
Università degli studi di MACERATA

ECONOMIA POLITICA: MICROECONOMIA

A.A. 2012/2013

LE IMPRESE IN UN MERCATO CONCORRENZIALE

Fabio CLEMENTI

E-mail: fabio.clementi@unimc.it

Web: <http://docenti.unimc.it/docenti/fabio-clementi>

23–24 ottobre 2012

CONTENUTI DELLA LEZIONE

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

Il ricavo dell'impresa

Un esempio numerico

OFFERTA DELL'IMPRESA

Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

Sospensione della produzione e uscita dal mercato

Misurare graficamente il profitto

OFFERTA DI MERCATO

Breve e lungo periodo

Cambiamenti della domanda nel breve e lungo periodo

Pendenza della curva di offerta di lungo periodo

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato concorrenziale?

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato
▷ concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

OFFERTA DELL'IMPRESA

OFFERTA DI MERCATO

- **Ipotesi** Si ipotizza che un mercato in concorrenza perfetta abbia le seguenti caratteristiche:

Che cos'è un mercato concorrenziale?

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato
▷ concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

OFFERTA DELL'IMPRESA

OFFERTA DI MERCATO

- **Ipotesi** Si ipotizza che un mercato in concorrenza perfetta abbia le seguenti caratteristiche:
 1. sul mercato è presente una moltitudine di venditori e di compratori;

Che cos'è un mercato concorrenziale?

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

OFFERTA DELL'IMPRESA

OFFERTA DI MERCATO

- **Ipotesi** Si ipotizza che un mercato in concorrenza perfetta abbia le seguenti caratteristiche:
 1. sul mercato è presente una moltitudine di venditori e di compratori;
 2. i beni offerti dai vari venditori sono perfetti sostituti;

Che cos'è un mercato concorrenziale?

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato
▷ concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

OFFERTA DELL'IMPRESA

OFFERTA DI MERCATO

- **Ipotesi** Si ipotizza che un mercato in concorrenza perfetta abbia le seguenti caratteristiche:
 1. sul mercato è presente una moltitudine di venditori e di compratori;
 2. i beni offerti dai vari venditori sono perfetti sostituti;
 3. le imprese possono entrare e uscire liberamente dal mercato.

Che cos'è un mercato concorrenziale?

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

OFFERTA DELL'IMPRESA

OFFERTA DI MERCATO

- ☐ **Ipotesi** Si ipotizza che un mercato in concorrenza perfetta abbia le seguenti caratteristiche:
 1. sul mercato è presente una moltitudine di venditori e di compratori;
 2. i beni offerti dai vari venditori sono perfetti sostituti;
 3. le imprese possono entrare e uscire liberamente dal mercato.
- ☐ **Implicazioni** Per l'analisi della concorrenza:

Che cos'è un mercato concorrenziale?

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato
▷ concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

OFFERTA DELL'IMPRESA

OFFERTA DI MERCATO

- **Ipotesi** Si ipotizza che un mercato in concorrenza perfetta abbia le seguenti caratteristiche:
 1. sul mercato è presente una moltitudine di venditori e di compratori;
 2. i beni offerti dai vari venditori sono perfetti sostituti;
 3. le imprese possono entrare e uscire liberamente dal mercato.
- **Implicazioni** Per l'analisi della concorrenza:
 - le ipotesi 1 e 2 implicano che l'azione del singolo compratore o venditore nel mercato ha un effetto risibile sulla determinazione del prezzo di mercato; per venditori e compratori il prezzo di mercato è un dato di fatto (si dice che *subiscono il prezzo*);

Che cos'è un mercato concorrenziale?

SIGNIFICATO DI CONCORRENZA

Che cos'è un mercato concorrenziale?

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

OFFERTA DELL'IMPRESA

OFFERTA DI MERCATO

- **Ipotesi** Si ipotizza che un mercato in concorrenza perfetta abbia le seguenti caratteristiche:
 1. sul mercato è presente una moltitudine di venditori e di compratori;
 2. i beni offerti dai vari venditori sono perfetti sostituti;
 3. le imprese possono entrare e uscire liberamente dal mercato.
- **Implicazioni** Per l'analisi della concorrenza:
 - le ipotesi 1 e 2 implicano che l'azione del singolo compratore o venditore nel mercato ha un effetto risibile sulla determinazione del prezzo di mercato; per venditori e compratori il prezzo di mercato è un dato di fatto (si dice che *subiscono il prezzo*);
 - l'ipotesi 3 ha un peso rilevante per determinare il risultato di lungo periodo di un mercato concorrenziale.

MASSIMIZZAZIONE DEL PROFITTO

Il ricavo dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

Il ricavo
▷ dell'impresa

Un esempio
numerico

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

- **Ricavo totale** L'ammontare che un'impresa ricava dalla vendita del suo prodotto.

Il ricavo dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

Il ricavo
▷ dell'impresa

Un esempio
numerico

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

- **Ricavo totale** L'ammontare che un'impresa ricava dalla vendita del suo prodotto.
- **Ricavo medio** Il ricavo totale diviso per la quantità venduta.

Il ricavo dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

Il ricavo
▷ dell'impresa

Un esempio
numerico

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

- **Ricavo totale** L'ammontare che un'impresa ricava dalla vendita del suo prodotto.
- **Ricavo medio** Il ricavo totale diviso per la quantità venduta.
- **Ricavo marginale** L'aumento del ricavo totale a fronte di un aumento unitario della quantità venduta.

Tabella 1 Ricavo totale, medio e marginale

Quantità (litri) (Q)	Prezzo (€) (P)	Ricavo totale (€) ($RT = P \times Q$)	Ricavo medio (€) ($RMe = RT/Q$)	Ricavo marginale (€) ($RM = \Delta RT / \Delta Q$)
1	6	6	6	6
2	6	12	6	6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6
8	6	48	6	6

Il ricavo dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

Il ricavo
▷ dell'impresa

Un esempio
numerico

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

- **Ricavo totale** L'ammontare che un'impresa ricava dalla vendita del suo prodotto.
- **Ricavo medio** Il ricavo totale diviso per la quantità venduta.
- **Ricavo marginale** L'aumento del ricavo totale a fronte di un aumento unitario della quantità venduta.

Il ricavo dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

Il ricavo
▷ dell'impresa

Un esempio
numerico

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

- **Ricavo totale** L'ammontare che un'impresa ricava dalla vendita del suo prodotto.
- **Ricavo medio** Il ricavo totale diviso per la quantità venduta.
- **Ricavo marginale** L'aumento del ricavo totale a fronte di un aumento unitario della quantità venduta.
- **Profitto** Il ricavo totale meno il costo totale.

Tabella 2 La massimizzazione del profitto: un esempio numerico

Quantità (litri) (Q)	Ricavo totale (€) (RT)	Costo totale (€) (CT)	Profitto (€) ($RT - CT$)	Ricavo marginale (€) ($RM = \Delta RT / \Delta Q$)	Costo marginale (€) ($CM = \Delta CT / \Delta Q$)	Variazione del profitto (€) ($RM - CM$)
0	0	3	-3			
1	6	5	1	6	2	4
2	12	8	4	6	3	3
3	18	12	6	6	4	2
4	24	17	7	6	5	1
5	30	23	7	6	6	0
6	36	30	6	6	7	-1
7	42	38	4	6	8	-2
8	48	47	1	6	9	-3

OFFERTA DELL'IMPRESA

Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e
offerta

▷ dell'impresa

Sospensione della
produzione e uscita
dal mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Regole per la massimizzazione del profitto** Il fondamento del processo decisionale dell'impresa razionale che massimizza il profitto è rappresentato dalle seguenti regole di carattere generale:

Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e
offerta

▷ dell'impresa

Sospensione della
produzione e uscita
dal mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Regole per la massimizzazione del profitto** Il fondamento del processo decisionale dell'impresa razionale che massimizza il profitto è rappresentato dalle seguenti regole di carattere generale:
 - se il ricavo marginale è superiore al costo marginale, l'impresa deve aumentare la produzione;

Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e
offerta
dell'impresa

Sospensione della
produzione e uscita
dal mercato
Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Regole per la massimizzazione del profitto** Il fondamento del processo decisionale dell'impresa razionale che massimizza il profitto è rappresentato dalle seguenti regole di carattere generale:
 - se il ricavo marginale è superiore al costo marginale, l'impresa deve aumentare la produzione;
 - se il ricavo marginale è inferiore al costo marginale, l'impresa deve diminuire la produzione;

Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e
offerta
▷ dell'impresa

Sospensione della
produzione e uscita
dal mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Regole per la massimizzazione del profitto** Il fondamento del processo decisionale dell'impresa razionale che massimizza il profitto è rappresentato dalle seguenti regole di carattere generale:
- se il ricavo marginale è superiore al costo marginale, l'impresa deve aumentare la produzione;
 - se il ricavo marginale è inferiore al costo marginale, l'impresa deve diminuire la produzione;
 - il livello di produzione che massimizza il profitto è quello per il quale il ricavo marginale è esattamente uguale al costo marginale.

Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e
offerta
▷ dell'impresa

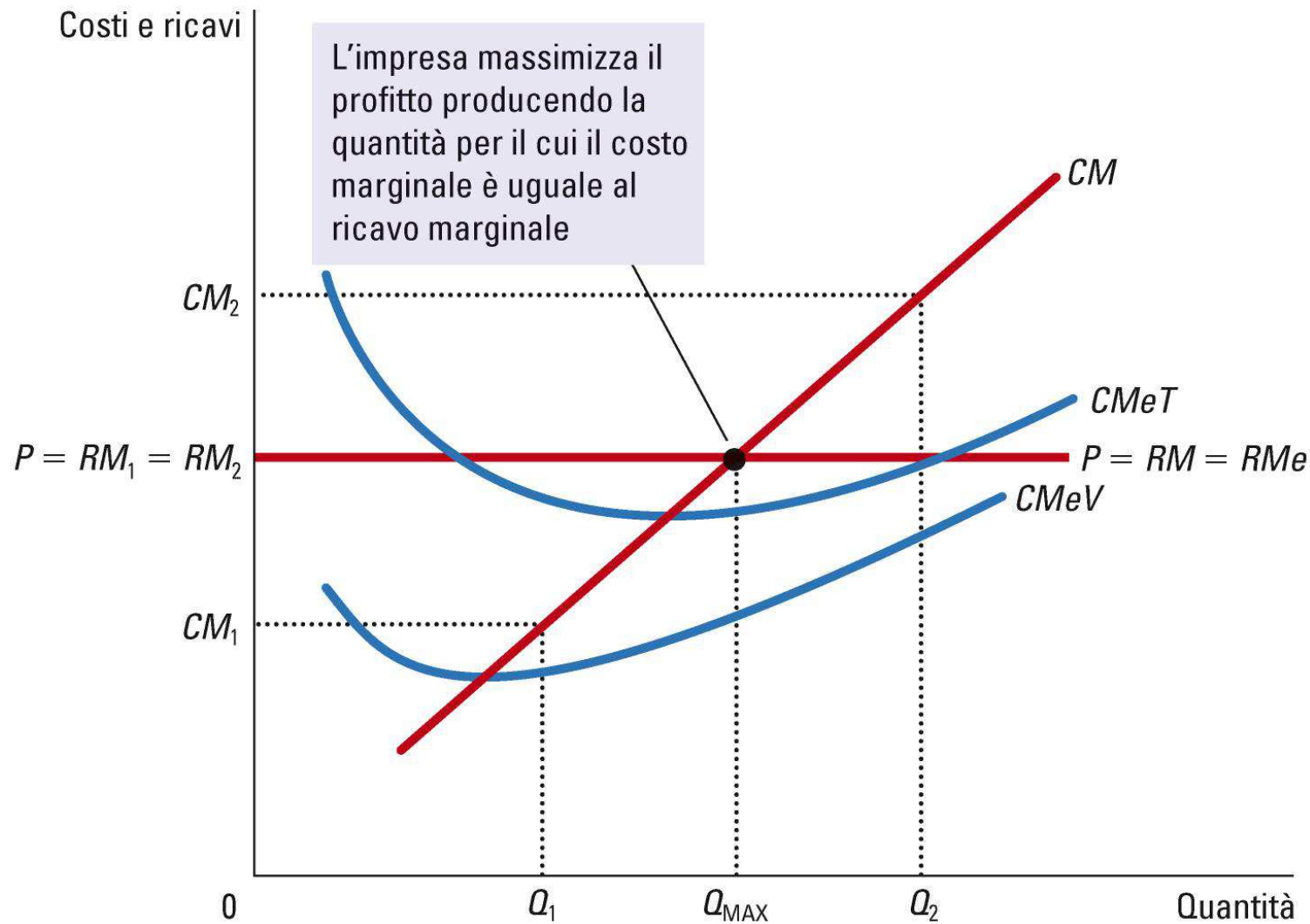
Sospensione della
produzione e uscita
dal mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Regole per la massimizzazione del profitto** Il fondamento del processo decisionale dell'impresa razionale che massimizza il profitto è rappresentato dalle seguenti regole di carattere generale:
 - se il ricavo marginale è superiore al costo marginale, l'impresa deve aumentare la produzione;
 - se il ricavo marginale è inferiore al costo marginale, l'impresa deve diminuire la produzione;
 - il livello di produzione che massimizza il profitto è quello per il quale il ricavo marginale è esattamente uguale al costo marginale.
- **Massimizzazione del profitto in concorrenza perfetta** Poiché subisce il prezzo, il ricavo marginale dell'impresa in concorrenza perfetta è uguale al prezzo di mercato; per ogni dato prezzo di mercato, la quantità che massimizza il profitto dell'impresa in concorrenza perfetta può essere individuata all'intersezione del livello del prezzo con la curva del costo marginale.

Figura 1 La massimizzazione del profitto di un'impresa concorrenziale



Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e
offerta
▷ dell'impresa

Sospensione della
produzione e uscita
dal mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Regole per la massimizzazione del profitto** Il fondamento del processo decisionale dell'impresa razionale che massimizza il profitto è rappresentato dalle seguenti regole di carattere generale:
 - se il ricavo marginale è superiore al costo marginale, l'impresa deve aumentare la produzione;
 - se il ricavo marginale è inferiore al costo marginale, l'impresa deve diminuire la produzione;
 - il livello di produzione che massimizza il profitto è quello per il quale il ricavo marginale è esattamente uguale al costo marginale.
- **Massimizzazione del profitto in concorrenza perfetta** Poiché subisce il prezzo, il ricavo marginale dell'impresa in concorrenza perfetta è uguale al prezzo di mercato; per ogni dato prezzo di mercato, la quantità che massimizza il profitto dell'impresa in concorrenza perfetta può essere individuata all'intersezione del livello del prezzo con la curva del costo marginale.

Curva di costo marginale e offerta dell'impresa

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e
offerta

▷ dell'impresa

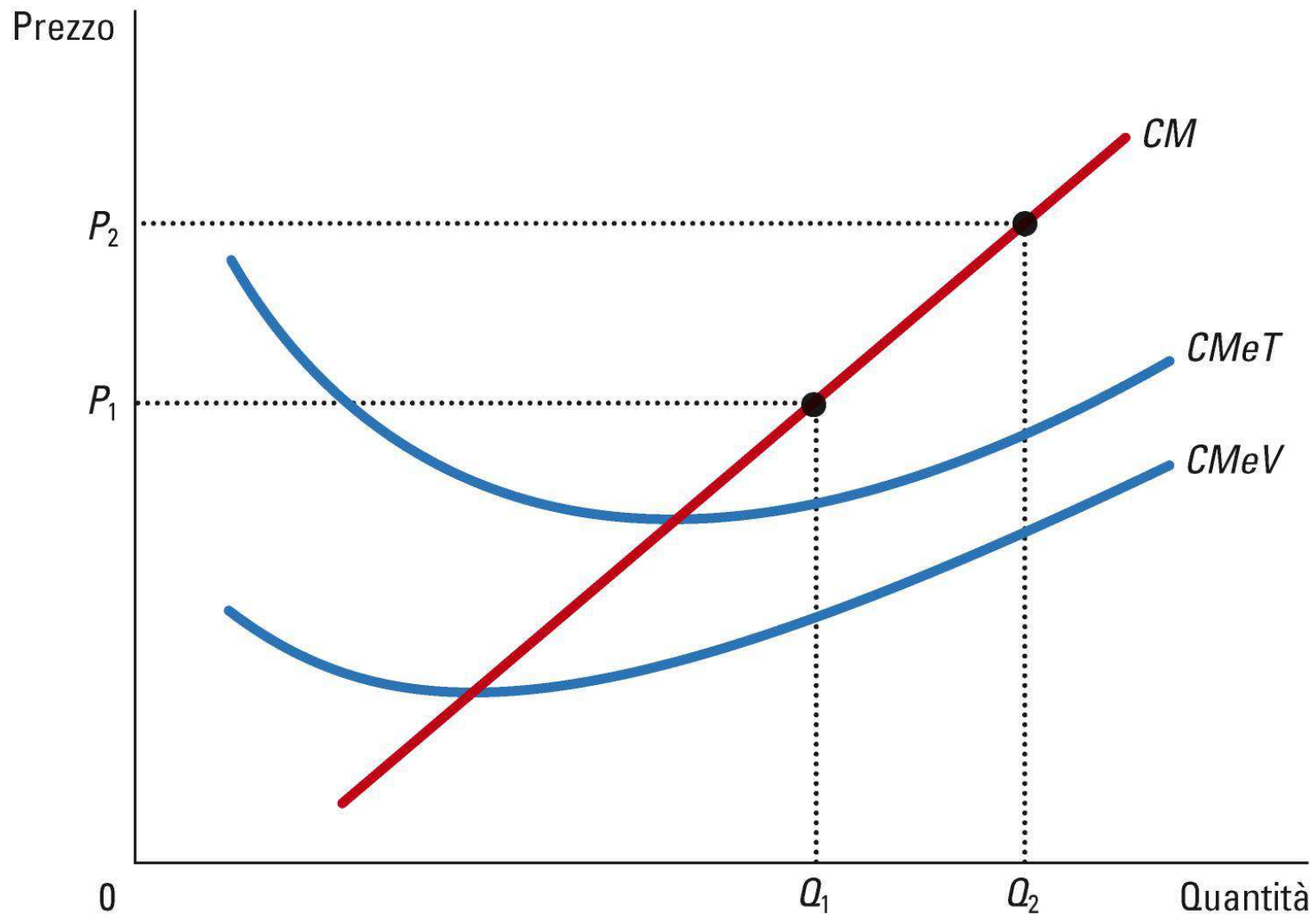
Sospensione della
produzione e uscita
dal mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- ☐ **Regole per la massimizzazione del profitto** Il fondamento del processo decisionale dell'impresa razionale che massimizza il profitto è rappresentato dalle seguenti regole di carattere generale:
 - se il ricavo marginale è superiore al costo marginale, l'impresa deve aumentare la produzione;
 - se il ricavo marginale è inferiore al costo marginale, l'impresa deve diminuire la produzione;
 - il livello di produzione che massimizza il profitto è quello per il quale il ricavo marginale è esattamente uguale al costo marginale.
- ☐ **Massimizzazione del profitto in concorrenza perfetta** Poiché subisce il prezzo, il ricavo marginale dell'impresa in concorrenza perfetta è uguale al prezzo di mercato; per ogni dato prezzo di mercato, la quantità che massimizza il profitto dell'impresa in concorrenza perfetta può essere individuata all'intersezione del livello del prezzo con la curva del costo marginale.
- ☐ **Costo marginale e curva di offerta** In sostanza, la curva di costo marginale determina la quantità offerta dall'impresa in concorrenza perfetta a ogni dato livello di prezzo, ed è perciò la sua curva di offerta.

Figura 2 La curva di costo marginale come curva di offerta



Sospensione della produzione e uscita dal mercato

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e offerta
dell'impresa

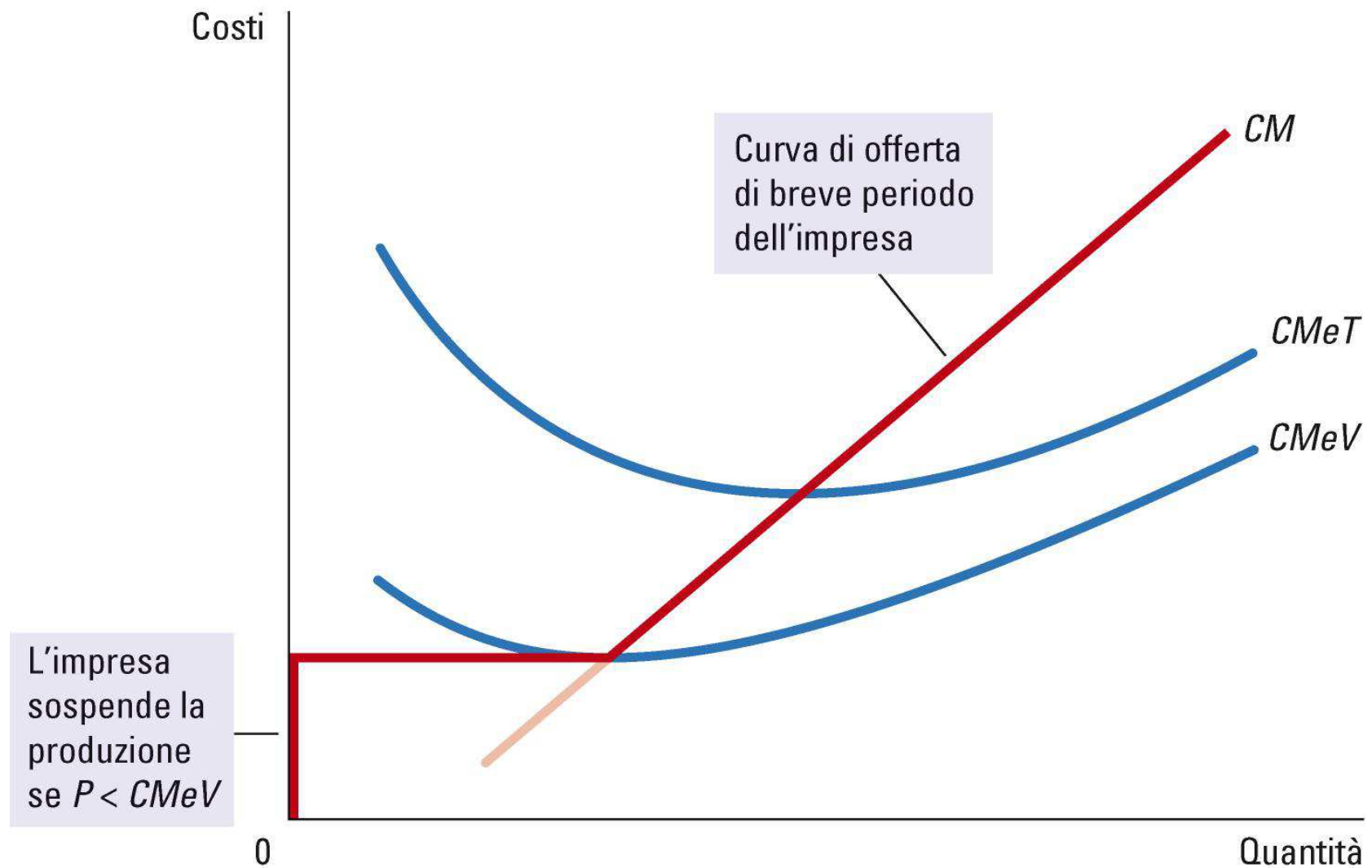
Sospensione
della produzione
e uscita dal
▷ mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Sospensione della produzione** Nel breve periodo un'impresa non può evitare i costi fissi, quindi sospende la produzione se il prezzo è inferiore al costo medio variabile.

Figura 3 La decisione di sospendere la produzione nel breve periodo



Sospensione della produzione e uscita dal mercato

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e offerta
dell'impresa

Sospensione
della produzione
e uscita dal
▷ mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Sospensione della produzione** Nel breve periodo un'impresa non può evitare i costi fissi, quindi sospende la produzione se il prezzo è inferiore al costo medio variabile.

Sospensione della produzione e uscita dal mercato

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

Curva di costo
marginale e offerta
dell'impresa

Sospensione
della produzione
e uscita dal
▷ mercato

Misurare
graficamente il
profitto

OFFERTA DI
MERCATO

- **Sospensione della produzione** Nel breve periodo un'impresa non può evitare i costi fissi, quindi sospende la produzione se il prezzo è inferiore al costo medio variabile.
- **Uscita dal mercato** Nel lungo periodo l'impresa può evitare sia i costi variabili sia i costi fissi, quindi esce dal mercato se il prezzo è inferiore al costo medio totale.

Figura 4 La decisione di uscire dal mercato nel lungo periodo

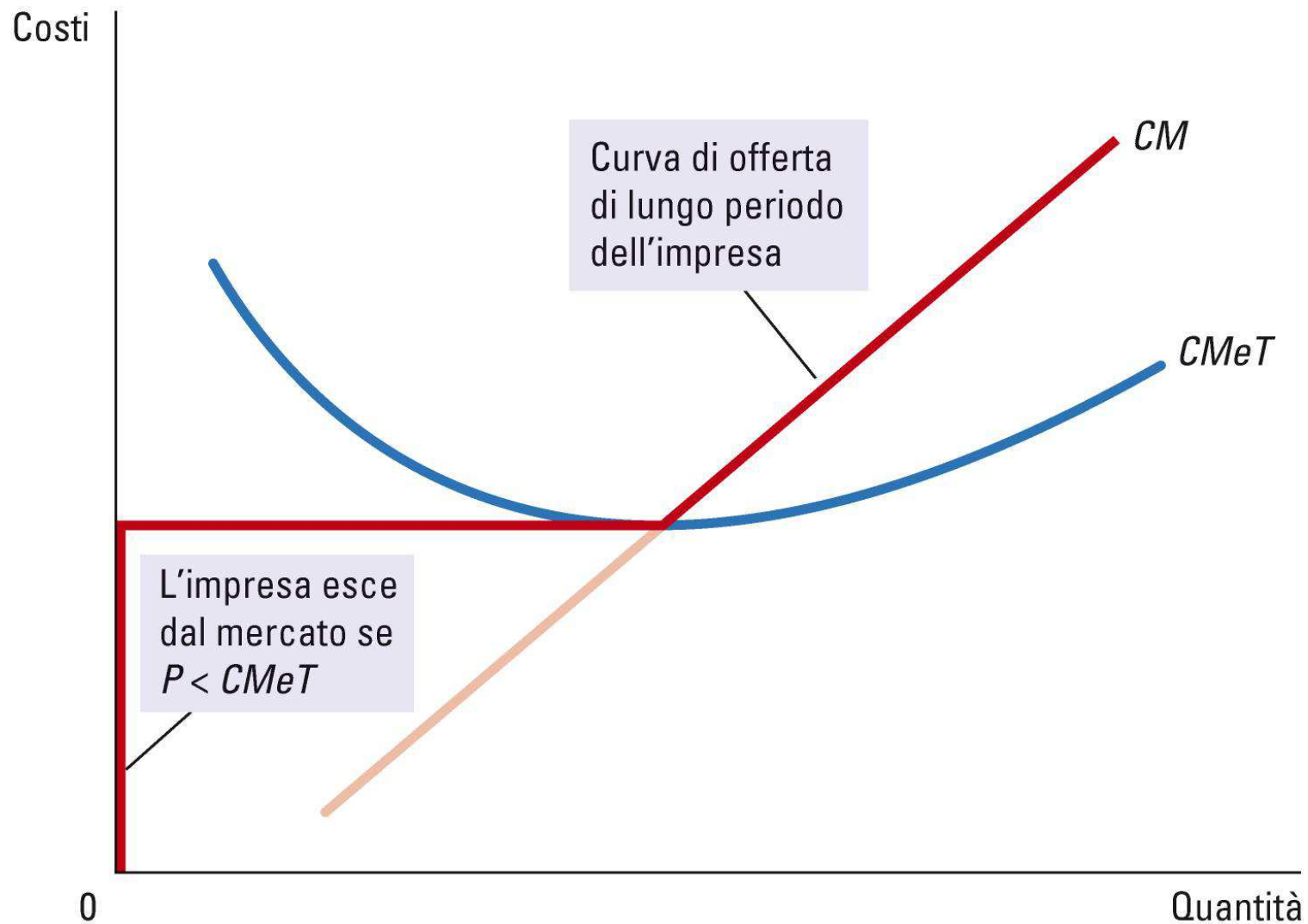
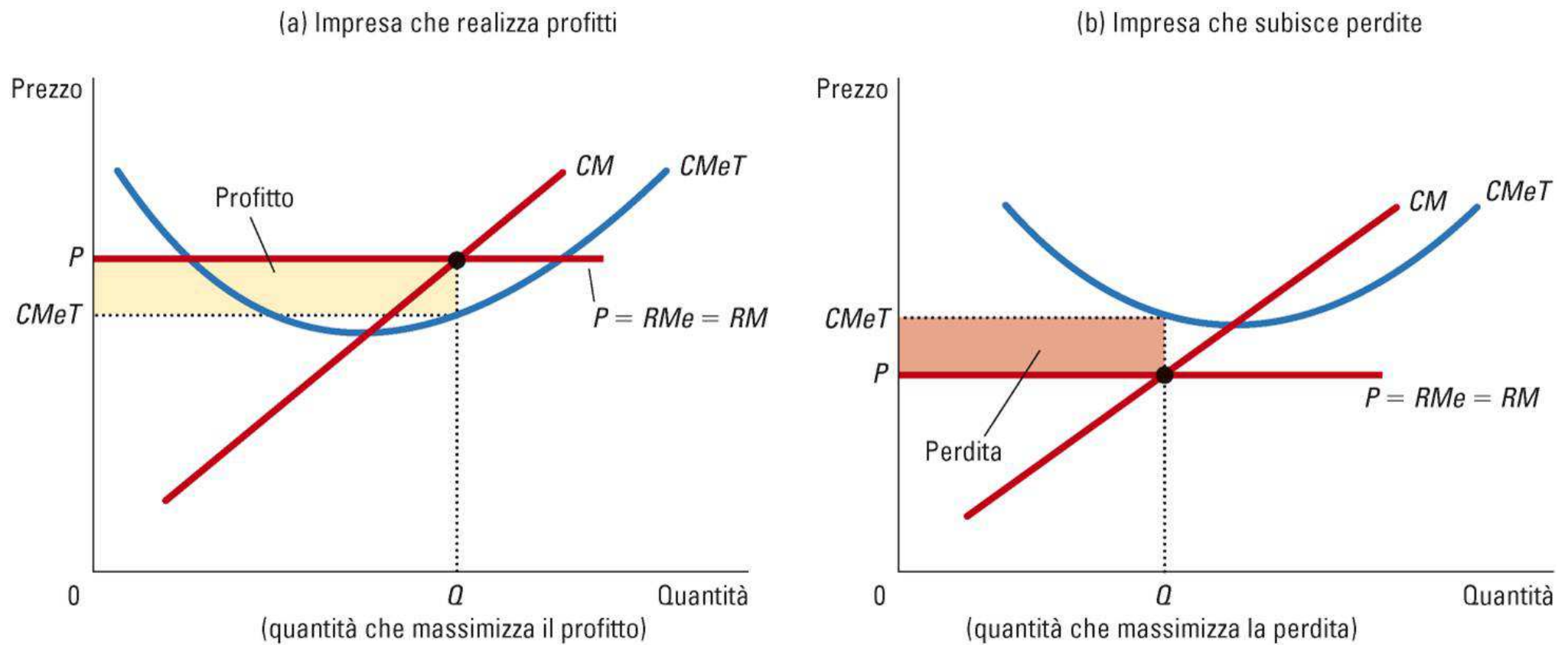


Figura 5 Misurare graficamente il profitto



OFFERTA DI MERCATO

Breve e lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

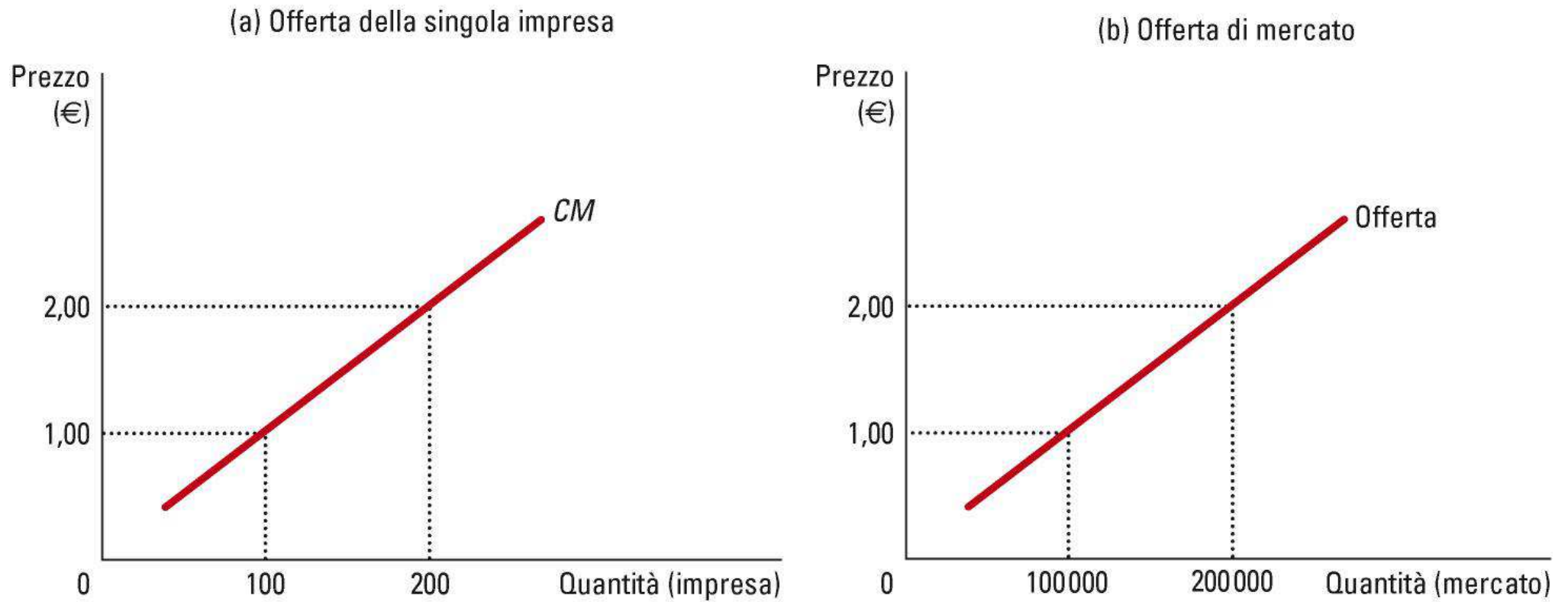
Breve e lungo
periodo

Cambiamenti della
domanda nel breve
e lungo periodo

Pendenza della
curva di offerta di
lungo periodo

- **Breve periodo** Nel breve periodo è spesso difficile per un'impresa decidere di uscire dal (o entrare nel) mercato, e quindi il numero delle imprese nel mercato è determinato; di conseguenza, la curva di offerta di mercato corrisponde alla somma orizzontale delle curve di costo marginale delle singole imprese.

Figura 6 L'offerta di mercato di breve periodo



Breve e lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

Breve e lungo
▷ periodo

Cambiamenti della
domanda nel breve
e lungo periodo

Pendenza della
curva di offerta di
lungo periodo

- **Breve periodo** Nel breve periodo è spesso difficile per un'impresa decidere di uscire dal (o entrare nel) mercato, e quindi il numero delle imprese nel mercato è determinato; in conseguenza, la curva di offerta di mercato corrisponde alla somma orizzontale delle curve di costo marginale delle singole imprese.

Breve e lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

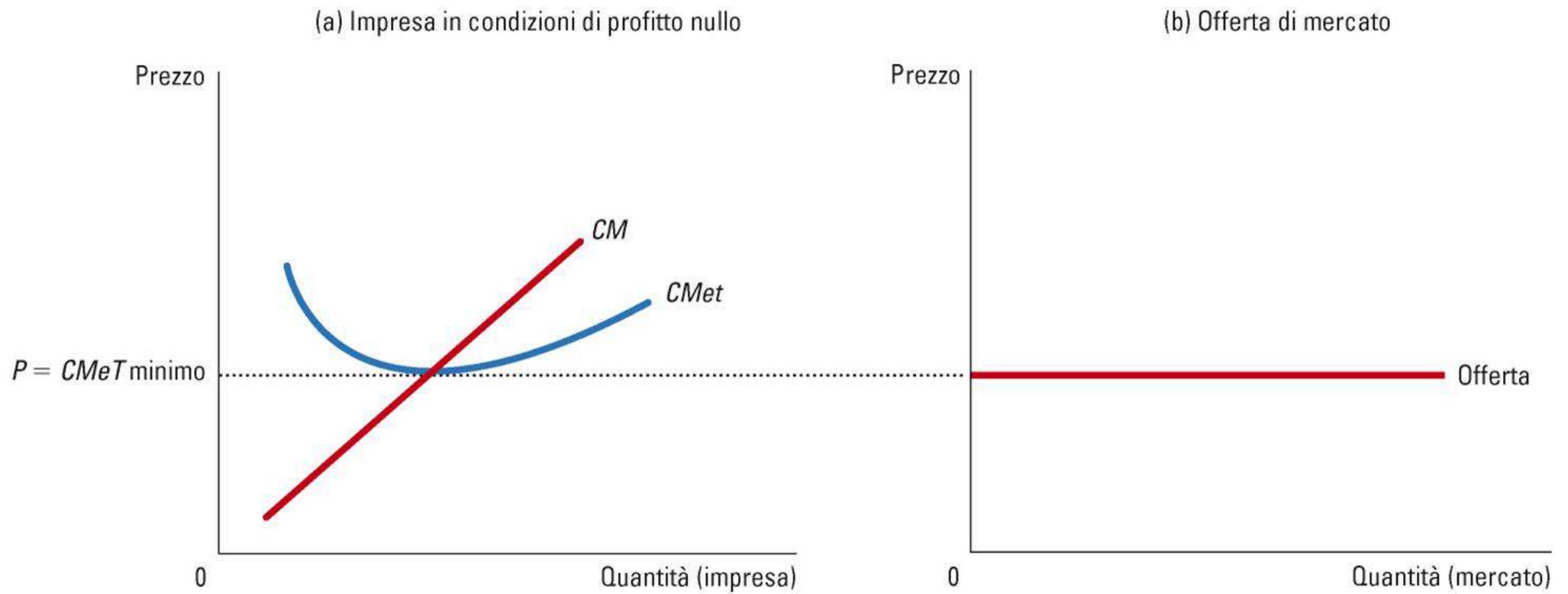
Breve e lungo
▷ periodo

Cambiamenti della
domanda nel breve
e lungo periodo

Pendenza della
curva di offerta di
lungo periodo

- **Breve periodo** Nel breve periodo è spesso difficile per un'impresa decidere di uscire dal (o entrare nel) mercato, e quindi il numero delle imprese nel mercato è determinato; in conseguenza, la curva di offerta di mercato corrisponde alla somma orizzontale delle curve di costo marginale delle singole imprese.
- **Lungo periodo** Nel lungo periodo le imprese continuano a entrare nel (o uscire dal) mercato finché il profitto economico non diventa nullo; il numero delle imprese attive nel mercato si aggiusta in modo da soddisfare tutta la domanda e l'offerta di mercato è una retta orizzontale corrispondente ad un livello di prezzo uguale al costo medio totale minimo (dimensione efficiente).

Figura 7 L'offerta di mercato di lungo periodo



Cambiamenti della domanda nel breve e lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

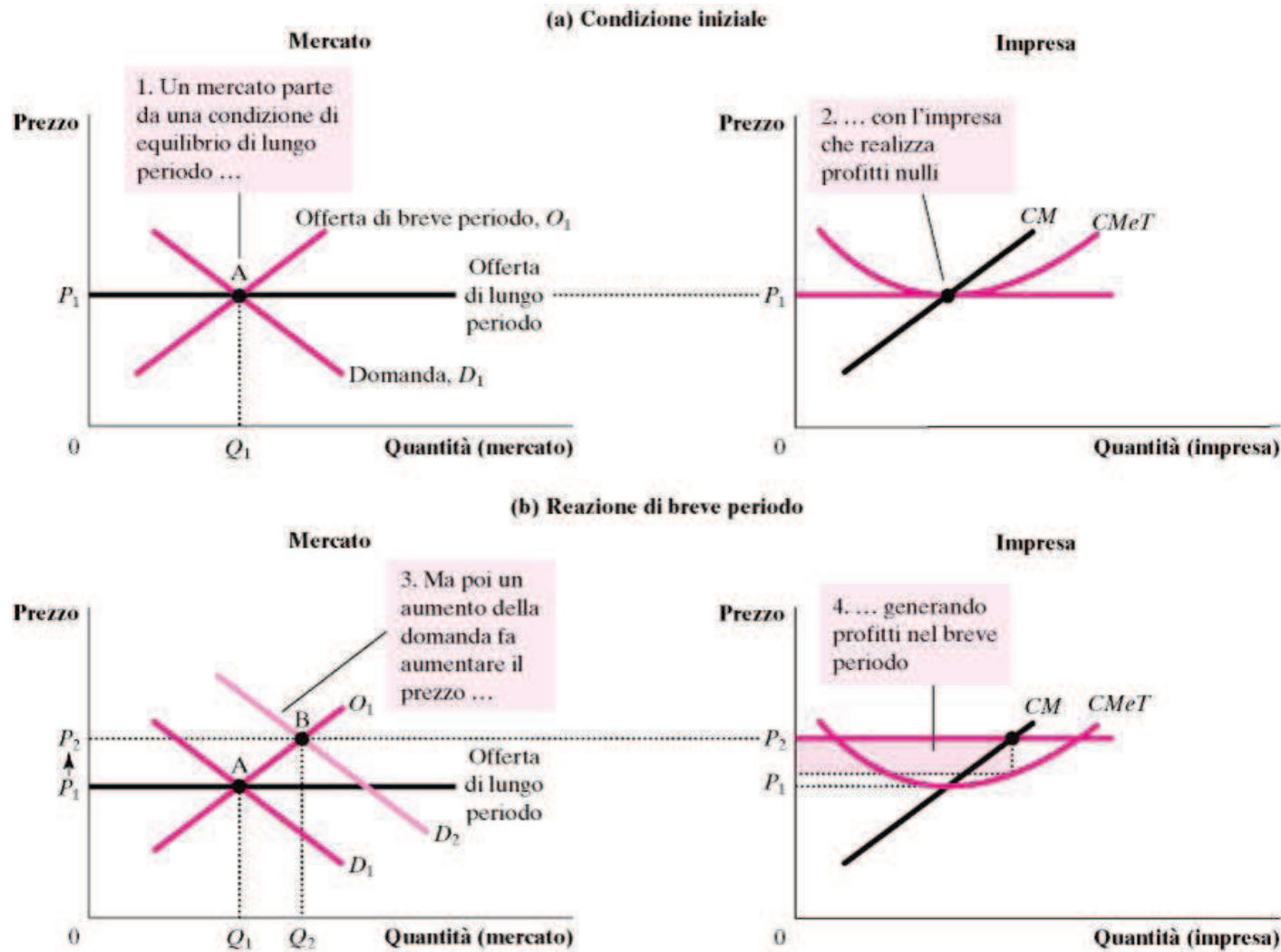
Breve e lungo
periodo

Cambiamenti
della domanda
nel breve e lungo
periodo

Pendenza della
curva di offerta di
lungo periodo

- **Breve periodo** Nel breve periodo, un aumento della domanda induce un aumento del prezzo, generando profitti, mentre una contrazione della domanda induce un abbassamento del prezzo, provocando perdite.

Figura 8 Un aumento della domanda nel breve periodo



Cambiamenti della domanda nel breve e lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

Breve e lungo
periodo

Cambiamenti
della domanda
nel breve e lungo
periodo

Pendenza della
curva di offerta di
lungo periodo

- **Breve periodo** Nel breve periodo, un aumento della domanda induce un aumento del prezzo, generando profitti, mentre una contrazione della domanda induce un abbassamento del prezzo, provocando perdite.

Cambiamenti della domanda nel breve e lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

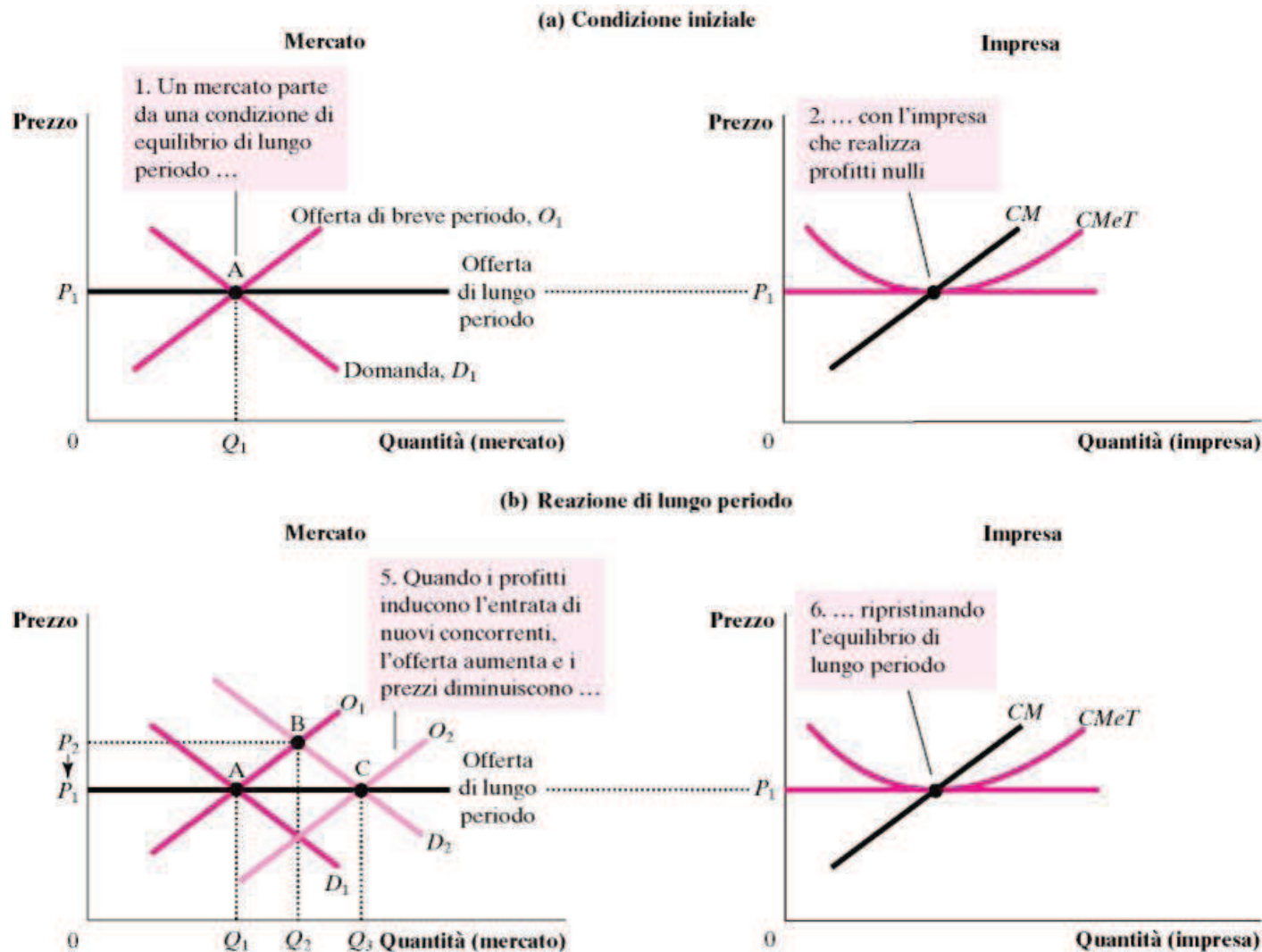
Breve e lungo
periodo

Cambiamenti
della domanda
nel breve e lungo
periodo

Pendenza della
curva di offerta di
lungo periodo

- **Breve periodo** Nel breve periodo, un aumento della domanda induce un aumento del prezzo, generando profitti, mentre una contrazione della domanda induce un abbassamento del prezzo, provocando perdite.
- **Lungo periodo** Se le imprese possono liberamente entrare nel (o uscire dal) mercato, nel lungo periodo il numero delle imprese attive nel mercato si aggiusta in modo da riportare il mercato all'equilibrio di profitto nullo.

Figura 9 Un aumento della domanda nel lungo periodo



Pendenza della curva di offerta di lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

Breve e lungo
periodo

Cambiamenti della
domanda nel breve
e lungo periodo

Pendenza della
curva di offerta
▷ di lungo periodo

- **Pendenza positiva** Anche se l'ingresso nel mercato è libero, la curva di offerta di mercato di lungo periodo potrebbe avere pendenza positiva – invece di essere orizzontale – per due ragioni:

Pendenza della curva di offerta di lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

Breve e lungo
periodo

Cambiamenti della
domanda nel breve
e lungo periodo

Pendenza della
curva di offerta
▷ di lungo periodo

□ **Pendenza positiva** Anche se l'ingresso nel mercato è libero, la curva di offerta di mercato di lungo periodo potrebbe avere pendenza positiva – invece di essere orizzontale – per due ragioni:

1. alcune delle risorse utilizzate nella produzione potrebbero essere disponibili solo in quantità limitate; in questo caso un aumento della domanda non potrebbe provocare un aumento della quantità offerta senza provocare anche un aumento dei costi di produzione e, quindi, del prezzo;

Pendenza della curva di offerta di lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

Breve e lungo
periodo

Cambiamenti della
domanda nel breve
e lungo periodo

▷ Pendenza della
curva di offerta
di lungo periodo

- **Pendenza positiva** Anche se l'ingresso nel mercato è libero, la curva di offerta di mercato di lungo periodo potrebbe avere pendenza positiva – invece di essere orizzontale – per due ragioni:
 1. alcune delle risorse utilizzate nella produzione potrebbero essere disponibili solo in quantità limitate; in questo caso un aumento della domanda non potrebbe provocare un aumento della quantità offerta senza provocare anche un aumento dei costi di produzione e, quindi, del prezzo;
 2. le imprese hanno profili di costo diversi; in questo caso l'entrata di nuove imprese nel mercato non annulla i profitti, perché i potenziali entranti hanno costi più elevati delle imprese già presenti nel mercato, e le nuove imprese entrano nel mercato solo se il prezzo aumenta abbastanza da rendere l'ingresso nel mercato profittevole anche per loro.

Pendenza della curva di offerta di lungo periodo

SIGNIFICATO DI
CONCORRENZA

MASSIMIZZAZIONE
DEL PROFITTO

OFFERTA
DELL'IMPRESA

OFFERTA DI
MERCATO

Breve e lungo
periodo

Cambiamenti della
domanda nel breve
e lungo periodo

▷ Pendenza della
curva di offerta
di lungo periodo

- **Pendenza positiva** Anche se l'ingresso nel mercato è libero, la curva di offerta di mercato di lungo periodo potrebbe avere pendenza positiva – invece di essere orizzontale – per due ragioni:
 1. alcune delle risorse utilizzate nella produzione potrebbero essere disponibili solo in quantità limitate; in questo caso un aumento della domanda non potrebbe provocare un aumento della quantità offerta senza provocare anche un aumento dei costi di produzione e, quindi, del prezzo;
 2. le imprese hanno profili di costo diversi; in questo caso l'entrata di nuove imprese nel mercato non annulla i profitti, perché i potenziali entranti hanno costi più elevati delle imprese già presenti nel mercato, e le nuove imprese entrano nel mercato solo se il prezzo aumenta abbastanza da rendere l'ingresso nel mercato profittevole anche per loro.
- **Elasticità dell'offerta** Dato che le imprese possono entrare o uscire con maggiore facilità nel lungo periodo, la curva di offerta di mercato di lungo periodo è solitamente più elastica di quella di breve periodo.

Grazie a tutti!