

# Forme di mercato

---

Prof. Laura Gabrielli

Estimo ed esercizio professionale  
a.a. 2004/05

## Le principali forme di mercato

---

		Offerta		
		<i>Molti operatori</i>	<i>Pochi operatori</i>	<i>Un solo operatore</i>
Domanda	<i>Molti operatori</i>	Concorrenza libera	Oligopolio	Monopolio
	<i>Pochi operatori</i>	Oligopsonio	Oligopolio bilaterale	Quasi monopolio
	<i>Un solo operatore</i>	Monopsonio	Quasi monopsonio	Monopolio bilaterale

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il mercato di concorrenza perfetta

---

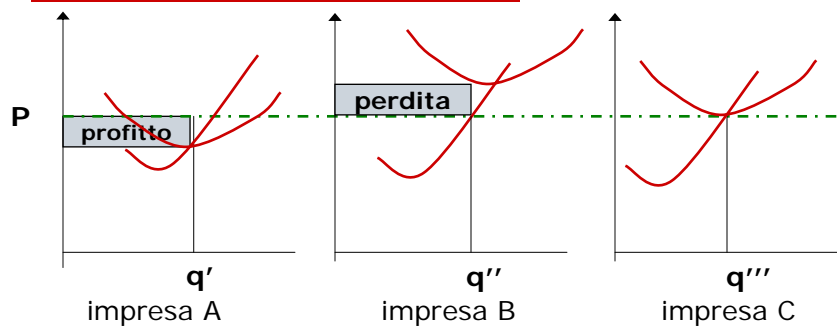
- Le caratteristiche del mercato di **concorrenza perfetta**:
  - atomicità (numerosità) dell'offerta e della domanda
  - prodotto omogeneo e suddivisibile
  - perfetta mobilità dei fattori
  - trasparenza del mercato (conoscenza perfetta dei costi e dei prezzi)
  - accesso libero al mercato

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il mercato di concorrenza perfetta

---

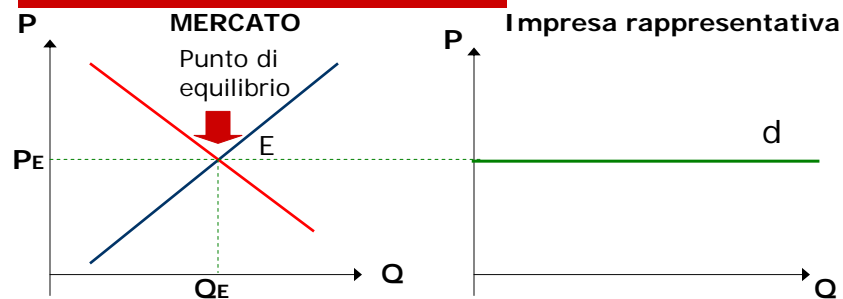


- L'equilibrio per più imprese nel breve e nel lungo periodo. C è l'impresa rappresentativa: vende al prezzo di copertura dei costi e ha solo il profitto "normale"

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il mercato di concorrenza perfetta



- La curva di domanda per l'impresa media o rappresentativa è **infinitamente elastica** (la domanda può cambiare senza variazioni di prezzo)
- L'impresa infatti "prende" il prezzo dal mercato (è un *price-taker*)

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Mercato di concorrenza perfetta

- Nel mercato di concorrenza perfetta:
  - l'impresa utilizza l'impianto di scala ottima ed ha profitto nullo (meglio: ha solo il profitto "normale", non l'extraprofitto)
  - il consumatore ottiene il bene al prezzo più basso possibile
- Nel mercato di concorrenza perfetta si ha la **massima efficienza nell'allocazione delle risorse**:
  - **Offerta** (costo) e **domanda** (utilità) determinano il sistema dei prezzi
  - Il **prezzo** (risultante dalle decisioni individuali dei produttori e dei consumatori) **indirizza le forze** concorrenziali verso la **distribuzione ottimale delle risorse**

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Le forme del mercato

---

Concorrenza perfetta

Concorrenza imperfetta



Monopolio  
Concorrenza monopolistica  
Oligopolio  
Monopsonio  
Monopolio bilaterale



Nei mercati di **concorrenza imperfetta** l'impresa può modificare il prezzo

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## I mercati di concorrenza imperfetta

---

MONOPOLIO		<b>Una sola impresa</b> è produttrice del bene e non vi sono beni succedanei
CONC. MONOPOLISTICA		<b>Molte imprese vendono beni collegati</b> ma non identici
OLIGOPOLIO		<b>Poche imprese</b> sono produttrici del bene
MONOPSONIO		Vi è <b>un unico acquirente</b> e molti produttori
MONOPOLIO BILATERALE		<b>Il venditore è monopolista</b> e il <b>compratore monopsonista</b>

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il monopolio

---

- Le caratteristiche del mercato di **monopolio**:
  - Un solo offerente e numerosi acquirenti
  - L'offerente ha la possibilità di stabilire il prezzo o la quantità offerta
  - Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
  - L'accesso dei soli acquirenti al mercato è libero

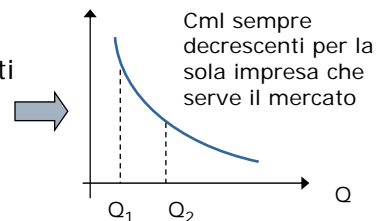
---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il monopolio

---

- Nel monopolio, l'impresa è l'industria e si trova di fronte alla domanda del bene per l'industria
- Le condizioni che possono dare luogo al monopolio:
  - controllo esclusivo degli input (concentrazioni)
  - brevetto
  - disposizioni di legge
  - rendimenti di scala crescenti (monopolio naturale)



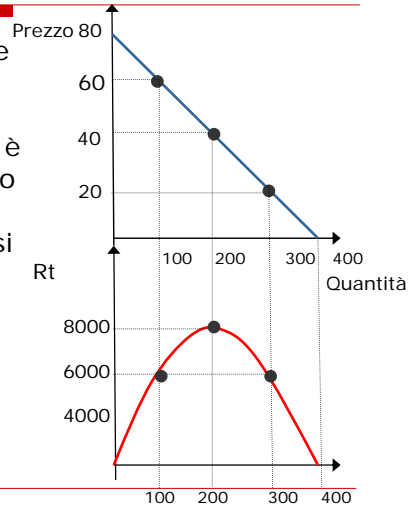
---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il ricavo totale del monopolista

- Il monopolista, se vuole vendere una quantità maggiore, deve ridurre il prezzo
- Poiché la sua curva di domanda è inclinata negativamente, il ricavo totale non aumenta proporzionalmente all'espandersi delle vendite

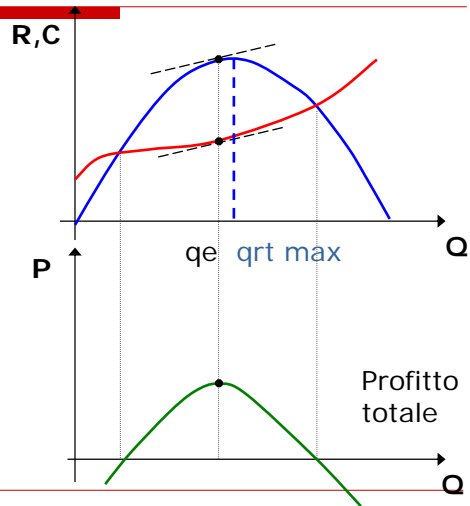
- $P = a - bq$
- $Rt = q * P = q(a - bq) = aq - bq^2$



Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Equilibrio di breve periodo nel monopolio

- APPROCCIO TOTALE
- La produzione è in equilibrio in  $q_e$ , cioè quando le curve RT e CT hanno stessa inclinazione.
- $Q_e < q_{rt \max}$



Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

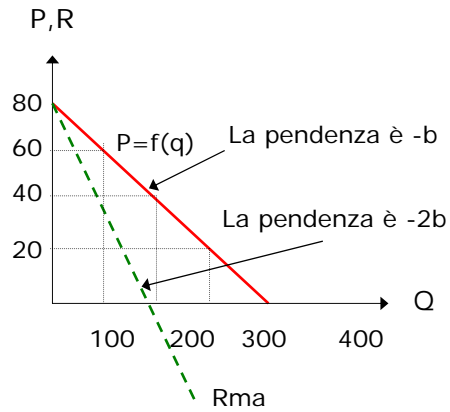
## La curva di ricavo marginale

- Il ricavo marginale è la variazione del ricavo totale dovuta ad una variazione della quantità  $Q$ :
- $R_{ma} = dRt / dQ$
- Geometricamente il  $R_{ma}$  è la derivata della curva di  $Rt$  (quindi la pendenza)

$$P = a - bq$$

$$Rt = q * P = q(a - bq) = aq - bq^2$$

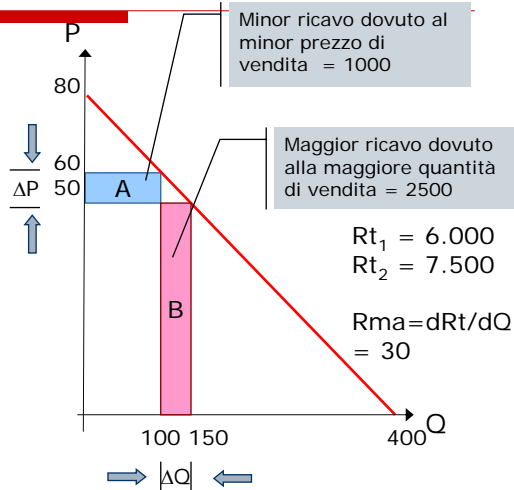
$$R_{ma} = dRt = a - 2bq$$



Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Curva di domanda e di ricavo marginale

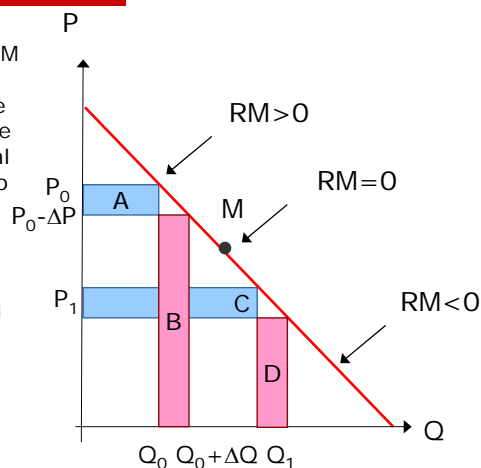
- Per il monopolista il  $R_{ma}$  è sempre inferiore al prezzo
- Il ricavo marginale è la differenza tra l'aumento del ricavo totale ottenuto grazie ad un aumento delle vendite e la diminuzione del ricavo totale derivante dall'inferiore prezzo di offerta, divisa per la variazione della quantità vendita  $\Delta Q$



Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Curva di domanda e di ricavo marginale

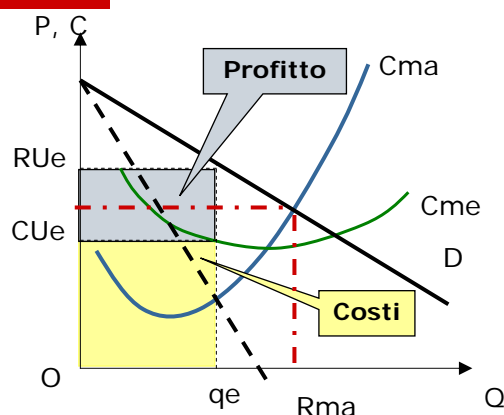
- Quando  $Q$  si trova a sinistra rispetto un punto intermedio  $M$  di una curva di domanda, il guadagno ottenuto grazie alle vendite aggiuntive ( $B$ ) più che compensa la perdita dovuta al fatto che si offre ad un prezzo inferiore rispetto ad  $A$
- Quando  $Q$  si trova alla destra di  $M$ , il guadagno conseguito grazie alle vendite aggiuntive ( $D$ ) è inferiore alla perdita subita per la riduzione del prezzo su quanto si sarebbe venduto anche ad un prezzo maggiore ( $C$ ).



Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Equilibrio di breve periodo nel monopolio

- APPROCCIO MARGINALE
- Il livello di produzione di breve periodo è quello per cui:  
 $R_{ma} = C_{ma}$
- Nel monopolio non esiste la curva di offerta ma solo una regola di offerta:  $RMA = CMA$



--- Prezzo e quantità nel mercato perfettamente concorrenziale

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05



## Modelli di concorrenza imperfetta

---

**CONCORRENZA PERFETTA:**  
per l'impresa l'aumento del volume di produzione è limitato dalla tendenza dei costi medi a crescere

**CONCORRENZA IMPERFETTA:**  
per l'impresa l'aumento del volume della produzione è limitato dalla tendenza del ricavo marginale a diminuire

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Concorrenza perfetta e monopolio

---

- Sia per l'impresa in concorrenza perfetta che per il monopolista:
  - il **CMA** è la **variabile** rilevante per misurare il costo che si sostiene quando aumenta la produzione
  - i benefici di una espansione dell'output sono misurati dal valore del ricavo marginale (in concorrenza perfetta  $RMA = P$  ma nel monopolio  $RMA < P$ )
- L'impresa in concorrenza perfetta massimizza il profitto espandendo la produzione sino al punto in cui  $RMA = P = CMA$
- Il monopolista massimizza il profitto aumentando la produzione fino a che  $CMA = RMA$ , quindi ad un livello inferiore rispetto alla concorrenza perfetta
- Entrambi **conviene non produrre** quando il  $P < CM$

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il monopolio: la regolamentazione

---

- La regolamentazione del monopolio può avvenire mediante:
  - **controllo del prezzo** (imponendo un prezzo più basso l'impresa è costretta ad aumentare la produzione)
  - **imposta di ammontare fisso** (aumenta il costo fisso e il costo medio può eguagliare il prezzo)
  - **imposta unitaria** (aumenta il costo variabile e quindi varia il costo marginale: diminuisce il profitto ma aumenta il prezzo e diminuisce la quantità)

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## L'oligopolio

---

- Le caratteristiche del mercato di **oligopolio**:
  - Pochi offerenti e numerosi acquirenti (due: duopolio)
  - Gli offerenti hanno la possibilità di influire sul prezzo o la quantità di mercato offerta
  - Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
  - L'accesso degli acquirenti al mercato è libero

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Gli effetti dell'oligopolio

---

- Rispetto alla libera concorrenza:
  - vi sono prezzi più alti
  - le quantità sono contenute
  - i profitti sono elevati
  - vi è espansione della domanda senza aumenti nei prezzi
- Le **strategie** dell'impresa oligopolistica:
  - ridurre i costi di produzione
  - formare coalizioni (orizzontali e verticali):
    - cartelli
    - pool
    - trust
    - ecc....

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## La concorrenza monopolistica

---

- Le caratteristiche del mercato della **concorrenza monopolistica**:
  - Imprese aggregabili in gruppi e numerosi acquirenti
  - La merce offerta è simile ma non identica (sostituibile)
  - Non vi sono barriere legali all'ingresso di nuovi offerenti
  - Non vi sono comportamenti collusivi
  - Ogni impresa è monopolista per il proprio prodotto
  - Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
  - L'accesso al mercato è libero

---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il mercato di concorrenza monopolistica

---

- Forma di mercato con:
  - componente **concorrenziale** (numero elevato di imprese)
  - componente **monopolistica** (prodotto non omogeneo)
- Le strategie dell'impresa in concorrenza monopolistica:
  - Mantenere una posizione di monopolio mediante:
    - Investimenti in ricerca e sviluppo
    - Differenziazione di prodotto
    - Pubblicità
- Fissa il prezzo con criterio **del costo pieno**

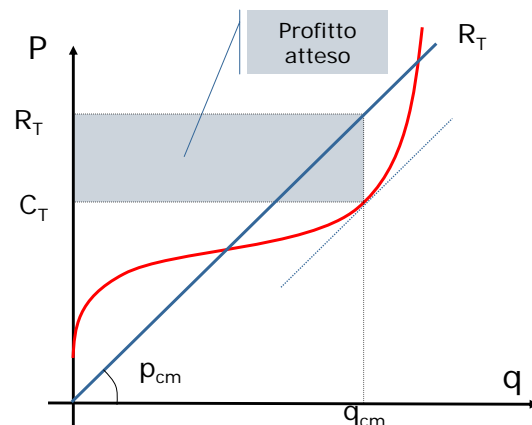
---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Il criterio del costo pieno

---

Costo pieno = Costo totale + Profitto atteso = Ricavo totale



---

Corso di Estimo ed Esercizio Professionale – Prof. Laura Gabrielli – a.a. 2004/05

## Per approfondimenti

---

- Gli argomenti relativi al monopolio e ai mercati di concorrenza imperfetta possono essere approfonditi nei seguenti testi:
  - Salvatore D. (1977), *Microeconomia*, Etas, Milano, cap. 9 e 10.
  - Delbono G., Zamagni R. (1997), *Microeconomia*, Il Mulino, Bologna, Capitolo XIV, pp. 443-453.
  - Varian H. (1993), *Microeconomia*, Cafoscarina, Venezia, cap. 23, pp. 382-398.