

Modulo 4.1

Offerta dell'impresa

Offerta dell'impresa

- ❑ La decisione di un'impresa a riguardo della quantità da offrire dipende da numerosi fattori:
- ❑ tecnologia;
- ❑ obiettivi dell'impresa;
- ❑ forma di mercato;
- ❑ ... altro.....

Forma di mercato

- ❑ Monopolio: esiste **un solo** venditore che determina la quantità offerta (e quindi il prezzo di mercato).
- ❑ Oligopolio: le imprese sono “poche”, **la decisione di ciascuna influenza significativamente i profitti delle altre imprese.**

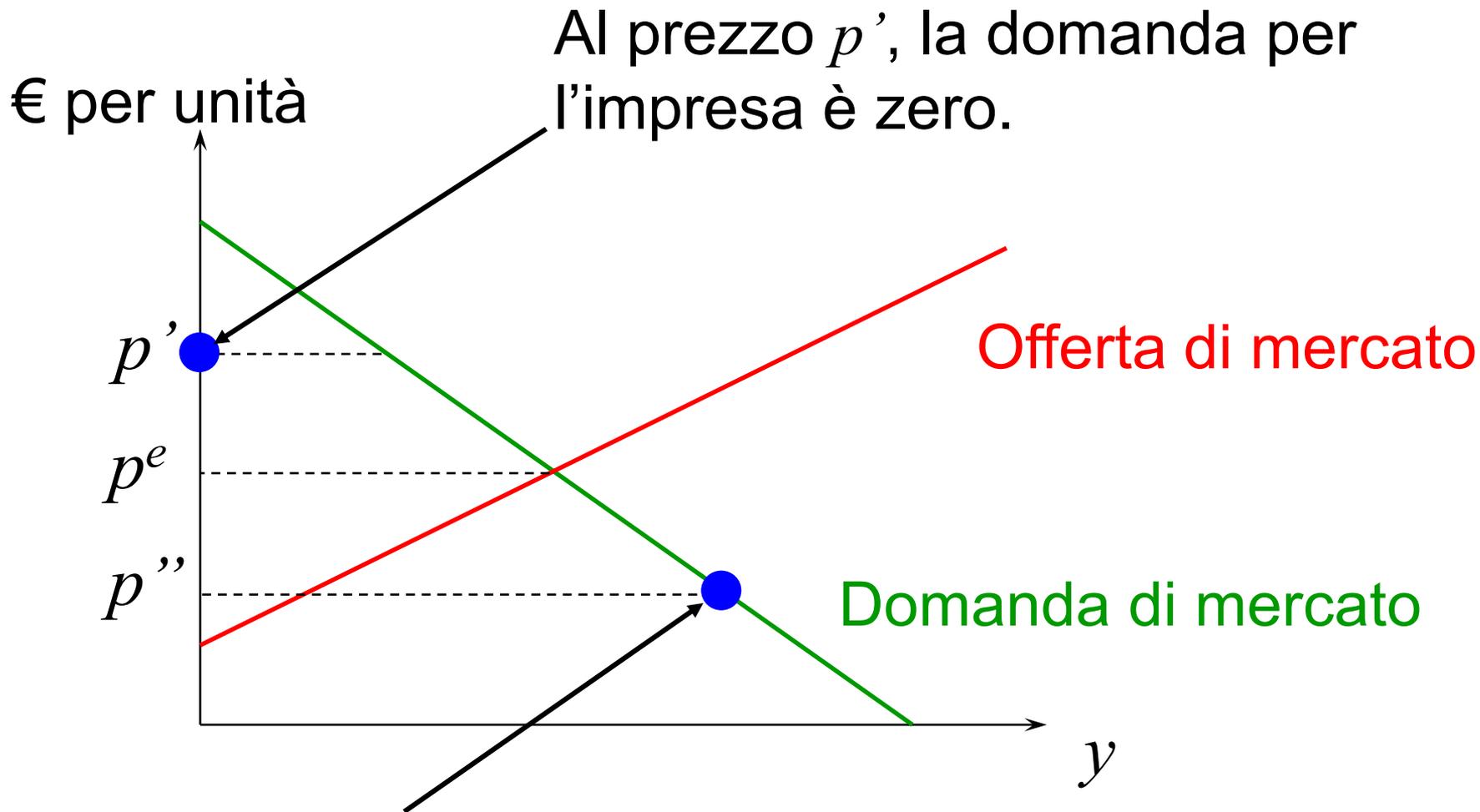
- ❑ Concorrenza **monopolistica**: esistono molte aziende, ma ciascuna produce un bene leggermente diverso (**differenziato**). L'output di ciascuna è comunque piccolo relativamente al totale.

- ❑ Concorrenza **perfetta**: esistono molte aziende che producono un bene **omogeneo**. L'output di ciascuna è piccolo relativamente al totale.

Concorrenza perfetta

- ❑ In un mercato perfettamente competitivo operano molte imprese che producono esattamente lo stesso bene (grano, T-shirts bianche....)
- ❑ Un'impresa che opera in un mercato perfettamente competitivo sa di non poter influenzare il prezzo di mercato per il suo prodotto.
- ❑ L'impresa è “**price-taker**” sul mercato.

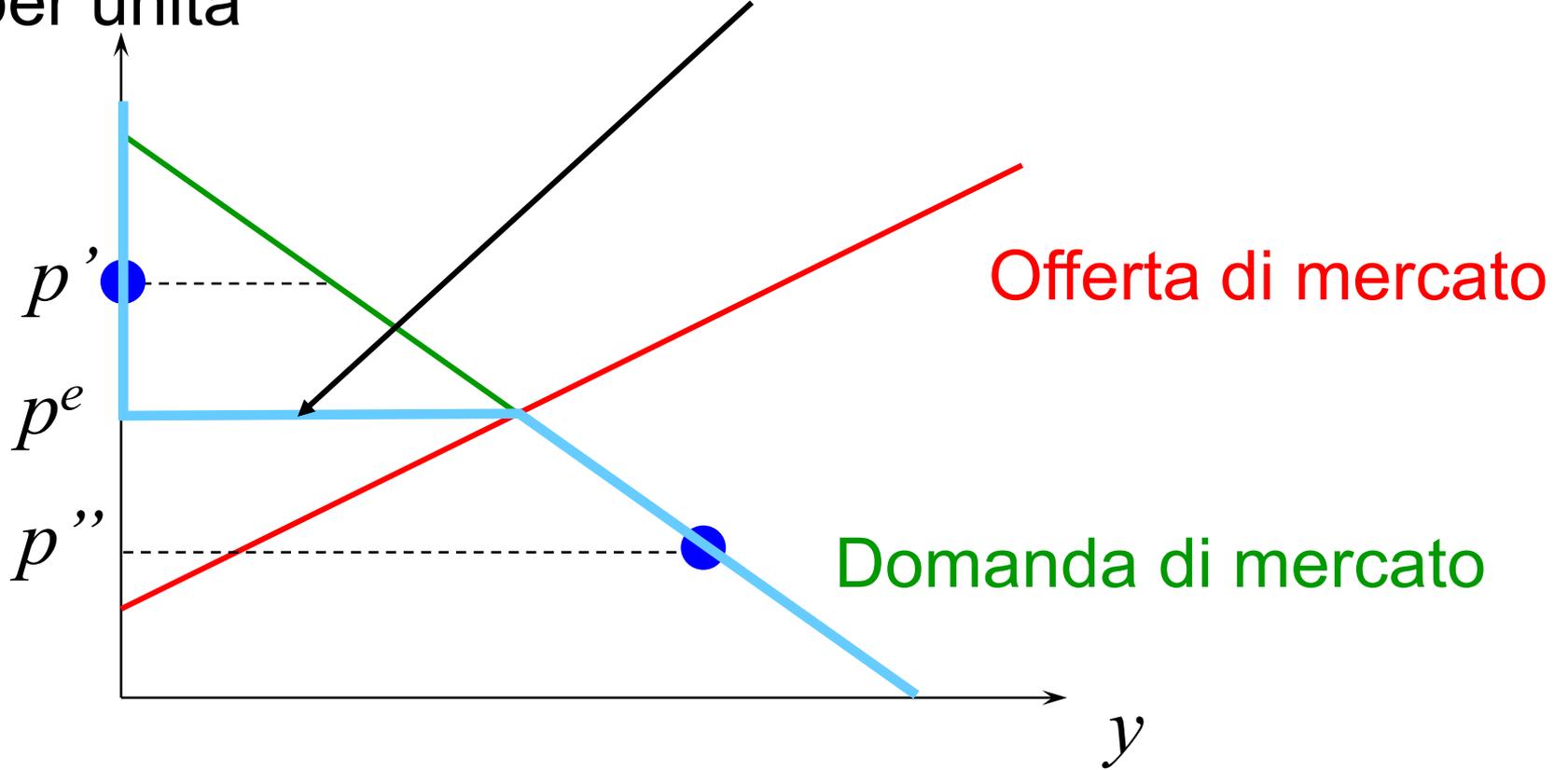
- ❑ Naturalmente, l'impresa è libera di variare il prezzo per il *proprio* output.
- ❑ Tuttavia, se l'impresa fissa il suo prezzo al di sopra di quello di mercato, la quantità domandata per il suo prodotto è nulla.
- ❑ Se l'impresa fissa il suo prezzo al di sotto di quello di mercato, la quantità domandata per il suo prodotto è l'intera quantità domandata sul mercato.



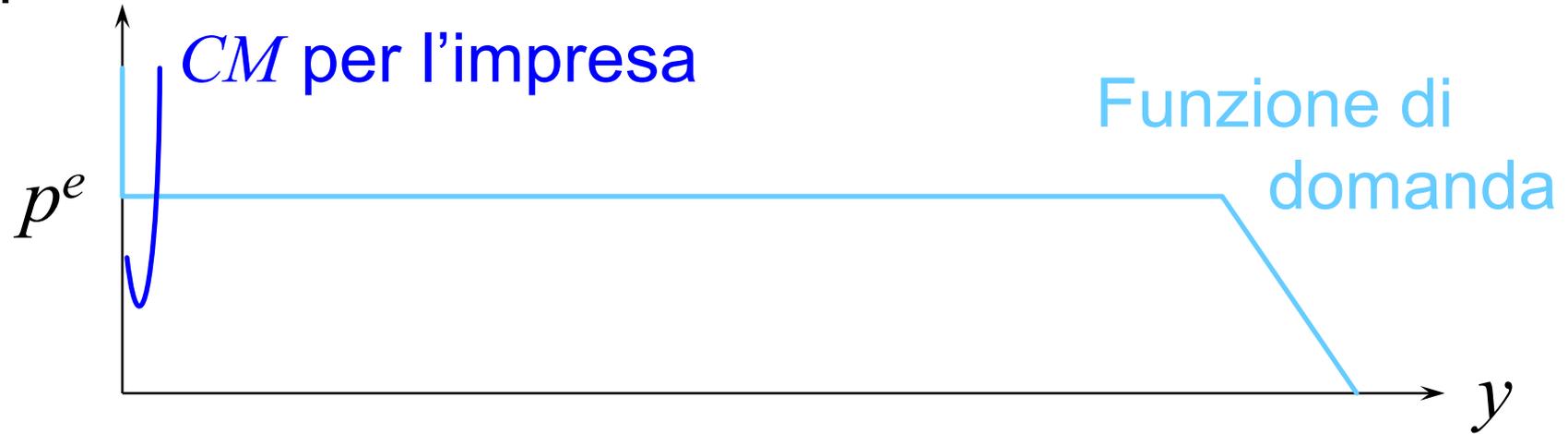
Al prezzo p'' l'impresa deve soddisfare l'intera domanda di mercato.

Domanda per l'impresa

€ per unità



€ per unità



Tuttavia, la tecnologia dell'impresa fa sì che essa possa soddisfare solo una piccola parte della domanda di mercato.

⇒ l'impresa deve accettare il prezzo di mercato.

Decisione di offerta nel breve periodo

- Ciascuna azienda desidera massimizzare il profitto nel breve periodo.
- Pertanto, sceglierà la quantità da produrre risolvendo il problema (dove p è dato dal mercato):

$$\max_{y \geq 0} \Pi_{bp}(y) = py - c_{bp}(y).$$

$$\max_{y \geq 0} \quad \Pi_{bp}(y) = py - c_{bp}(y).$$

Questo problema presenta una condizione del primo ordine dal chiaro significato economico:

$$\frac{d\Pi_{bp}(y)}{dy} = p - CM_{bp}(y) = 0$$

Cioè,

$$p = CM_{bp}(y_{bp}^*)$$

Il livello di produzione di massimo profitto ($y_{bp}^* > 0$), implica che il costo marginale sia eguale al prezzo di mercato p .

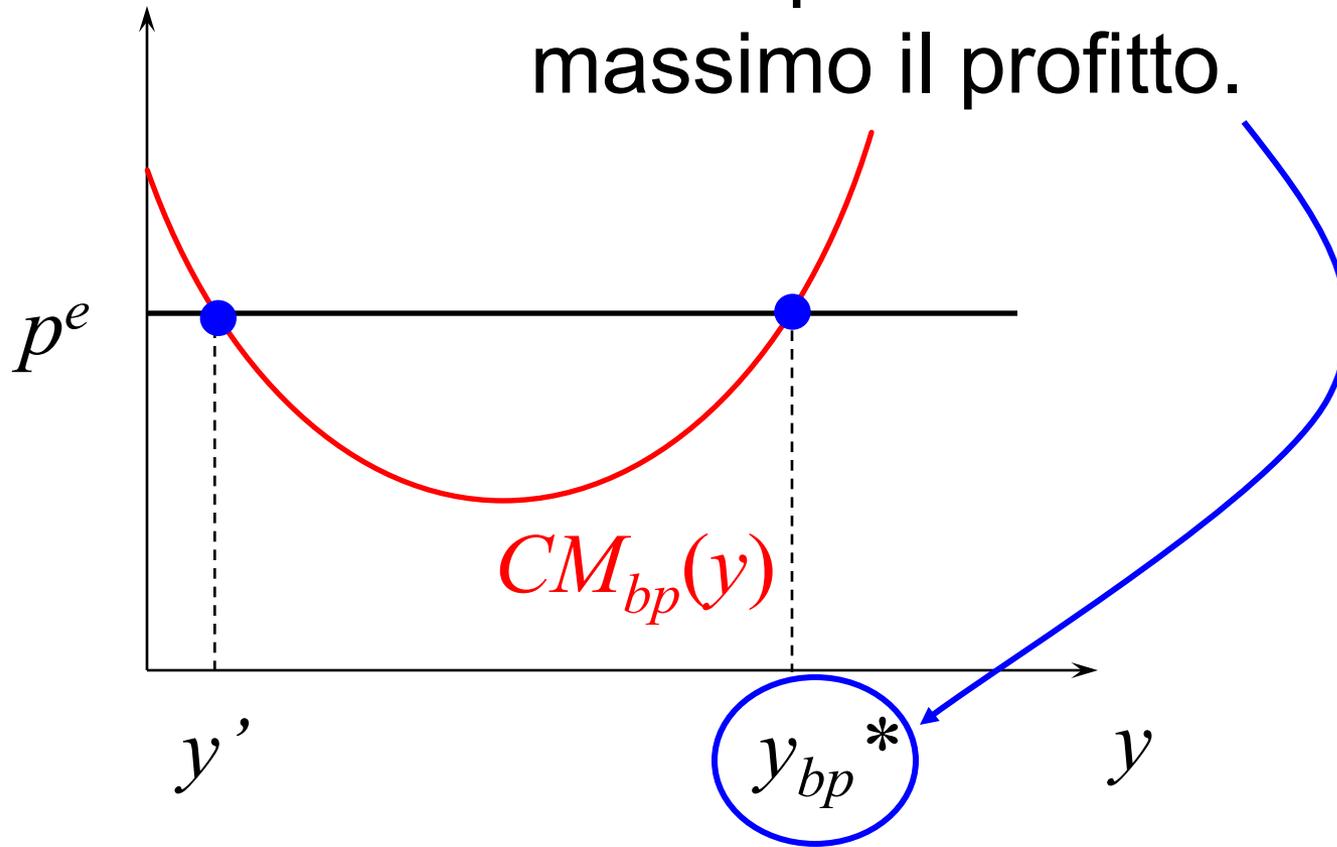
- ❑ Infatti, se $CM > p$ e se CM è crescente, l'impresa potrebbe aumentare i profitti riducendo la produzione.
- ❑ Se $CM > p$ l'incremento nei costi connesso alla produzione di una nuova unità (CM) è superiore all'aumento nei ricavi (p).
- ❑ Il profitto (differenza tra ricavi e costi) viene ridotto dalla produzione della nuova unità.

- ❑ Se invece $CM < p$ l'impresa potrebbe aumentare i profitti aumentando la produzione.
- ❑ Se $CM < p$ l'incremento nei costi connesso alla produzione di una nuova unità (CM) è inferiore all'aumento nei ricavi (p).
- ❑ Il profitto viene aumentato dalla produzione della nuova unità.

Il CM può essere eguale al prezzo per due livelli di output.

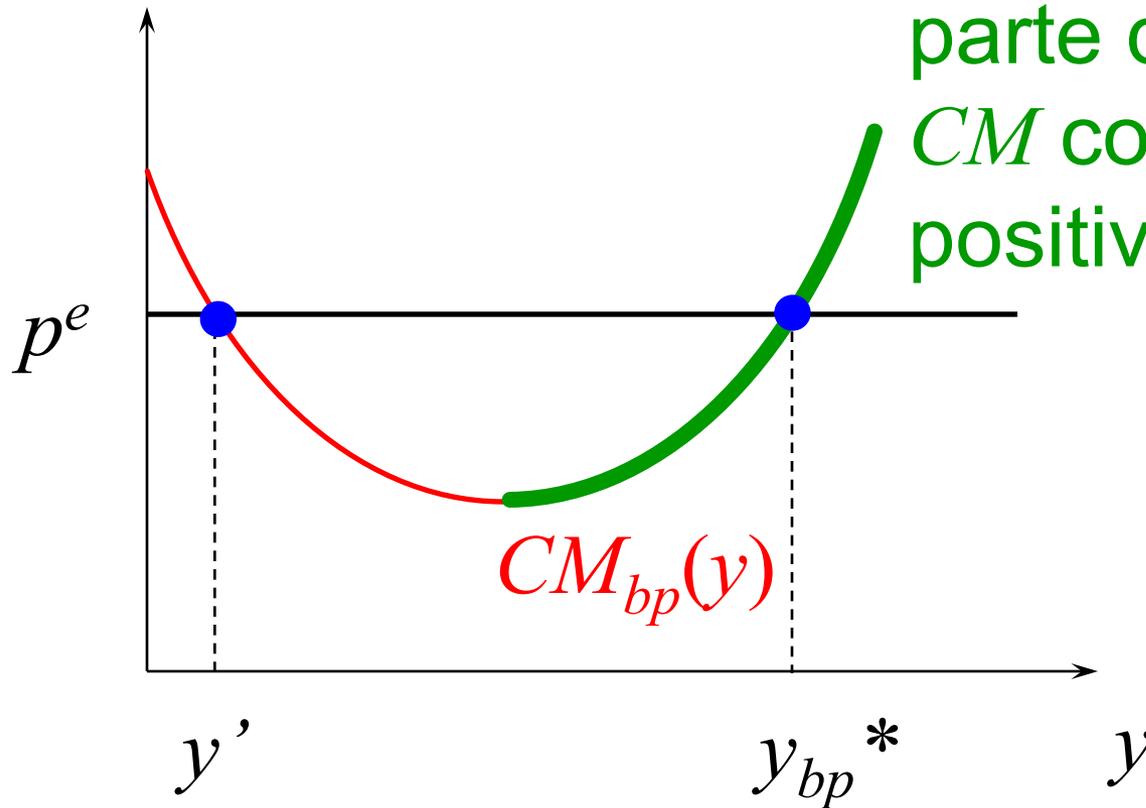
Solo il più elevato rende massimo il profitto.

€ per unità



Il livello di output che max il profitto può stare solo sulla parte della curva di CM con pendenza positiva.

€ per unità



- Tuttavia non è vero che un punto come y_{bp}^* rappresenta sempre la situazione di max profitto.

La funzione di profitto dell'impresa è:

$$\Pi_{bp}(y) = py - c_{bp}(y) = py - F - c_v(y).$$

Se l'impresa sceglie $y = 0$, il suo profitto è:

$$\Pi_{bp}(y) = 0 - F - c_v(0) = -F.$$

□ Pertanto, l'impresa sceglie $y > 0$ solo se:

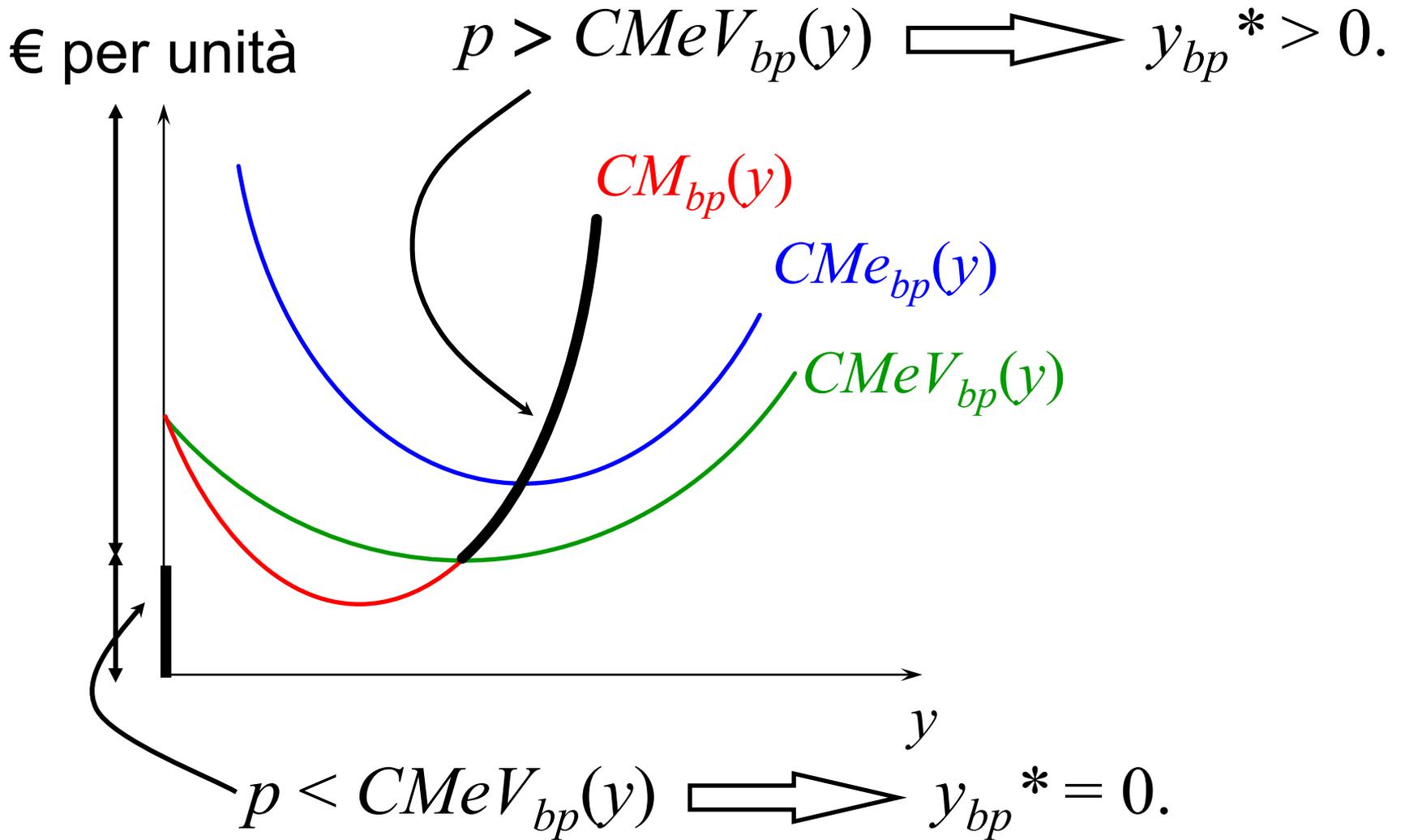
$$\Pi_{bp}(y) = py - F - c_v(y) \geq -F.$$

Cioè solo se: $py - c_v(y) \geq 0$

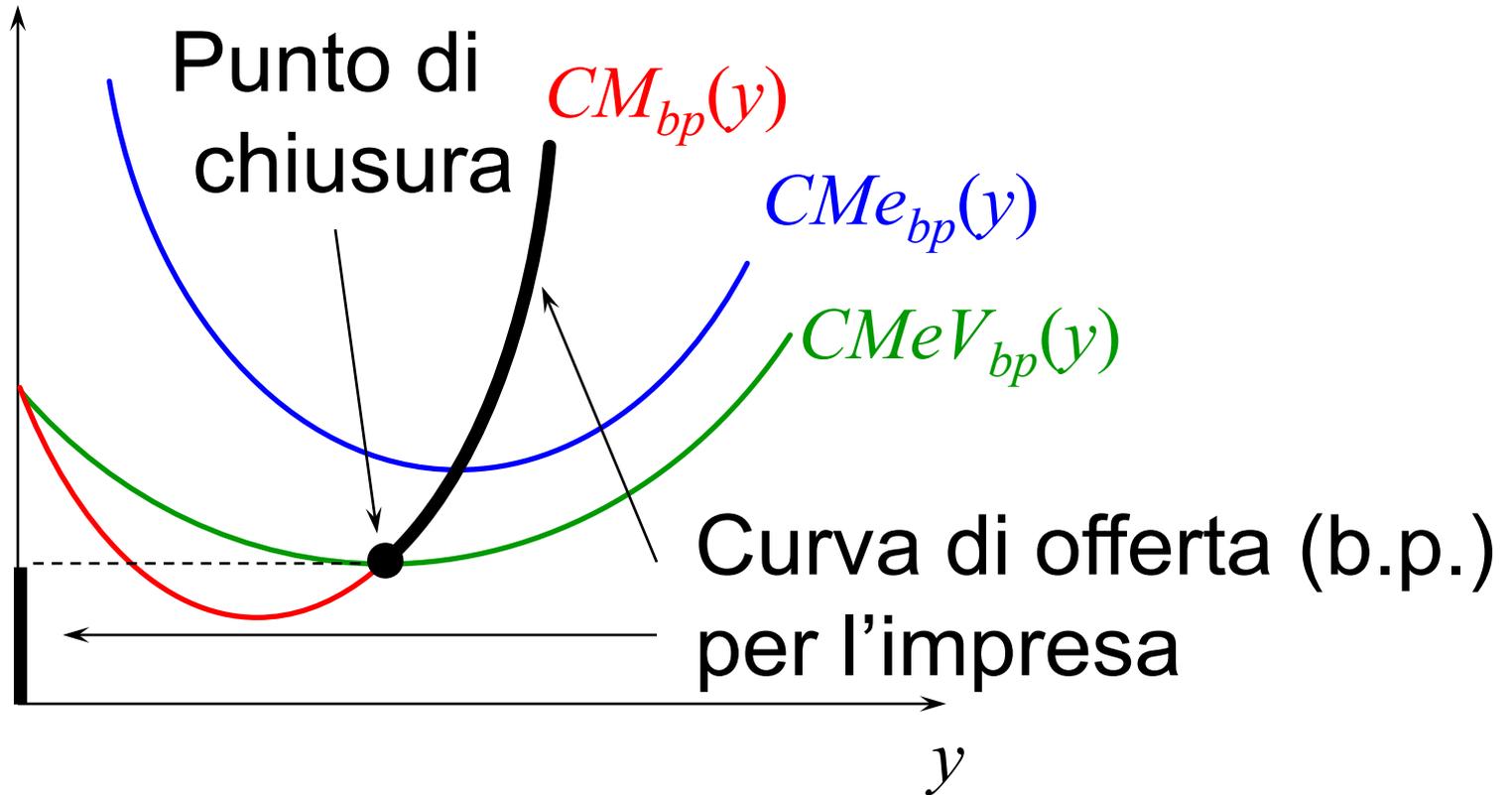
Ovvero, solo se:

$$p \geq \frac{c_v(y)}{y} = CM_{bp}(y).$$

- ❑ Si tratta di un'importante applicazione di un principio generale: i costi comunque inevitabili non devono essere considerati nelle decisioni (di produzione).
- ❑ Nel nostro esempio di breve periodo, F sarebbe presente anche se si decidesse di non produrre.
- ❑ Pertanto i ricavi vanno “contrapposti” ai soli costi variabili.
- ❑ Vediamo una rappresentazione grafica di questa situazione.



€ per unità



- Chiusura non vuol dire uscita dal mercato.
Chiusura significa che l'impresa non produce nulla (ma continua ad esistere e a sopportare i costi fissi).

- Uscita significa che l'impresa abbandona il settore industriale (viene "liquidata"), lo può fare solo nel lungo periodo.

Decisione di offerta nel lungo periodo

- Il lungo periodo è la situazione in cui l'impresa può scegliere il livello di tutti i fattori produttivi (si trova in una situazione priva di vincoli).

- La funzione di profitto di un'impresa competitiva, nel lungo periodo è:

$$\Pi(y) = py - c(y).$$

Il costo di lungo periodo $c(y)$ necessario per produrre y unità di output consiste solo di costi variabili: tutti gli inputs sono variabili nel lungo periodo.

- La decisione di produzione di l.p. deriva dalla massimizzazione del profitto:

$$\max_{y \geq 0} \Pi(y) = py - c(y).$$

Affinchè il profitto sia max è necessario che siano rispettate le condizioni discusse per il breve periodo:

$$p = CM(y)$$

$$\frac{dCM(y)}{dy} > 0$$

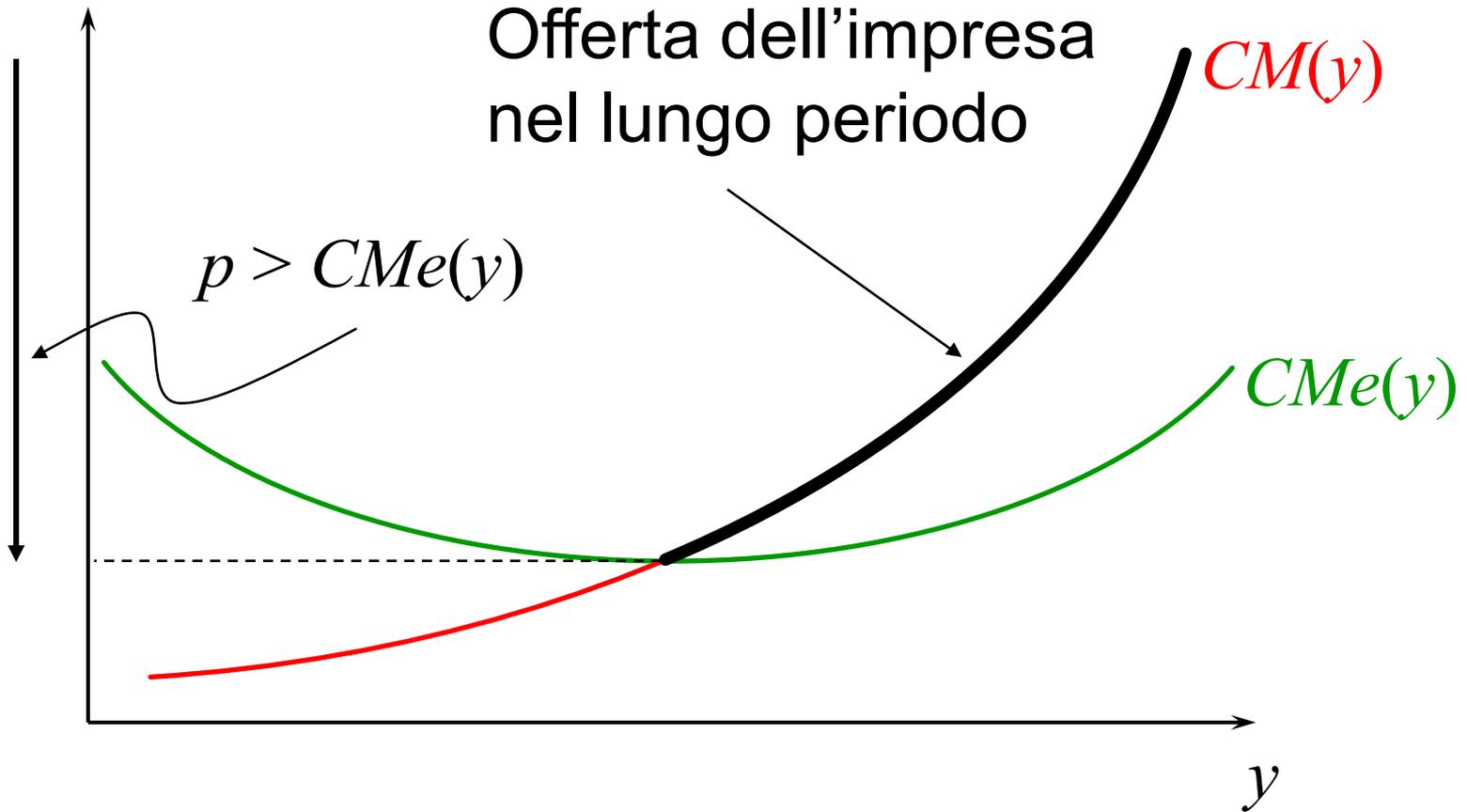
- Inoltre, il livello di profitto non può essere negativo, altrimenti l'impresa abbandonerebbe il mercato (siamo nel lungo periodo!).
Quindi:

$$\Pi(y) = py - c(y) \geq 0$$

Da cui, dividendo per y :

$$p \geq \frac{c(y)}{y} = CMe(y)$$

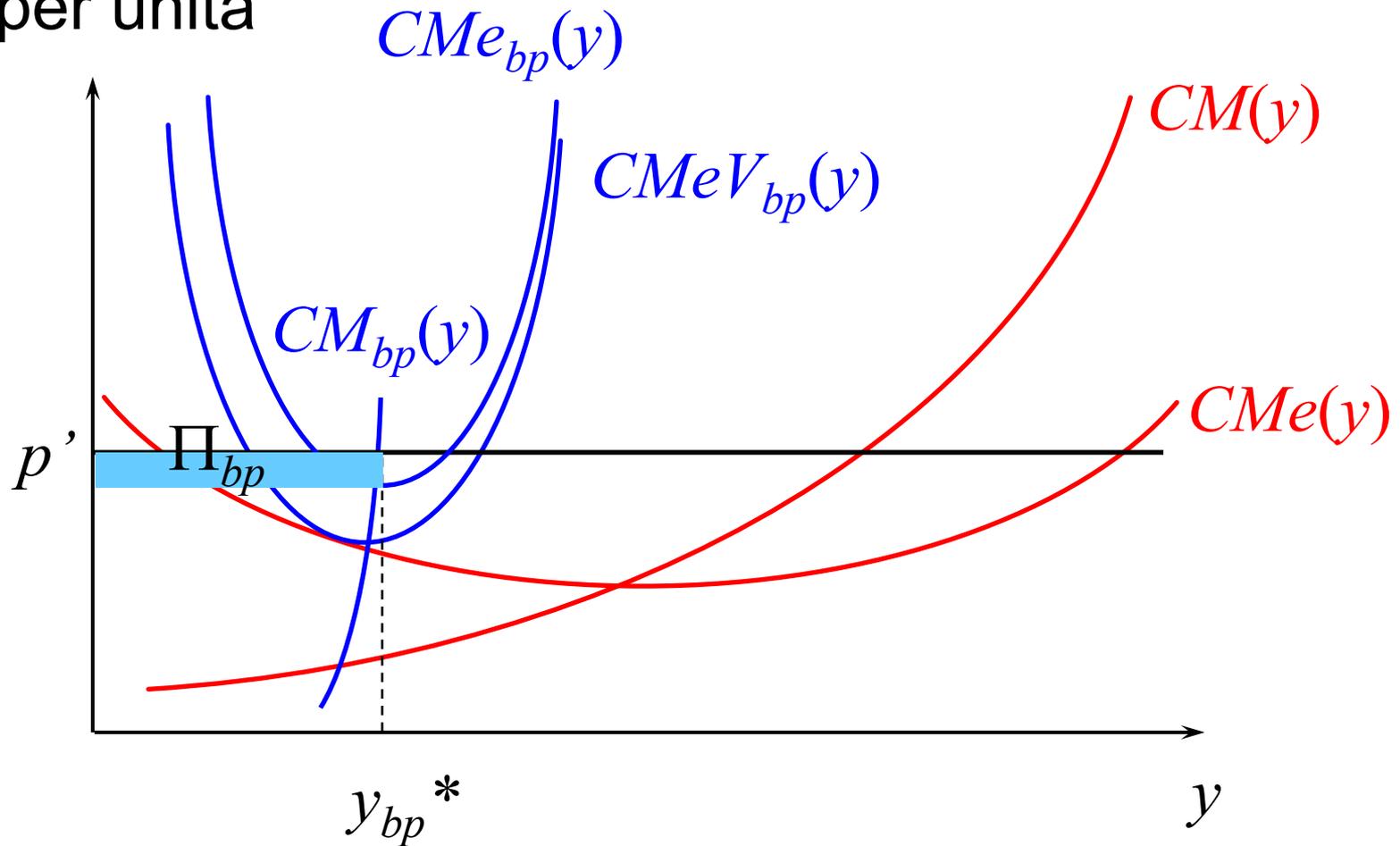
€ per unità



Relazione tra l'offerta nel breve e nel lungo periodo

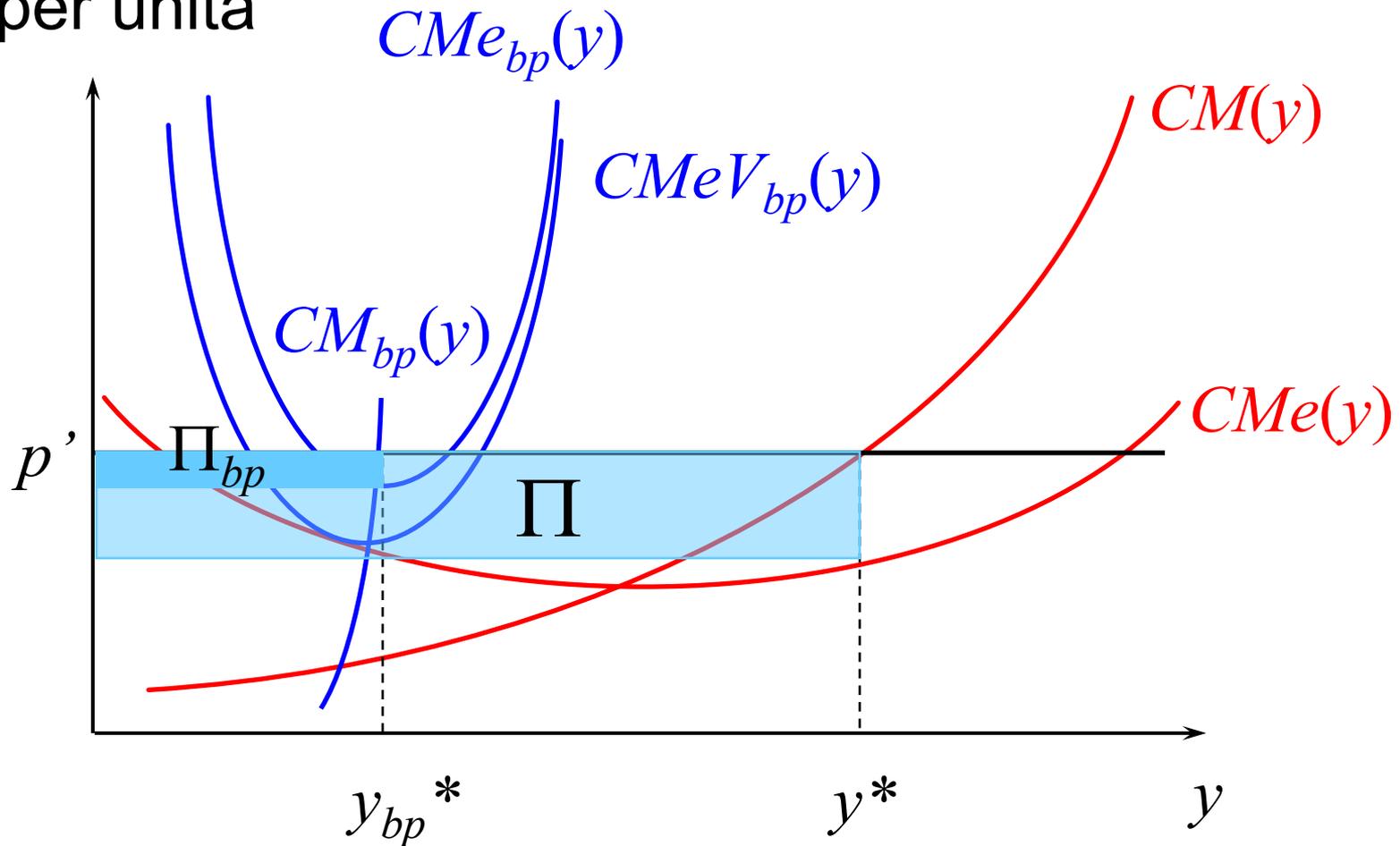
- Segue un'analisi grafica che consente di visualizzare che i profitti di lungo periodo sono superiori a quelli conseguiti nel breve periodo (dato il livello del prezzo di mercato).

€ per unità



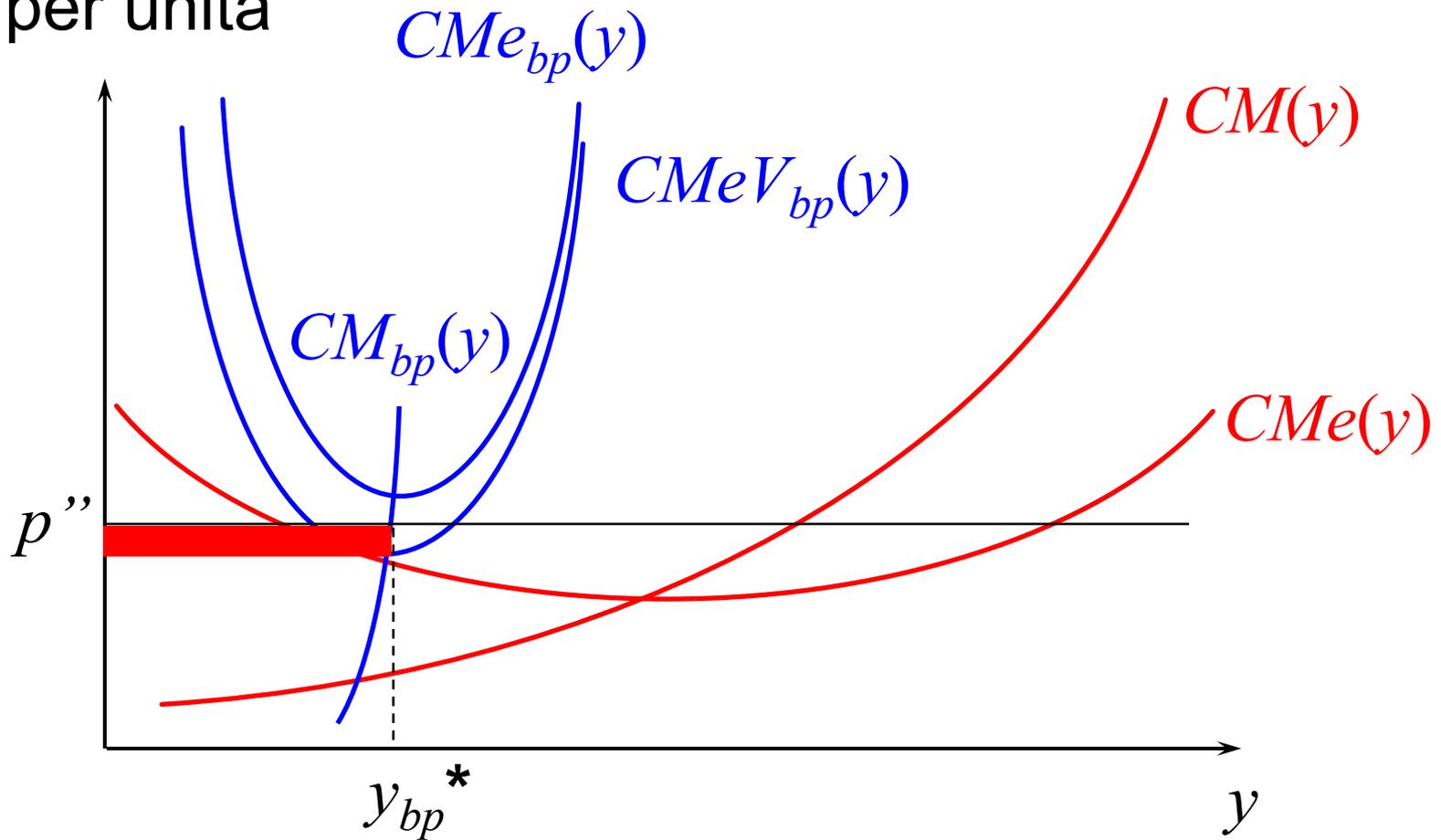
y_{bp}^* massimizza i profitti nel breve periodo.

€ per unità



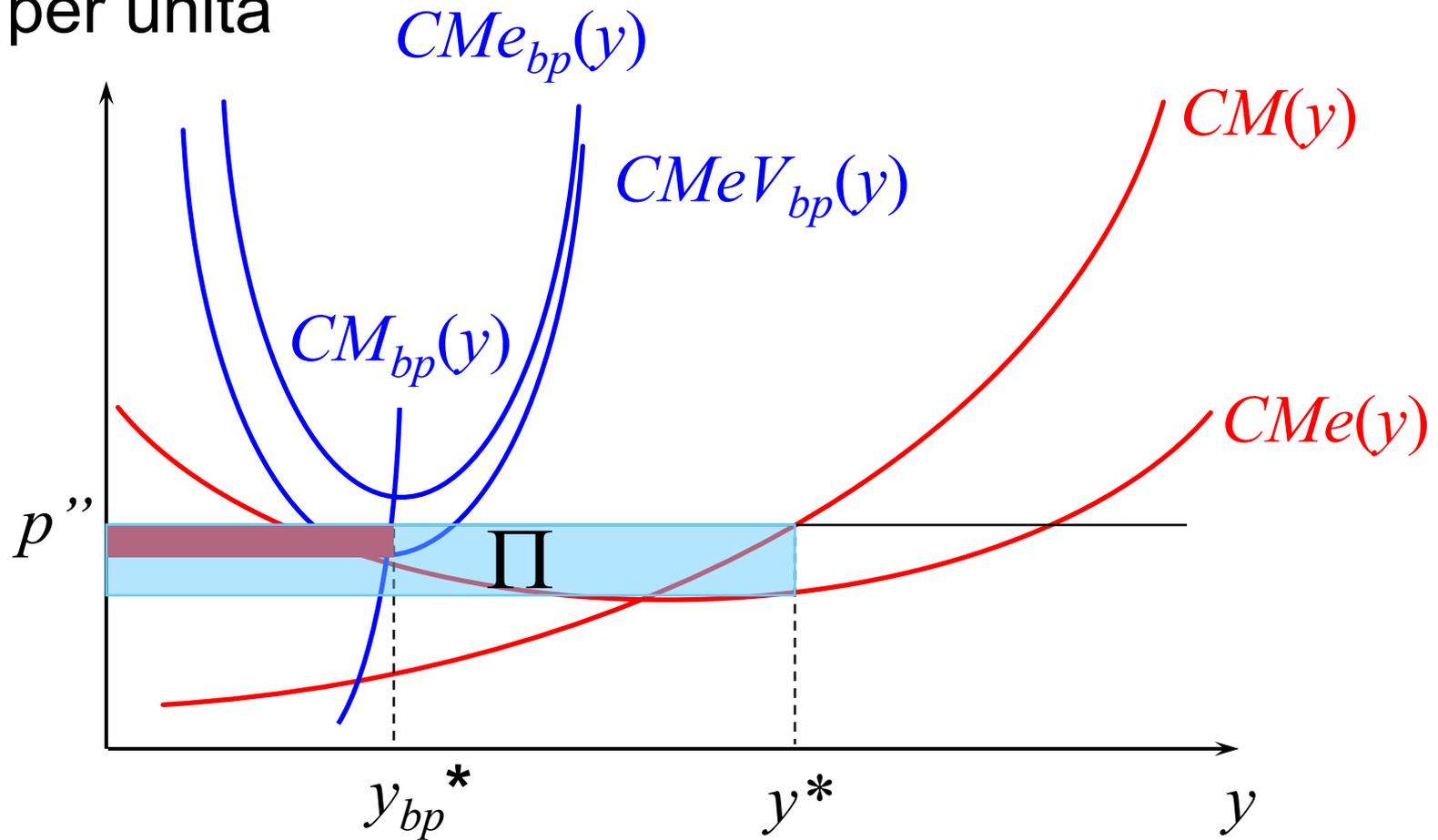
L'impresa aumenta i profitti accrescendo l'utilizzo del fattore fisso.

€ per unità



y_{bp}^* minimizza le perdite nel breve periodo.

€ per unità



Nel lungo periodo (in questo caso) emerge un profitto.