



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Equilibrio ed Efficienza

Noemi Pace

npace@unite.it

Cosa rende concorrenziale un mercato?

- Consumatori e produttori non hanno alcun potere sui prezzi
- 3 caratteristiche fondamentali:
 - Assenza di costi di transazione
 - *Prodotti omogenei*: i prodotti sono identici agli occhi dei consumatori
 - Presenza di un gran numero di venditori, ognuno dei quali detiene una quota ridotta del mercato
- I consumatori possono avere diverse opzioni e sono liberi di acquistare presso le imprese che praticano i prezzi più convenienti
- Ogni impresa prende il prezzo di mercato come dato e si preoccupa della quantità da vendere per quel dato prezzo
- Nella realtà, pochi mercati risultano perfettamente concorrenziali

Domanda e offerta

- **La *Domanda di mercato* di un prodotto è la somma delle quantità domandate individualmente da tutti i consumatori**
 - Graficamente, è la somma orizzontale delle curve di domanda individuali
 - Per semplicità, assumiamo che la domanda provenga unicamente dai consumatori e l'offerta venga esclusivamente dalle imprese
- **L'*offerta di mercato* di un prodotto è la somma di tutte le quantità offerte dai singoli produttori**
 - Graficamente corrisponde alla somma orizzontale delle curve di offerta individuali
 - Tale procedura è molto simile a quella che si segue per costruire le curve di domanda di mercato

Domanda e offerta

- Esempio: mercato dei coni gelato
- Due consumatori:

$$Q^d_{\text{Gianni}} = 10 - 4P \quad (\text{Gianni domanda quantità positive solo se } P < 2.5)$$

$$Q^d_{\text{Emilia}} = 6 - 2P \quad (\text{Emilia domanda quantità positive solo se } P < 3)$$

Per prezzi superiori a 3, non ci sarà domanda di coni gelato; per prezzi compresi tra 2.5 e 3 solo Emilia domanderà quantità positive, per prezzi inferiori a 2.5 entrambi i consumatori domanderanno quantità positive.

$$Q^d = 0 \quad \text{se } P > 3$$

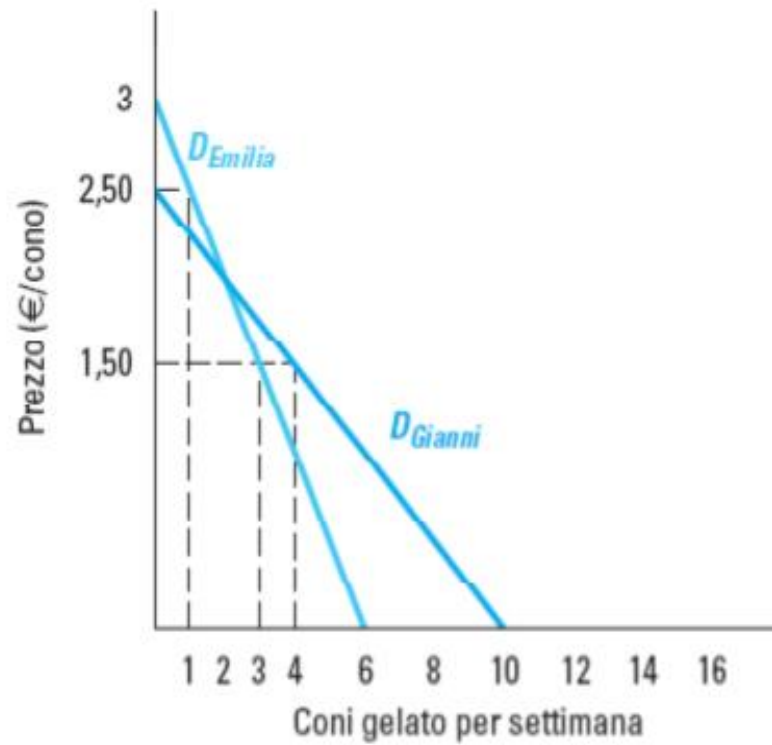
$$Q^d = 6 - 2P \quad \text{se } 2.5 < P \leq 3$$

$$Q^d = 16 - 6P \quad \text{se } P \leq 2.5$$

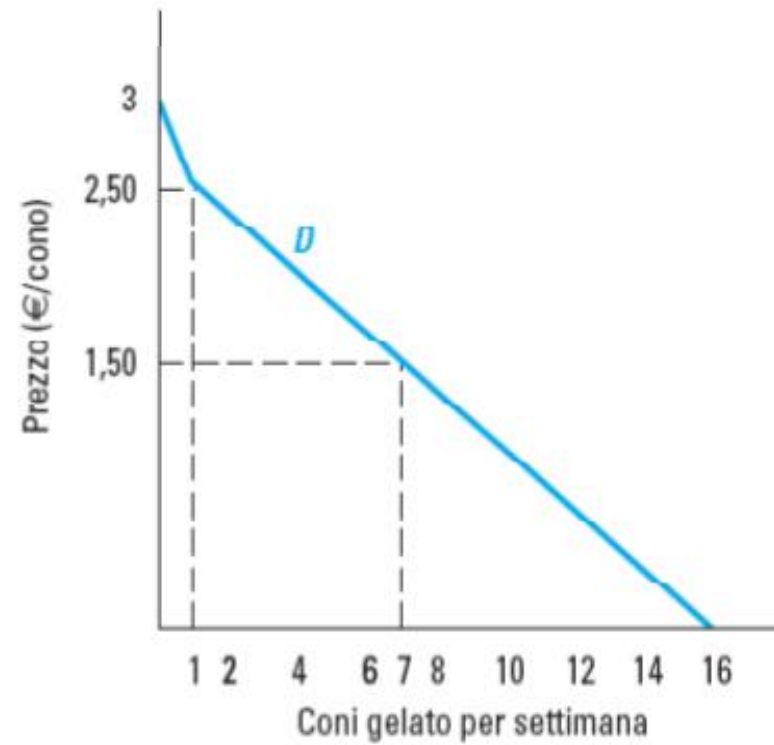
(somma orizzontale delle domande individuali dei due consumatori)

Domanda di mercato

(a) Domanda individuale



(b) Domanda di mercato



Domanda e offerta

- Esempio: mercato dei coni gelato
- Due produttori:

$$Q^s_{\text{Anna}} = 8P - 8 \quad (\text{Anna offre quantità positive solo se } P > 1)$$

$$Q^s_{\text{Roberto}} = 3P - 1.5 \quad (\text{Roberto offre quantità positive solo se } P > 0.5)$$

Per prezzi inferiori a 0.5, non ci sarà offerta di coni gelato;
per prezzi compresi tra 0.5 e 1 solo Roberto offrirà
quantità positive, per prezzi superiori a 1 entrambi i
produttori offriranno quantità positive.

$$Q^s = 0 \quad \text{se } P < 0.5$$

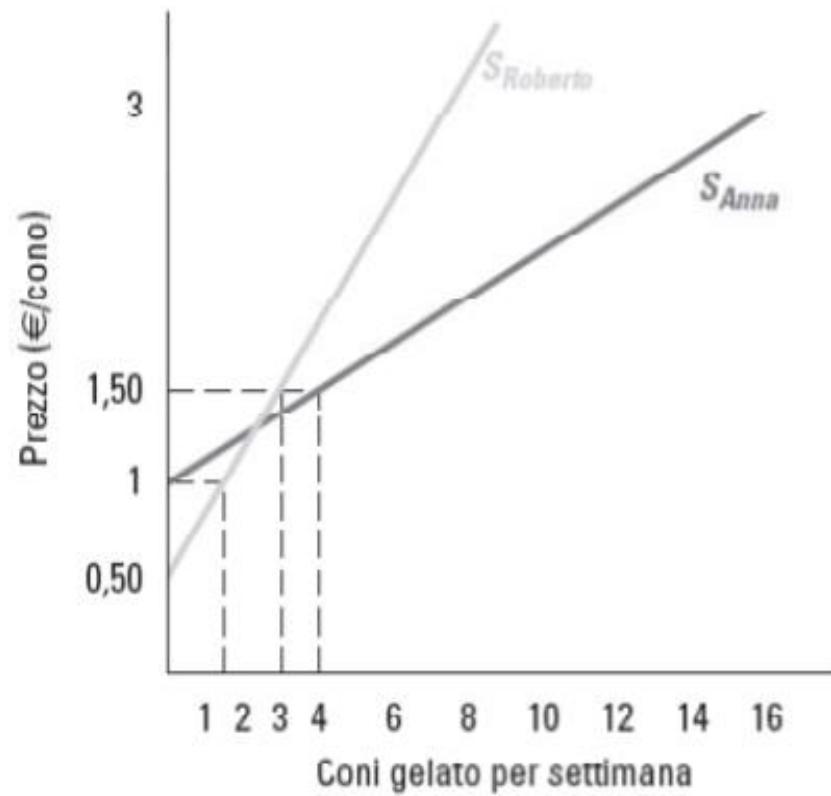
$$Q^s = 3P - 1.5 \quad \text{se } 0.5 \leq P < 1$$

$$Q^s = 11P - 9.5 \quad \text{se } P \geq 1$$

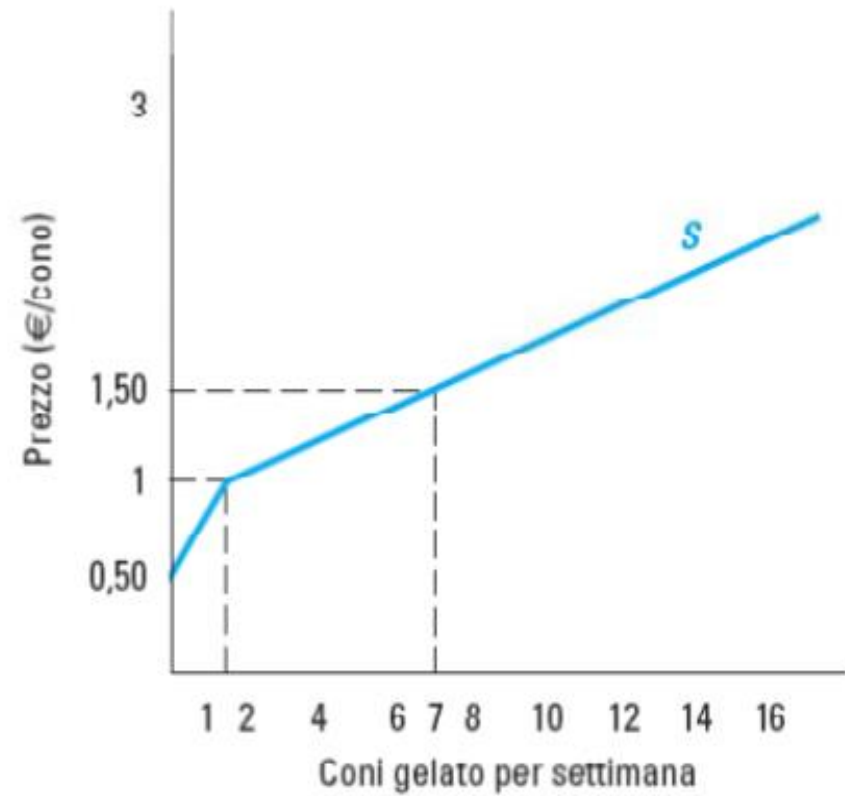
(somma orizzontale delle offerte individuali dei due produttori)

Offerta di mercato

(a) Offerta individuale

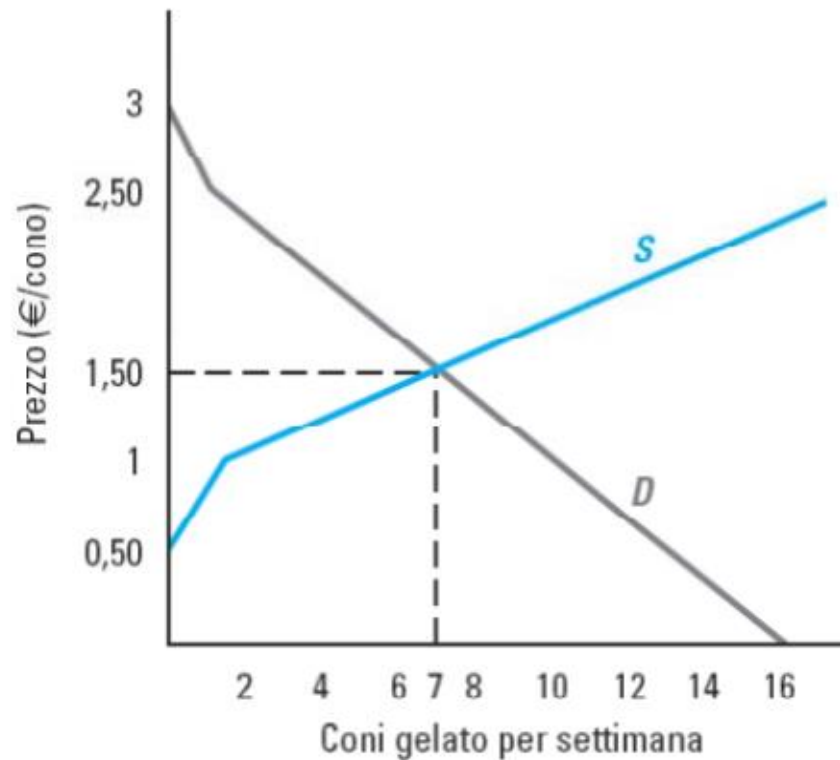


(b) Offerta di mercato



L'equilibrio di mercato nel breve periodo

In corrispondenza del prezzo di equilibrio, $Q_s = Q_d$



$$Q_s = 11P - 9.5$$

$$Q_d = 16 - 6P$$

$$Q_s = Q_d$$

$$11P - 9.5 = 16 - 6P$$

$$11P + 6P = 16 + 9.5$$

$$17P = 25.5$$

$$P = 25.5 / 17$$

$$P^* = 1.5$$

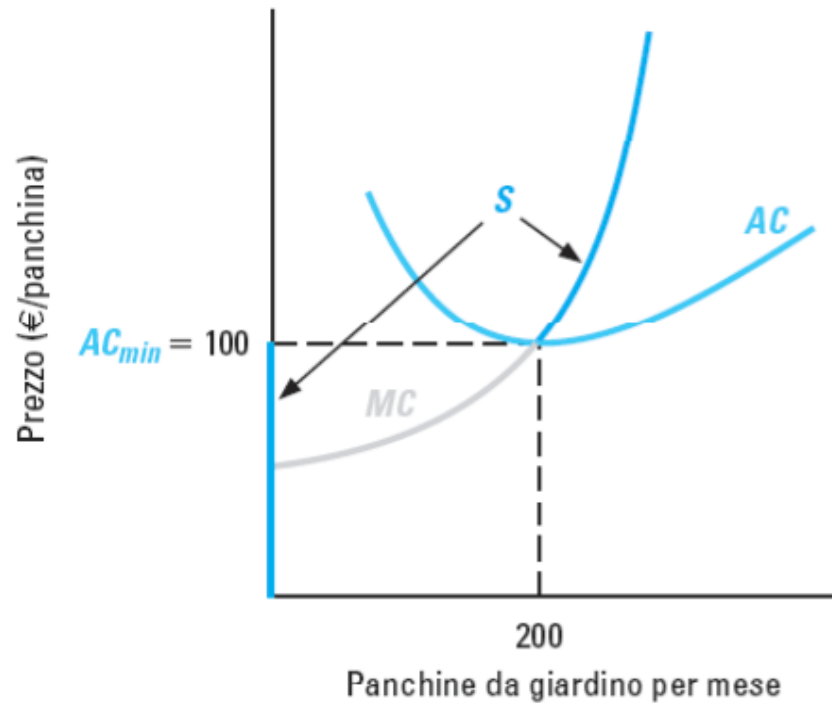
$$Q^* = 7$$

Offerta di mercato di breve e di lungo periodo

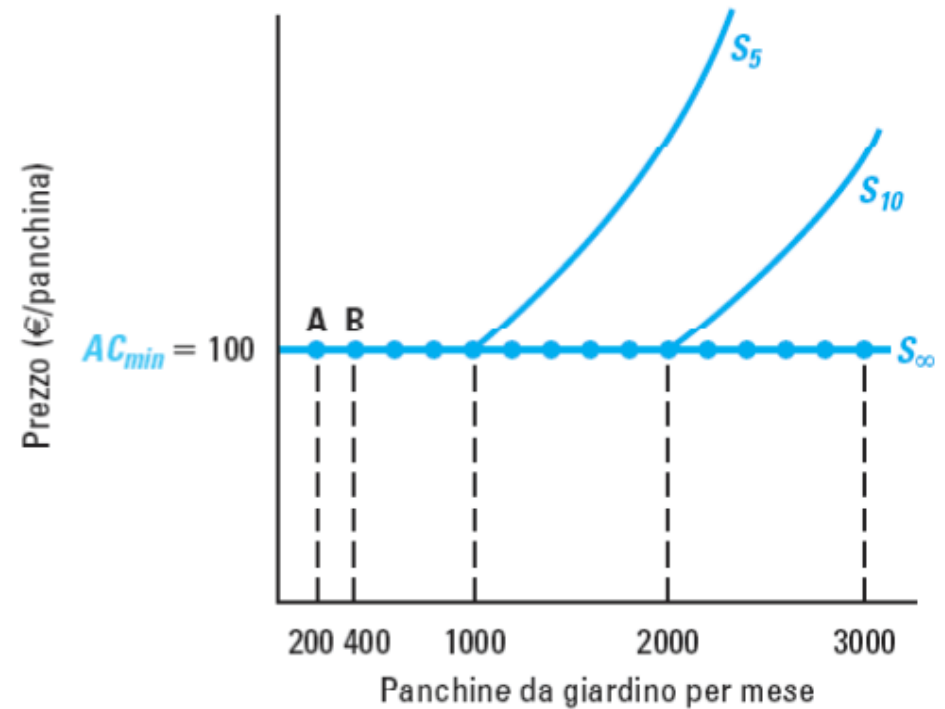
- Le curve di offerta di mercato di breve e di lungo periodo possono differire per due diverse ragioni:
 - Le curve di offerta individuali dell'impresa possono essere diverse fra breve e lungo periodo
 - Nel tempo, cambia il numero delle imprese in grado di operare sul mercato
- La curva di offerta di lungo periodo si trova facendo la somma delle curve di offerta di tutti i potenziali produttori
- La **libertà di entrata** in un mercato implica che tutti coloro che vogliono avviare la produzione di quel bene hanno accesso alla stessa tecnologia e l'ingresso sul mercato avviene senza restrizioni; il numero delle imprese potenziali è quindi illimitato
- La curva di offerta di mercato di lungo periodo è una retta orizzontale in corrispondenza di AC_{\min}

L'offerta di lungo periodo

(a) Offerta individuale

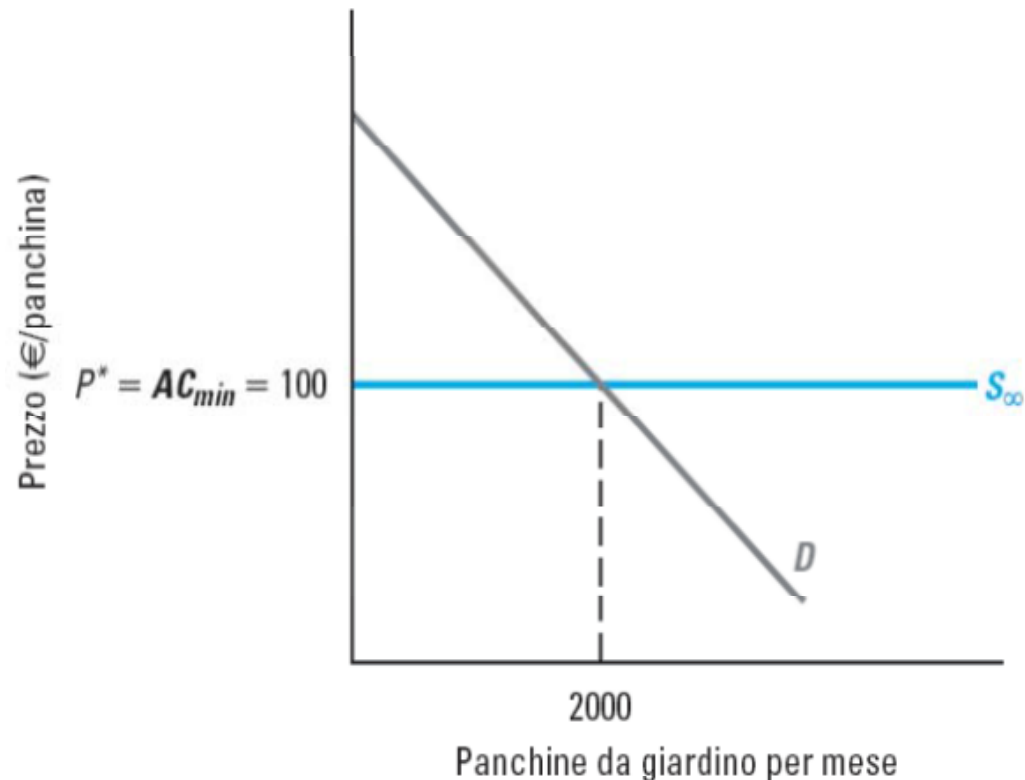


(b) Offerta di mercato



L'equilibrio concorrenziale di lungo periodo

- Il prezzo di equilibrio deve risultare uguale a AC_{min}
- Le imprese registrano profitti nulli
- Le imprese attive sul mercato devono produrre secondo la loro scala di produzione efficiente



L'equilibrio concorrenziale di lungo periodo

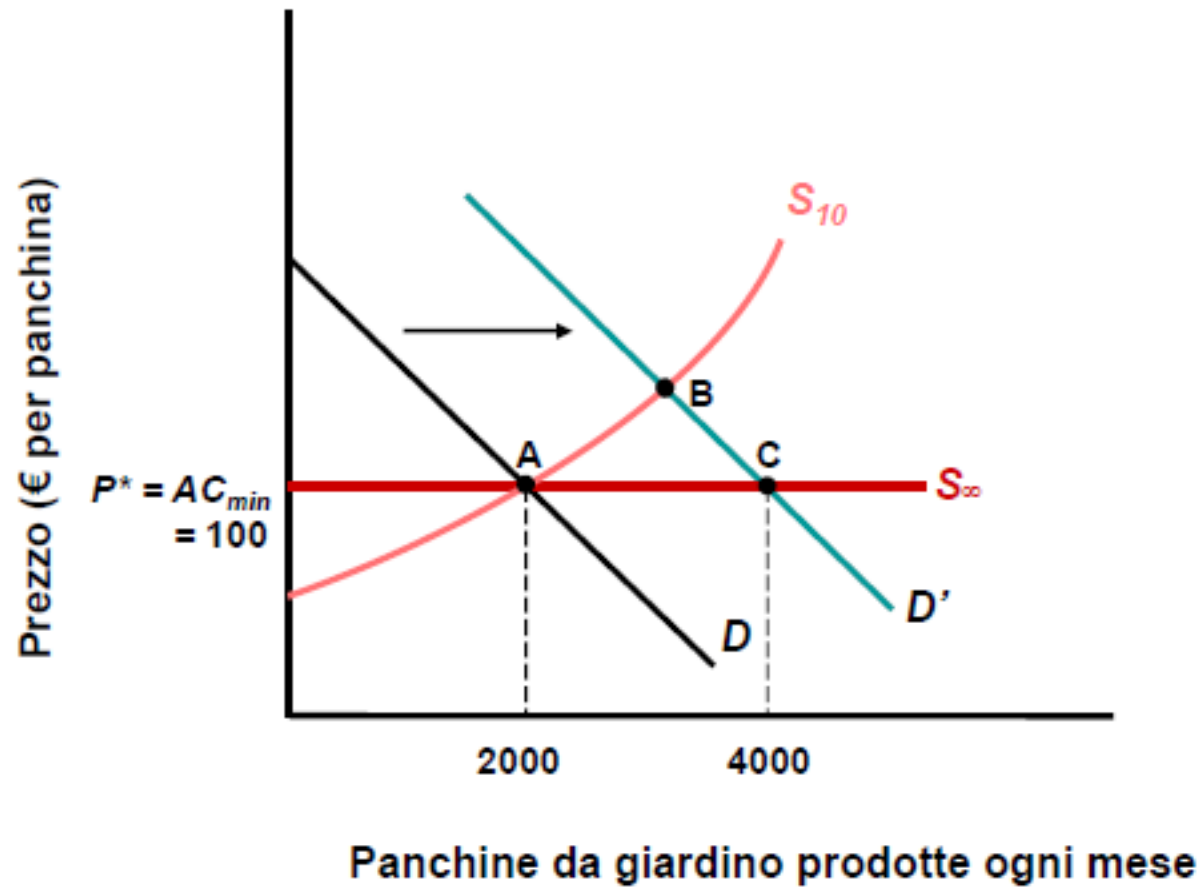
- Proprietà dell'equilibrio concorrenziale di lungo periodo con libertà di entrata:
 1. Il prezzo di equilibrio deve essere uguale a AC_{\min}
 2. Le imprese ottengono profitti nulli
 3. Le imprese attive producono in corrispondenza della scala efficiente di produzione.

Un'impresa che ottiene un profitto economico nullo non è comunque un'impresa in difficoltà. Ricordiamo che i costi economici includono i costi opportunità. Se l'impresa ottiene un profitto economico nullo, il proprietario è comunque compensato pienamente del suo costo opportunità.

Le risposte ai cambiamenti della domanda

- Le risposte di breve periodo (quando il numero delle imprese è fisso) differiscono da quelle di lungo periodo (quando c'è libertà di ingresso)
- Partiamo da una situazione di equilibrio di lungo periodo e supponiamo che la curva di domanda si sposti
- Nel breve periodo, il nuovo equilibrio viene raggiunto attraverso un movimento lungo la curva di offerta di breve periodo
 - I prezzi aumentano
- Nel lungo periodo, nuove imprese entrano sul mercato
 - Il nuovo equilibrio ripristina il livello dei prezzi originario, anche se la quantità è ora maggiore

Risposte ad un incremento della domanda

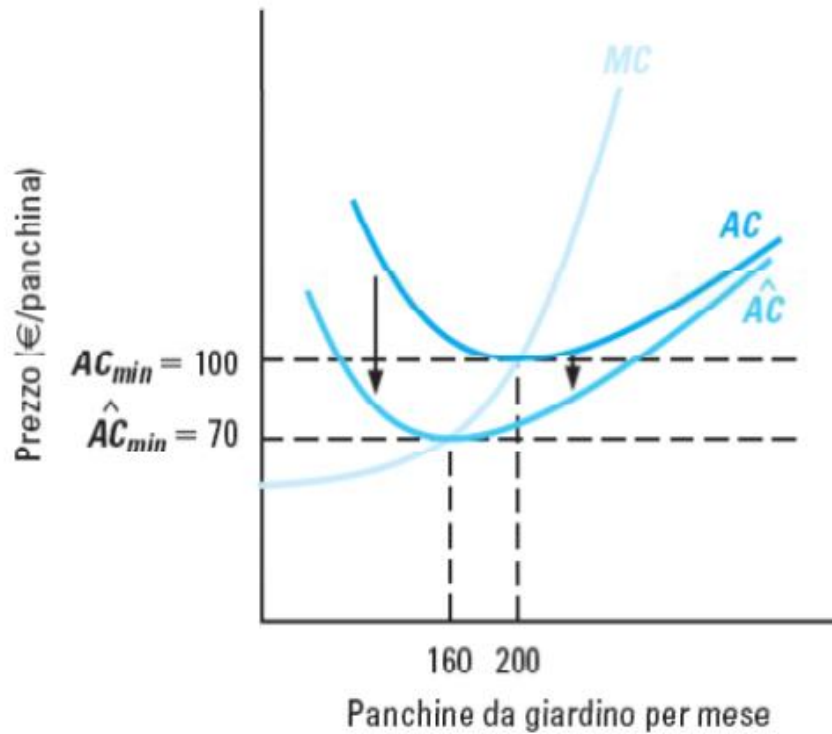


Effetti della variazione dei costi fissi

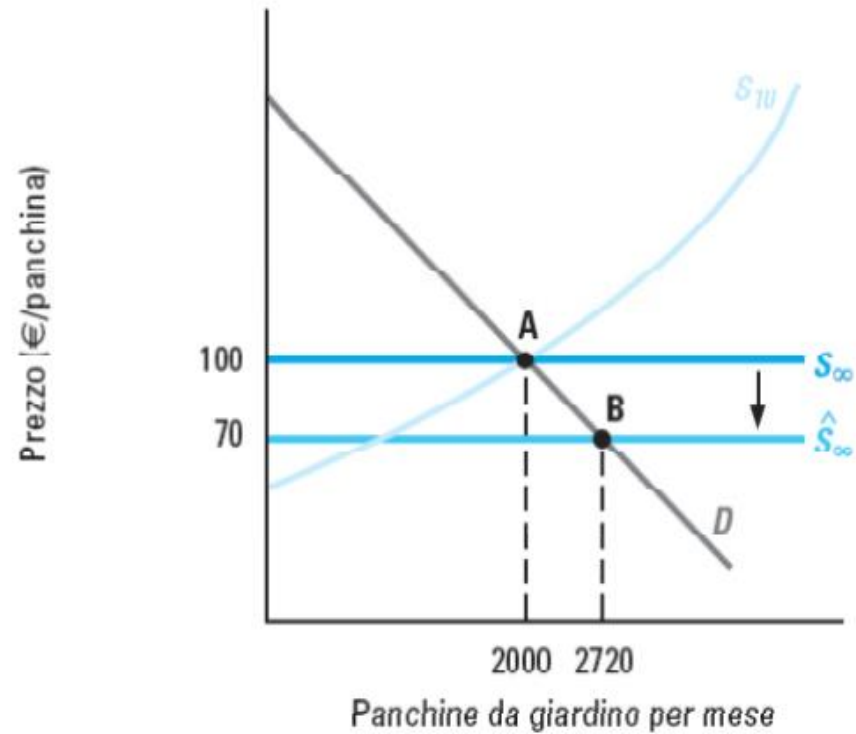
- Partiamo da un equilibrio di lungo periodo
- Consideriamo il caso in cui i costi fissi si riducono, mentre i costi variabili rimangono invariati
- Nel breve periodo:
 - La curva del costo medio si sposta verso il basso: si riduce quindi il costo medio minimo e, di conseguenza, la scala minima di produzione efficiente
 - Poichè il costo marginale non è cambiato e il numero delle imprese è fisso, il punto di equilibrio non si sposta
 - Le imprese attive registrano profitti positivi
- Nel lungo periodo:
 - Le imprese entrano sul mercato
 - Il punto di equilibrio cambia: il prezzo si riduce e la quantità aumenta

Risposta in caso di riduzione dei costi

(a) Variazione del costo medio



(b) Variazione dell'equilibrio di mercato



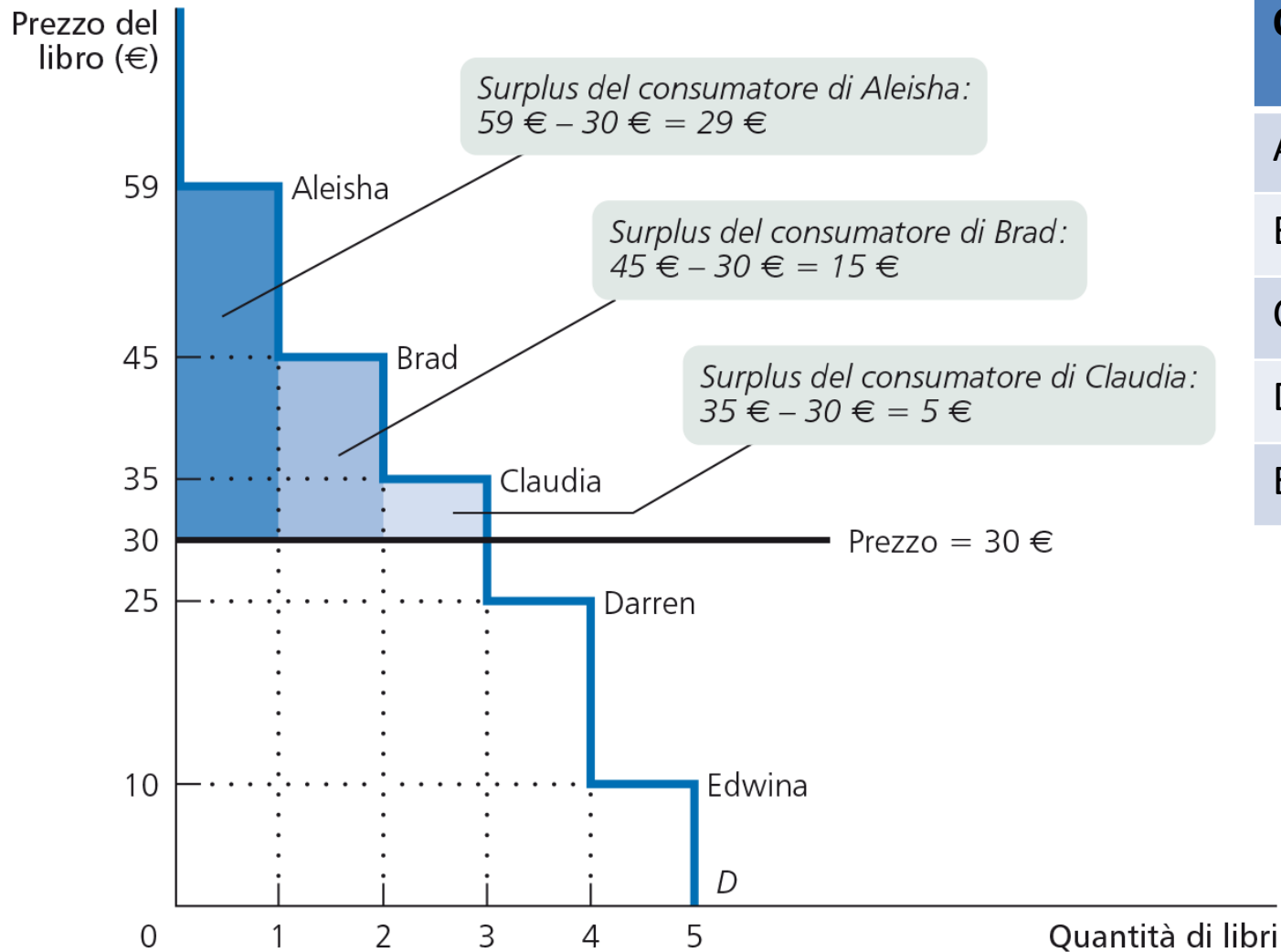
Massimizzare il surplus aggregato

- Nel suo celebre libro “La ricchezza delle nazioni” (1776) Adam Smith introduce l’idea della “mano invisibile” del mercato
- La ricerca del proprio interesse individuale porta all’efficienza economica
- Non c’è modo di incrementare il surplus aggregato all’interno di un mercato perfettamente concorrenziale, introducendo modificazioni:
 - Nelle persone che consumano il bene
 - Nelle imprese che producono il bene
 - Nelle quantità in cui il bene è prodotto e scambiato
- I mercati perfettamente concorrenziali massimizzano quindi il surplus aggregato

SURPLUS DEL CONSUMATORE E CURVA DI DOMANDA

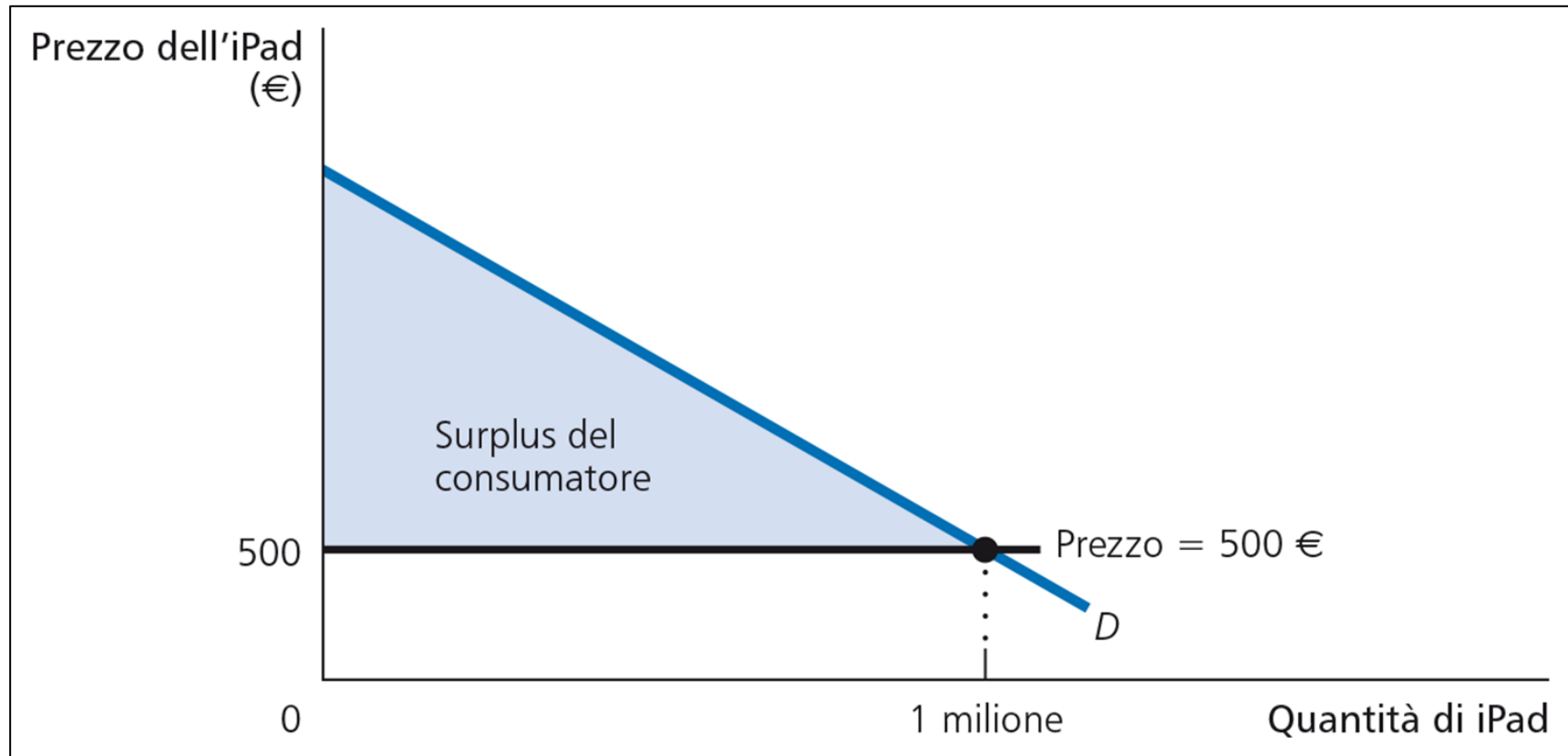
- I mercati concorrenziali sono in genere efficienti: possiamo misurare l'efficienza tramite il **surplus dei consumatori** e il **surplus dei produttori**
- **Surplus (individuale) del consumatore** = il beneficio netto derivante dall'acquisto di un bene = è pari alla **differenza** fra la **disponibilità a pagare** e il **prezzo pagato**.
- **Disponibilità a pagare di un consumatore** = prezzo massimo al quale è disposto ad acquistare un determinato bene.
- **Surplus (totale) del consumatore** = **somma** dei surplus individuali di tutti gli acquirenti in un mercato = è pari all'**area** al di sotto della **curva di domanda** del mercato e al di sopra del **prezzo**.

SURPLUS DEL CONSUMATORE E CURVA DI DOMANDA



Consumatore	Disp. a Pagare
Aleisha	59
Brad	45
Claudia	35
Darren	25
Edwina	10

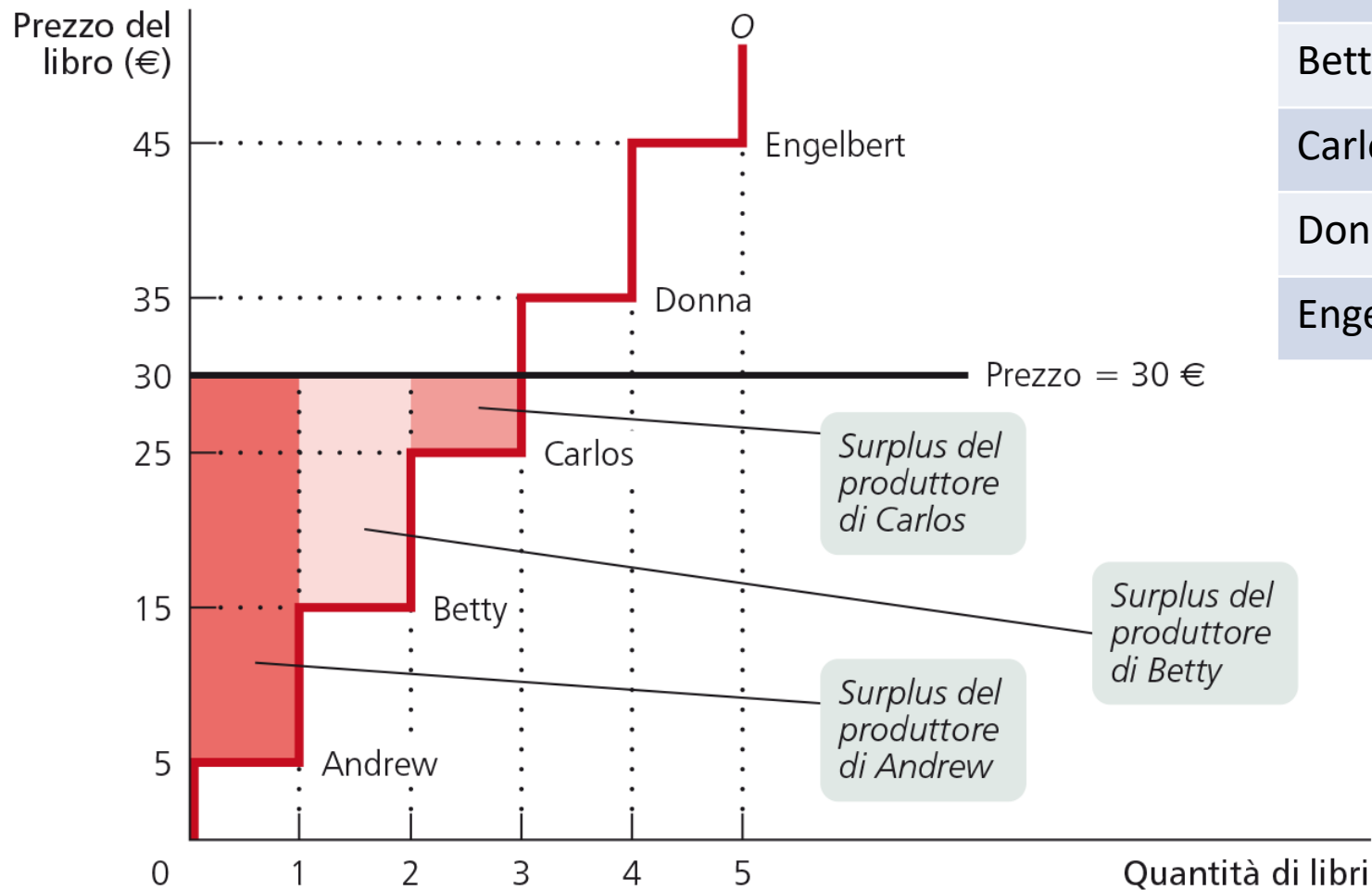
SURPLUS DEL CONSUMATORE E CURVA DI DOMANDA



SURPLUS DEL PRODUTTORE E CURVA DI OFFERTA

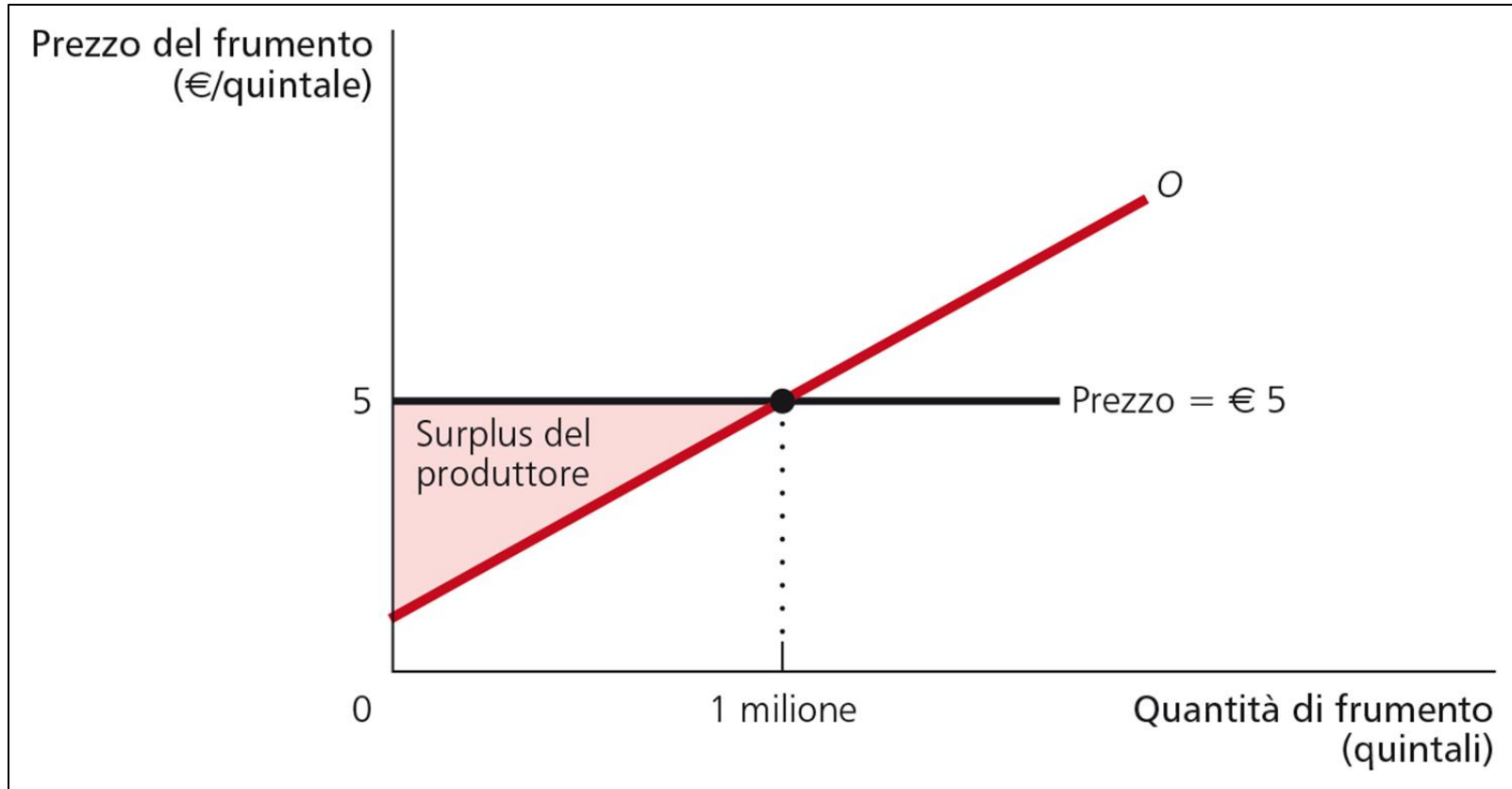
- **Surplus (individuale) del produttore** = il beneficio netto derivante dalla vendita di un bene è = pari alla **differenza** fra il **prezzo ricevuto** e il **costo**.
- **Costo** = il prezzo più basso al quale un venditore è disposto a vendere un bene.
- **Surplus (totale) del produttore** = **somma** dei surplus individuali di tutti i venditori in un mercato = corrisponde all'area al di sopra della **curva di offerta** del mercato e al di sotto del **prezzo**.

SURPLUS DEL PRODUTTORE E CURVA DI OFFERTA



Venditore	Costo
Andrew	5
Betty	15
Carlos	25
Donna	35
Engelbert	45

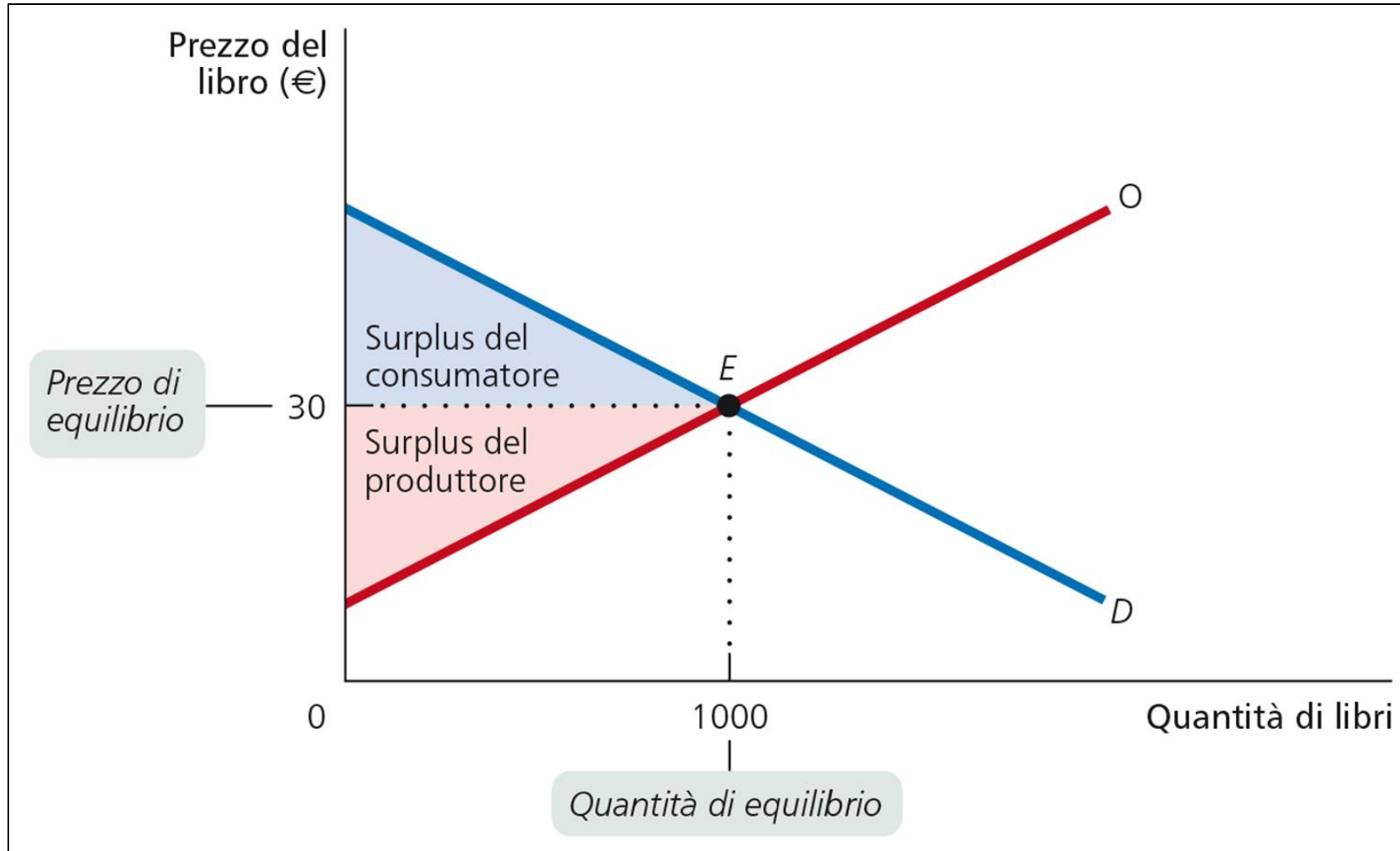
SURPLUS DEL PRODUTTORE E CURVA DI OFFERTA



I BENEFICI DELLO SCAMBIO

- **Surplus totale** generato in un **mercato** = beneficio netto totale per i consumatori e i produttori derivante dallo scambio nel mercato.
- **Surplus totale** = **somma** dei surplus del **consumatore** e del **produttore**.
- **Nell'equilibrio concorrenziale i benefici dello scambio sono massimizzati** = il **surplus totale** é **massimizzato**

I BENEFICI DELLO SCAMBIO



Surplus del produttore e del consumatore

- Esempio mercato del mais:

$$Q^d_{\text{mais}} = 15 - 2P$$

$$Q^s_{\text{mais}} = 5P - 2.5$$

$$Q_s = Q_d$$

Equilibrio:

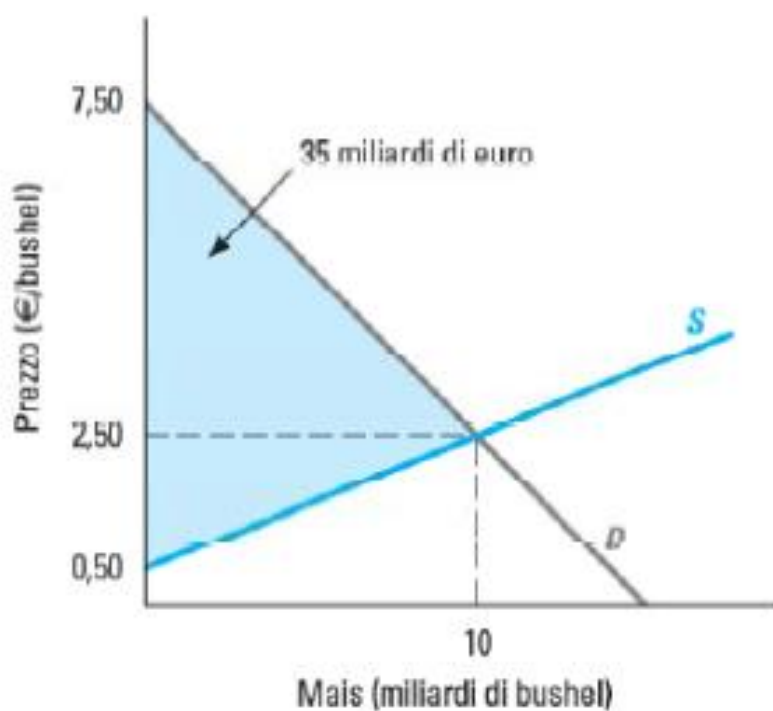
$$Q^* = 10$$

$$P^* = 2.5$$

Figura 13.12

Surplus aggregato, surplus del consumatore e surplus del produttore nel mercato del mais (a) Il surplus aggregato in corrispondenza dell'equilibrio di mercato è uguale all'area ombreggiata di azzurro, cioè pari a 35 miliardi di euro per anno. (b) Tale surplus è composto da 25 miliardi di euro di surplus del consumatore e da 10 miliardi di euro di surplus del produttore.

(a) Surplus aggregato



(b) Surplus del consumatore e surplus del produttore

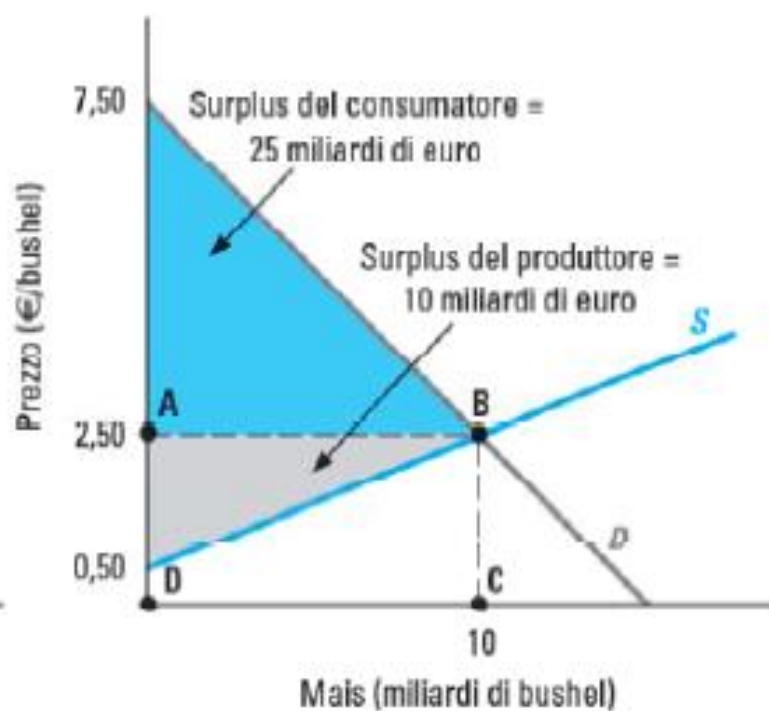
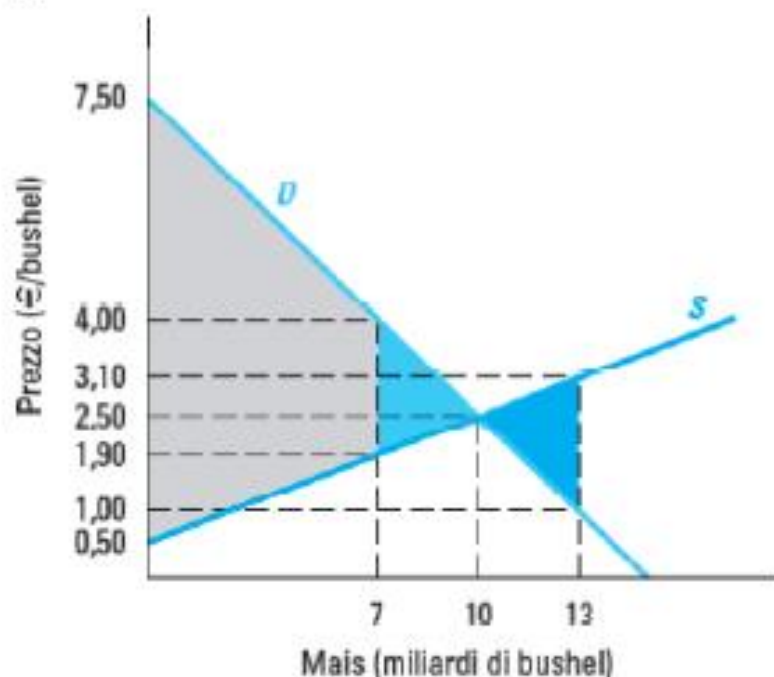


Figura 13.13

Perdita secca di benessere e surplus aggregato (a) Perdita secca di benessere quando ogni anno vengono prodotte e consumate quantità pari a 7 miliardi o 13 miliardi di bushel di mais. In entrambi i casi, la perdita secca di benessere è di 3,15 miliardi di euro all'anno. (b) La relazione tra il surplus aggregato, la perdita secca di benessere e la quantità prodotta e consumata. Il surplus aggregato è il più alto possibile ed è pari a 10 miliardi di bushel all'anno. In corrispondenza di tale quantità, la perdita secca di benessere è nulla.

(a) Perdita secca di benessere



(b) Surplus aggregato e perdita secca di benessere

