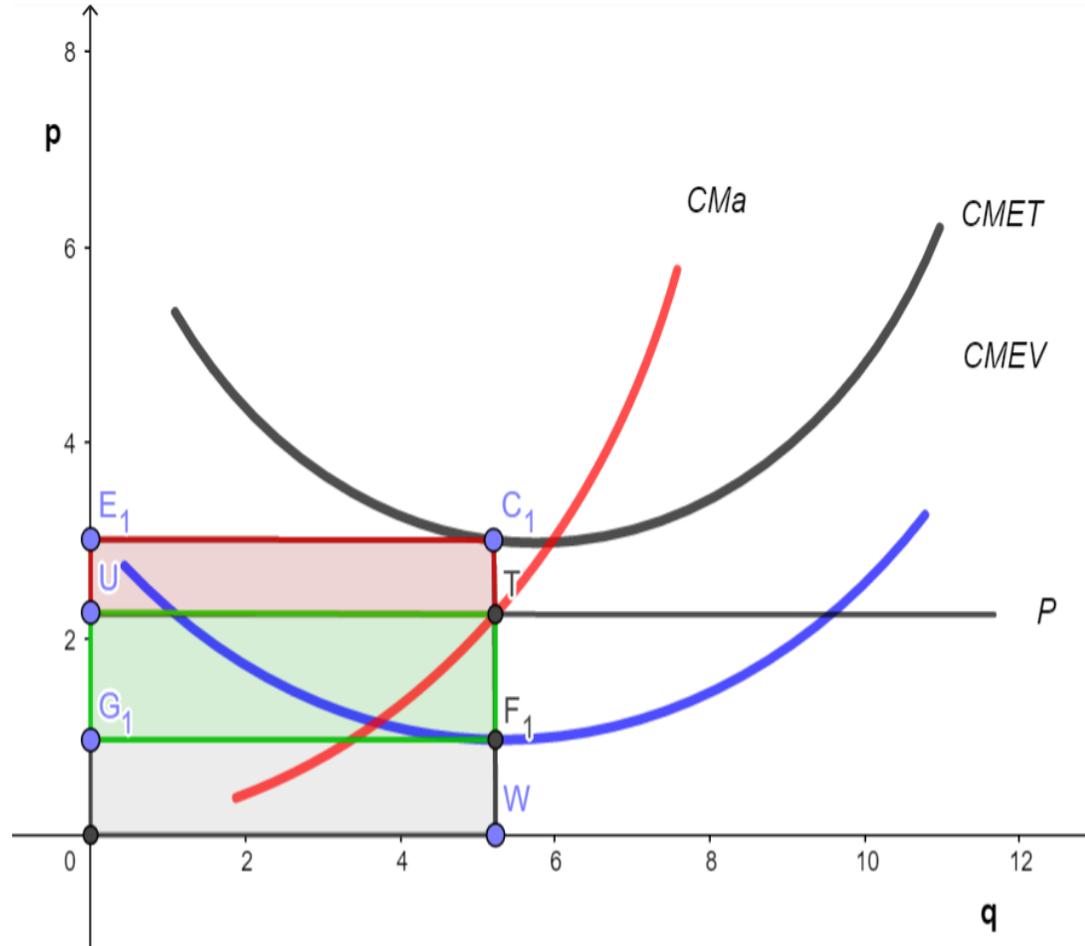
Profitti nulli
Ricavi totali $0UTW$ - Costi totali $0UTW$



Profitti negativi (perdite)
Ricavi totali $0UTW$ - Costi totali $0E_1C_1W$

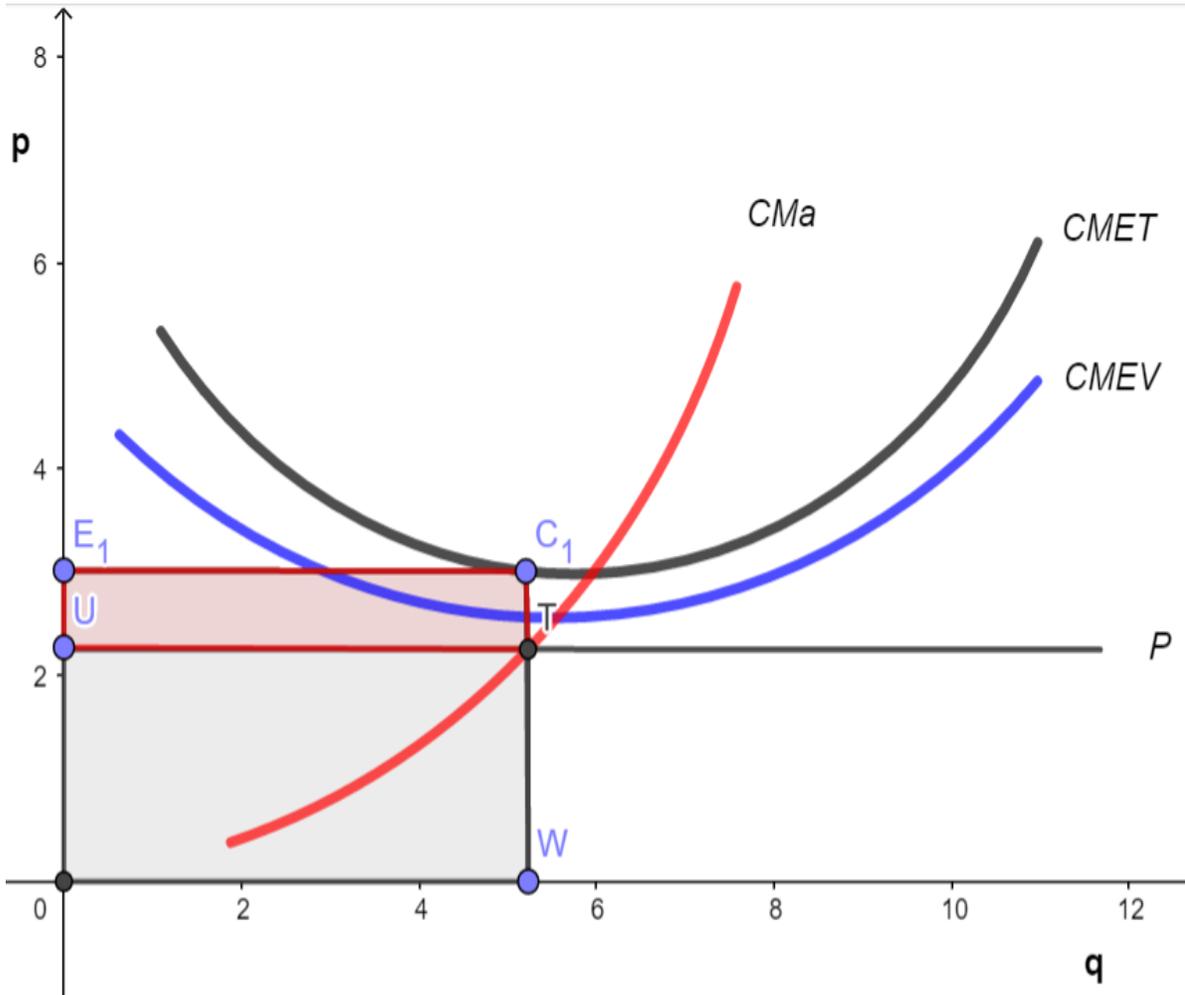


Profitti negativi (perdite) di breve periodo



In questo caso l'impresa produce ad un prezzo inferiore ai costi medi totali, ma superiore ai costi medi variabili. All'impresa conviene produrre? Sì, perché il prezzo è superiore ai costi di produzione, e garantisce un'entrata (G_1UTF_1) che permette di coprire almeno in parte i costi fissi ($G_1E_1C_1F_1$)

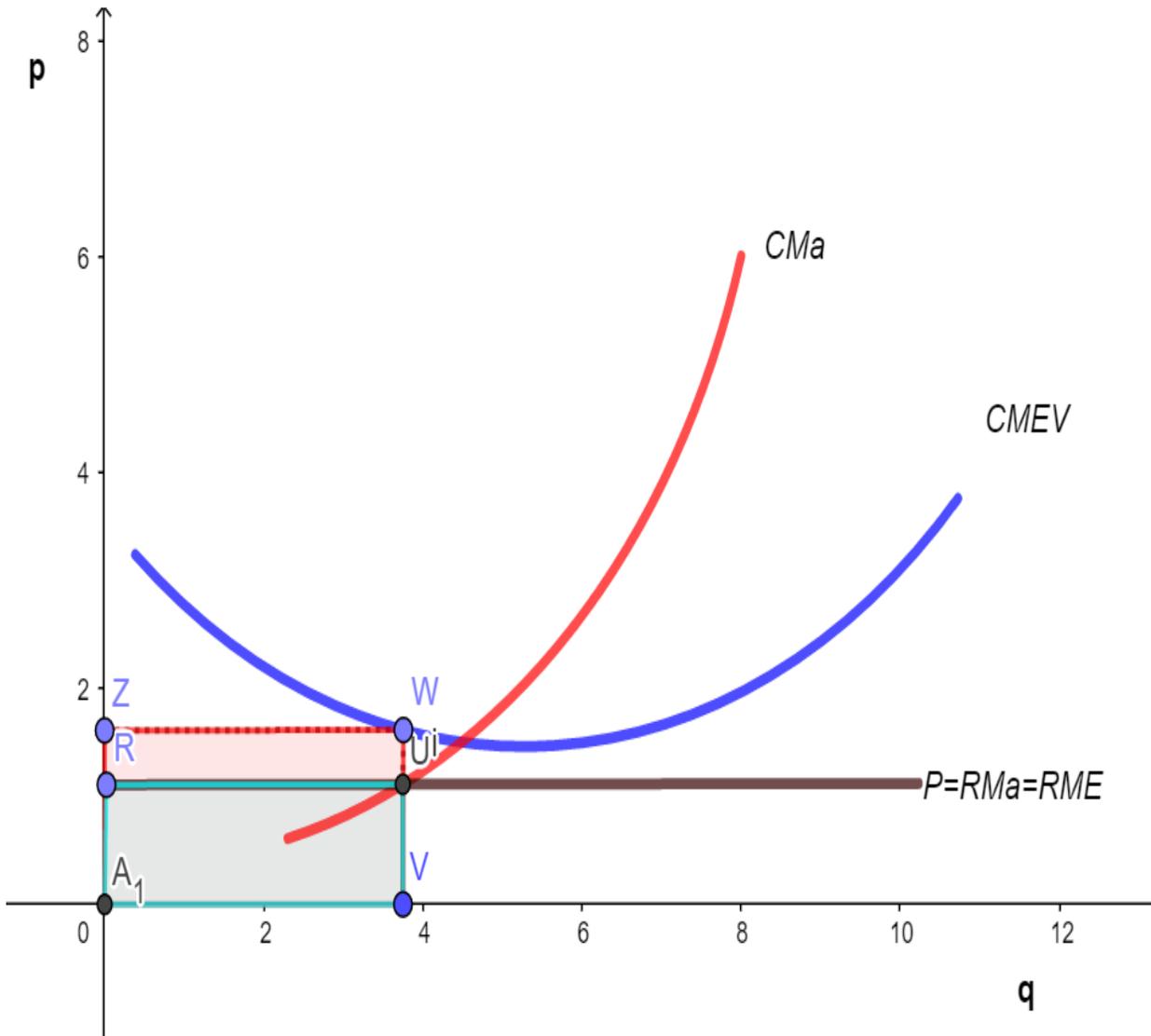
ES. 5 D.6



Nel breve periodo l'impresa sospenderà la produzione se **Il prezzo è inferiore ai costi medi variabili**

In questo caso il prezzo non copre i costi di produzione, e se l'impresa produce, oltre alle perdite date dai costi fissi subirà ulteriori perdite date dai costi di produzione.

ES. 5 D.4

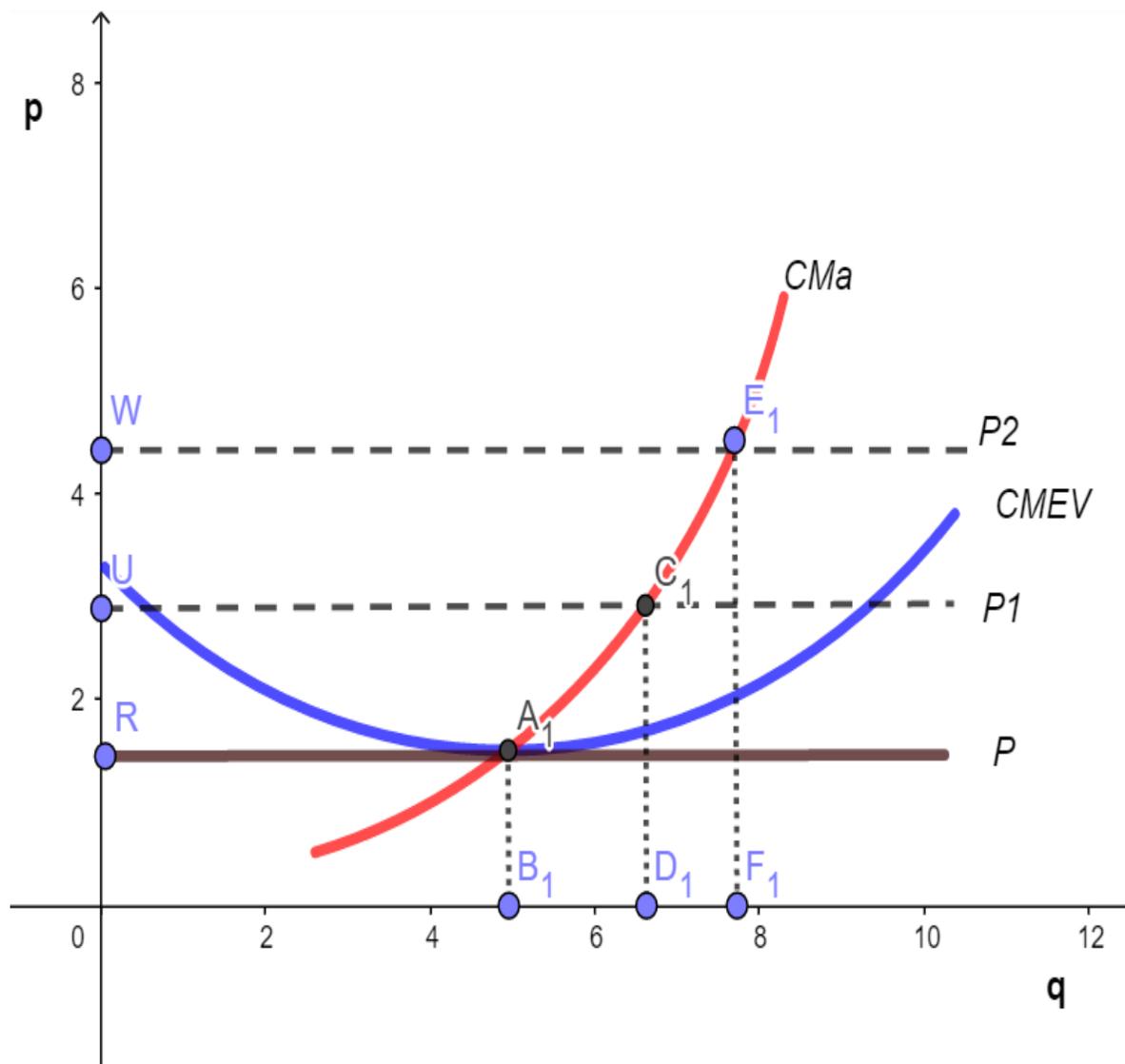


Se un'impresa che opera in regime di concorrenza sta producendo ad un livello di produzione per cui il prezzo è minore del costo medio variabile per l'impresa sarebbe conveniente:

sospendere temporaneamente la produzione

Nel grafico osserviamo che se l'impresa producesse avrebbe delle perdite di produzione pari all'area RZWU (rettangolo in rosso): i costi di produzione (variabili) sono 0ZWW, mentre i ricavi sono 0RUV (rettangolo verde).

ES. 5 D.2



Nel breve periodo la curva di offerta di un'impresa in un mercato di concorrenza perfetta è **la porzione di curva di costo marginale che giace al di sopra della curva di costo medio variabile**

Se il prezzo è inferiore al CMEV l'impresa, se produce, non riesce a coprire neanche i suoi costi di produzione, oltre che i costi fissi: quindi è meglio sospendere la produzione, perché non farebbe altro che aggravare le sue perdite. A partire da un livello di prezzo pari ai CMEV, e poi per livelli superiori di prezzo, l'impresa riuscirà a coprire i costi di produzione e anzi, per livelli superiori, riesce ad ottenere delle entrate che permetteranno di coprire i costi fissi, in tutto o in parte. Quindi all'impresa converrà produrre a partire da un livello di prezzo appena superiore al CMEV. Dato che se decide di produrre produrrà esattamente la quantità per cui il prezzo è uguale al CMA, e tutti i punti della curva del costo marginale possono essere incrociati da una linea del prezzo, la curva del CMA al di sopra della curva dei CMEV indica le quantità offerte ad ogni dato livello di prezzo: ovvero è la curva di offerta dell'impresa (nel breve periodo)