

## ECONOMIA

Economia=scienza che cerca di prevedere le scelte delle persone.

Economia politica=scienza che studia il comportamento umano come relazione tra fini e mezzi scarsi suscettibili di usi alternativi. Diversa da politica economica, che è l'applicazione in ambito pubblico dell'economia politica.

**Microeconomia:** economia politica che si occupa delle scelte dei singoli.

**Macroeconomia:** sistema economico nel complesso.

Ci sono **10 principi**, tra cui: -1→ gli individui devono affrontare scelte alternative; es: efficienza o equità, ambiente o reddito.

-2→ il costo di una scelta è ciò a cui si deve rinunciare per averla.

-3→ in economia non c'è niente di assoluto, si prende in considerazione solo il margine. La scelta dipende dal punto di vista attuale. Le preferenze non sono lineari.

-4→ gli individui rispondono agli incentivi. Incentivi all'agricoltura= agricoltura in crisi.

-5→ lo scambio può essere vantaggioso per tutti.

-6→ i mercati sono di solito uno strumento efficace per organizzare l'attività economica. Dalla mano invisibile di Smith si è passati alla teoria di Marx.

-7→ a volte l'intervento dello stato può migliorare i fallimenti, i risultati del mercato. Difesa delle leggi; fallimento del mercato (es ILVA).

**Antitrust**=evitare che le aziende si mettano d'accordo e facciano pagare più del dovuto.

**Trattato di Schengen:** dell'UE, libera circolazione di merci e persone.

Liberalisti→ credono nel libero scambio; benessere dei consumatori.

Realtà→ gli individui sono portatori di interessi diversi.

**Economia come scienza:** osservazione realtà→tesi→ipotesi→analizzare dati. Si creano modelli ideali.

Innovazione: per gli economisti è il benessere che crea.

**Analisi positiva**→considerazione dei dati di fatto.

**Analisi normativa**→consigli politici.

L'analisi usa due strumenti: statistiche e grafici.

**Variabili omesse:** manca una variabile, che però è correlata alle altre due (accendini-cancro).

**Causalità inversa:** confondere causa-effetto.

**Correlazioni spurie:** probabilità che due cose siano correlate al 100%, ma non abbiano senso insieme→ si omettono variabili o causalità inversa.

**Teoria di mercato:** spiega come si formano i prezzi. **Mercato:** punto di incontro tra domanda e offerta. Domanda= necessità di soddisfare i propri bisogni e disponibilità a pagare. Offerta= necessità di vendere beni e disponibilità a cederli. **Necessità:** disponibilità a pagare/ vendere→costo per entrambi. **Contrapposizione:** prezzi alti vs prezzi bassi.

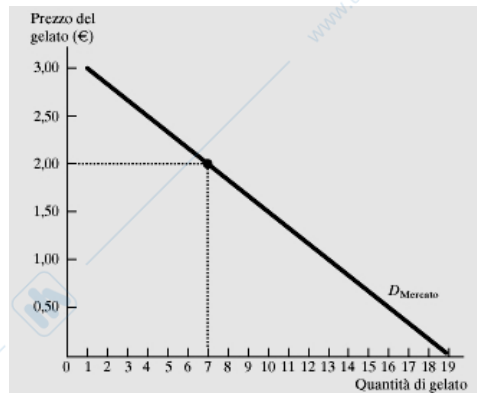
**Mercato concorrenziale:** componenti domanda/offerta hanno la stessa forza, sono all'equilibrio. Le scelte del singolo non influiscono sul prezzo del bene.

**Concorrenza monopolistica:** molti produttori di un bene differenziabile rispetto al concorrente, differenziamento del prezzo.

**Oligopolio:** prodotti indifferenziati, le aziende che detengono una quota di mercato sono poche.

**Monopolio:** scambi tra aziende, dove domanda è più potente dell'offerta. Domanda fissa il proprio prezzo.

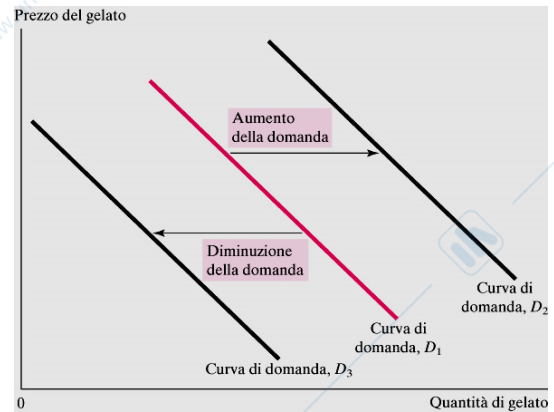
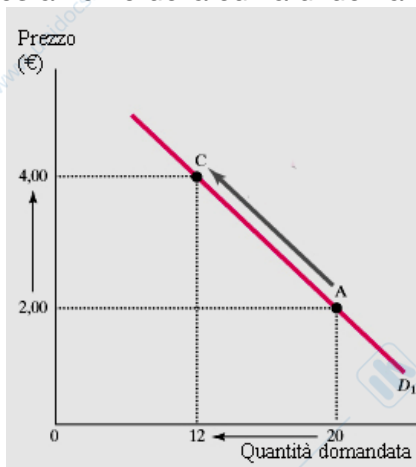
**Funzione di domanda:** -Funzione inversa o negativa: es. DOMANDA-PREZZO=domanda bene diminuisce all'aumentare del prezzo;  $y=f(x)$  con pendenza negativa ( $y$ =prezzo,  $x$ =acquisti).



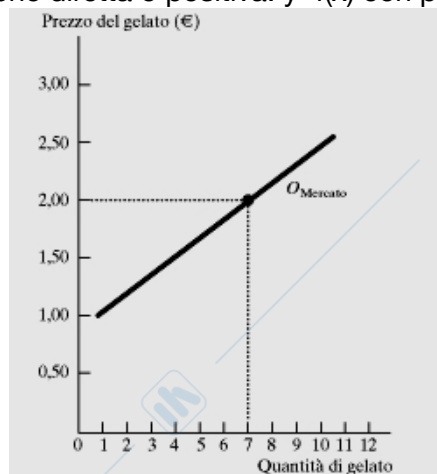
**Effetto del reddito:** quando il reddito aumenta, gli acquisti aumentano e viceversa.

**Altri fattori che influenzano la domanda:** reddito, preferenze, consumo di beni complementari, pubblicità, popolazione (più persone ci sono, maggiore è il reddito e la domanda aumenta), aspettative (rischio).

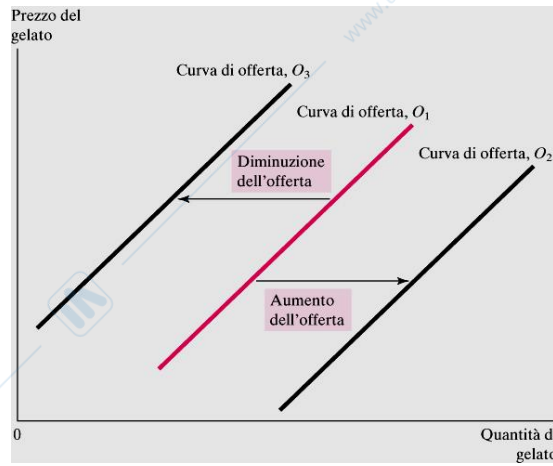
Il cambiamento di prezzo induce lo spostamento lungo la curva, le altre variabili inducono lo spostamento della curva di domanda a destra se aumenta, a sinistra se diminuisce.



**Funzione di offerta:** -Funzione diretta o positiva:  $y=f(x)$  con pendenza positiva ( $\Delta y/\Delta x$ ).

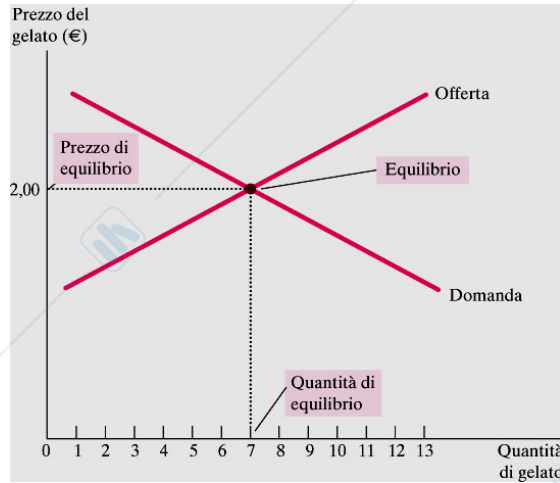


A parità di altre condizioni, la quantità di un bene aumenta all'aumentare del prezzo. Anche in questo caso l'unico fattore variabile è il prezzo di mercato. [aumento offerta → curva verso dx; diminuzione → curva verso sx].

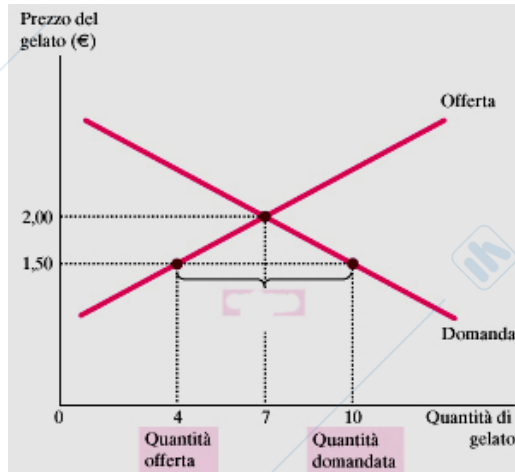
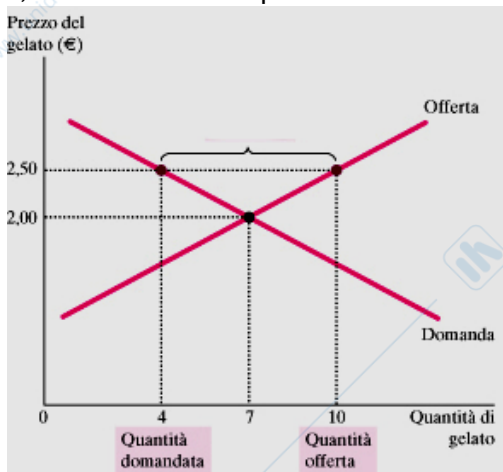


**Altri fattori che influenzano la domanda:** redditività dei beni, tecnologia, fattori naturali e sociali, prezzo dei fattori di produzione, aspettative produttori, numero venditori. Il cambiamento di prezzo induce lo spostamento lungo la curva, le altre variabili inducono lo spostamento della curva di domanda.

**Composizione di domanda e offerta:** situazione di equilibrio di mercato, dove diverse forze si bilanciano. Funzione= X (curva domanda e curva offerta). Al prezzo di equilibrio, le quantità del bene che i compratori vogliono e possono acquistare equivale alla quantità che i venditori vogliono e possono vendere.



In condizioni di mercato concorrenziale i prezzi tendono a diminuire quando c'è un eccesso di offerta, o ad aumentare quando c'è un eccesso di domanda.



[nella parte superiore della X si ha una eccedenza; inferiore una scarsità]

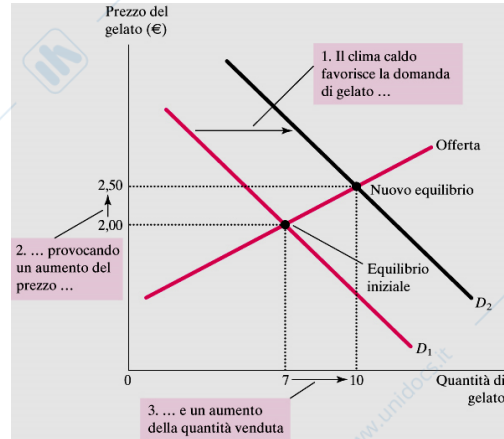
**Legge domanda-offerta:** il prezzo di ogni bene tende ad aggiustarsi naturalmente in modo da portare domanda e offerta in condizioni di equilibrio. Si può quindi prevedere l'effetto di un cambiamento di domanda e offerta sul prezzo di mercato.

**Variazioni dell'equilibrio:** 3 fasi di analisi: -1°→stabilire se l'evento induce cambiamenti sulle curve di domanda e offerta;

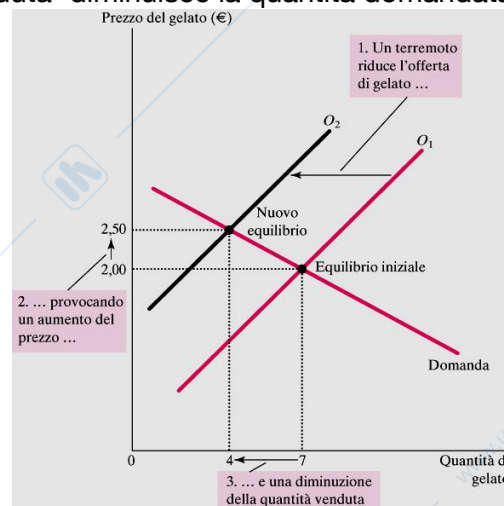
-2°→stabilire in quale direzione si sposta ogni curva;

-3°→tracciare il grafico domanda-offerta per valutare l'effetto dell'evento sull'equilibrio.

**Espansione della domanda:** grafico= X con 1 offerta e 2 curve domanda (quella spostata verso dx→nuovo equilibrio). Effetto: i produttori aumentano la quantità di offerta ( $\neq$  da offerta di mercato) e il prezzo di mercato.



**Contrazione dell'offerta:** grafico= X con 1 domanda e 2 curve offerta (quella spostata verso sx→nuovo equilibrio). Effetto: i consumatori devono accettare un prezzo maggiore e perciò diminuisce la quantità venduta→diminuisce la quantità domandata ( $\neq$  da domanda di mercato).



**Elasticità:** Indici=valori matematici privi di unità di misura, che danno informazioni sul fenomeno osservato. Confrontano due entità (per es). Semplificano la trattazione dei fenomeni. Indice elasticità=indicazione di spostamento dei prezzi di mercato domanda-offerta.

**Diversi tipi di elasticità:** -elasticità della domanda→quanto varia la domanda in base alla variazione del prezzo;

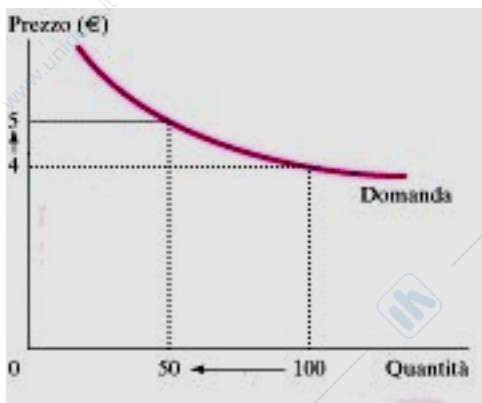
-dell'offerta;

-della domanda al reddito;

-incrociata.

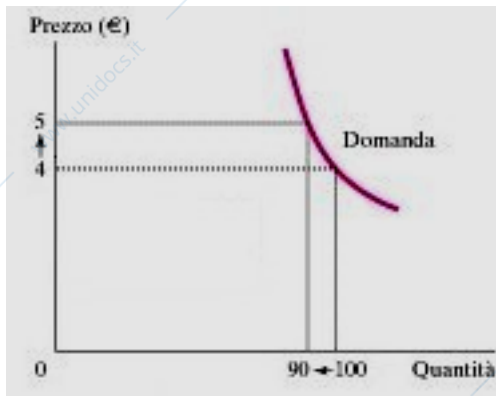
L'elasticità misura la sensibilità della quantità del prezzo.  $\epsilon = \Delta x / \Delta y = \text{variaz \% quantità} / \text{variaz \% prezzo}$ . È versatile, uno strumento utile per le scelte aziendali (es come creare sconti) e politiche, consente il confronto di mercati di beni differenti, definisce la natura dei beni. È un numero puro e viene calcolato con il metodo del punto medio. Calcola variazione % di domanda al variare del prezzo dei beni.

$$\epsilon = (Q_2 - Q_1) / [Q_2 + Q_1 / 2] / (P_2 - P_1) / [P_2 + P_1 / 2]$$



$\epsilon > 1$  domanda elastica  $\rightarrow$  numeratore  $>$  denominatore  $\rightarrow$  reazione più che proporzionale della domanda alla variazione di prezzo; grafico curva (breve verso alto-dx).

$\epsilon = 1$  elasticità unitaria  $\rightarrow$  domanda e prezzo si muovono in maniera proporzionalmente identica.

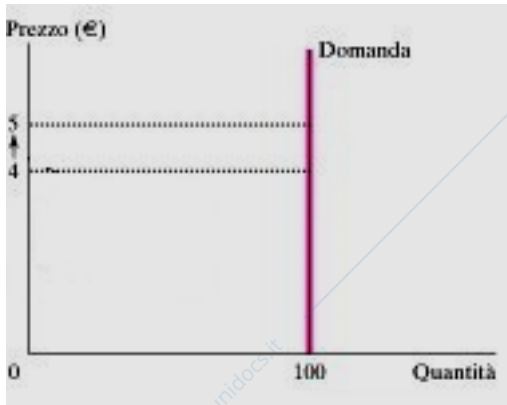


$\epsilon < 1$  domanda anelastica  $\rightarrow$  quantità % domandata reagisce in maniera meno proporzionale del prezzo; grafico curva (lunga con concavità verso alto).

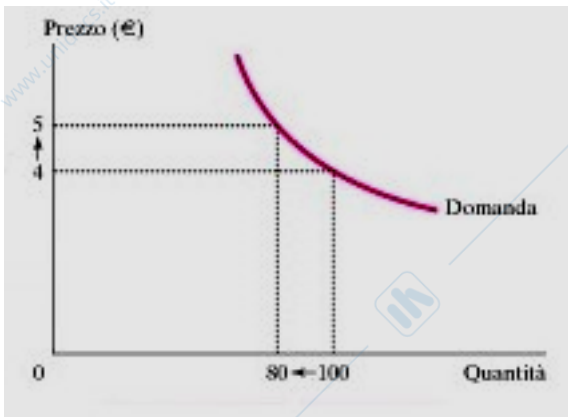
Indice utile per dare una spiegazione a come è possibile dei cambi di preferenza in beni che sembrano somigliarsi molto, es: beni necessari cibo e vestiti (necessità  $\rightarrow$  domanda anelastica: domanda non cambia)/beni di lusso champagne e pantaloni D&G (domanda elastica: preferenze cambiano molto/elasticità molto evidente negli Outlet); gelato/granita, cinema/pay TV (beni succedanei  $\rightarrow$  maggiore è la disponibilità di beni succedanei maggiore è l'elasticità). Elasticità varia in presenza di tanti beni sostitutivi.

Elasticità varia anche in base alla definizione di mercato: Abiti (necessità)  $\rightarrow$  pantaloni (diversi prezzi-compro quello che costa meno anche se è il più brutto)  $\rightarrow$  jeans slim (qualsiasi cifra per comprare questo prodotto); fenomeno anche nelle mutande  $\Rightarrow$  domanda da anelastica ad elastica.

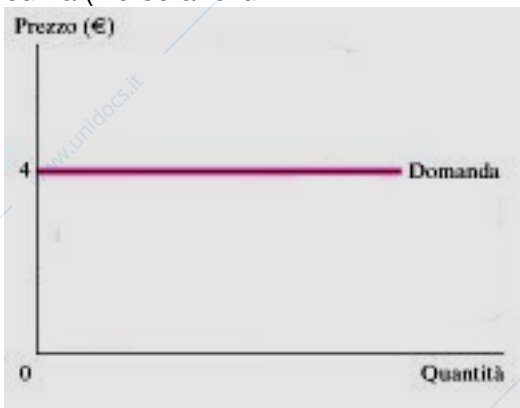
Elasticità varia anche in base all'orizzonte temporale: breve periodo vs lungo periodo; es benzina  $\rightarrow$  compro macchina a benzina, non la vendo una settimana dopo anche se prezzo diesel diminuisce. Domanda da anelastica ad elastica.



$\epsilon = 0$  domanda anelastica  $\rightarrow$  ambito sanitario; grafico  $x = \text{quant}$   $y = \text{prezzo}$  retta  $\perp$  a  $x$ -



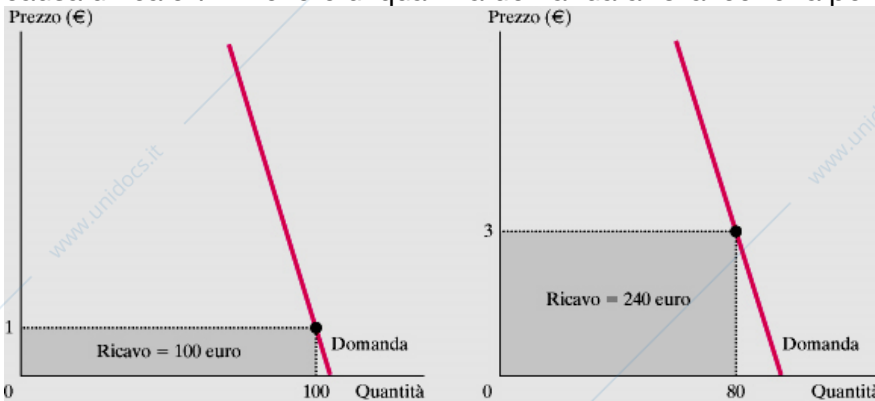
$\epsilon=1$  domanda con elasticità unitaria  $\rightarrow$  spostamento della curva non fa cambiare ricavo aziende; curva ( verso alto-dx-



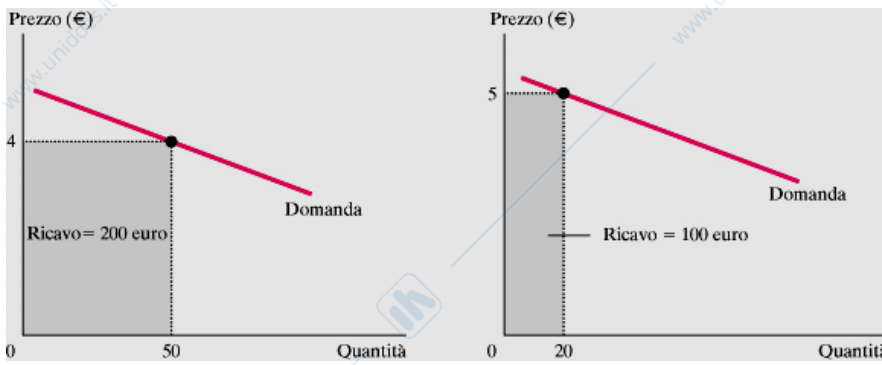
$\epsilon=\infty$  domanda elastica  $\rightarrow$  bene venduto solo a un determinato prezzo; retta // a x.

**Ricavo**=prezzo per quantità venduta; grafico retta pendenza neg, nel grafico=integrale (area curva-parabola discendente con punto di massimo quando ricavi aumentano).

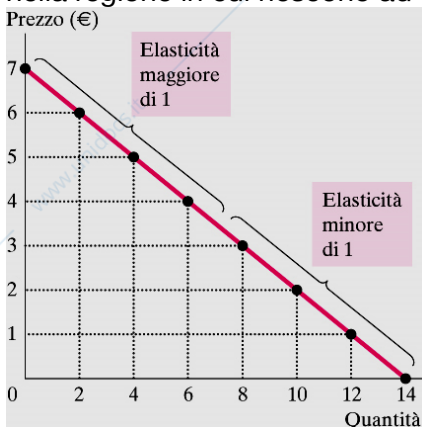
**Domanda anelastica:** conviene aumentare prezzi per aumentare ricavi. Un aumento % di prezzo causa un calo % inferiore di quantità domandata. Grafico retta pendenza neg, ripida (ang minore).



**Domanda elastica:** un aumento % di prezzo causa un calo % maggiore di quantità domandata. Non conviene aumentare il prezzo, perché aumenterebbe la diminuzione di quantità domandata. Grafico retta pendenza neg, non ripida (ang magg).



Esistono vari intervalli di elasticità → ricavi variabili. L'elasticità è costante solo in determinati intervalli → intervallo di massimi ricavi tra  $\epsilon > 1$  e  $\epsilon < 1$ . Le aziende in realtà cercano di posizionarsi nella regione in cui riescono ad avere ricavi massimi.



Se i prezzi di mercato sono bassi, l'elasticità è bassa; vcv elasticità elevata; prezzi medi, elasticità unitaria → grafico ricavi è una curva con concavità verso il basso, con punto di max quando ricavi aumentano. Se l'elasticità  $< 1$ , allora anelastica; se  $> 1$ , elastica; se  $= 1$ , unitaria.

Noi riusciamo a unire elasticità e domanda.

**Elasticità della domanda al reddito:**  $\epsilon_{dr} = \text{var \% quantità domandata} / \text{var \% reddito}$ . Esprime come varia la quantità di domanda del bene al variare del reddito del consumatore. Può assumere valori positivi (beni normali) o negativi (beni inferiori-abbandonati dal consumatore, es mezzi pubblici al posto dell'auto se reddito basso).

**Elasticità incrociata della domanda al prezzo:**  $\epsilon_i = \text{var \% quantità bene 1} / \text{var \% prezzo bene 2}$ . Esprime come varia la quantità di domanda di un bene al variare del prezzo dei suoi sucedanei o complementari. Può assumere valori positivi (beni sucedanei) o negativi (beni complementari). Possiamo capire quanto il nostro bene possa essere sostitutivo rispetto a un altro. La sostituibilità di alcuni prodotti è molto bassa.  $\epsilon_i$  è importante che non sia  $=$ , perché con  $-$  o  $+$  ( $<$  o  $>$ ) so se beni sono sostitutivi o complementari. Quantifica l'effetto delle variabili sul mercato.

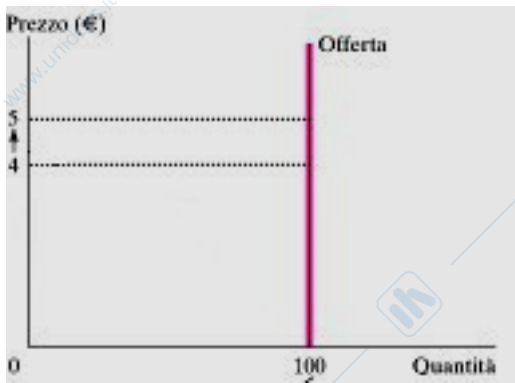
**Elasticità dell'offerta:** quantità offerta di un bene aumenta all'aumentare del prezzo.  $\epsilon_{off} = \text{var \% offerta} / \text{var \% prezzo}$ . Serve a descrivere fenomeni, caratteristiche dei settori industriali → quanto un settore è in grado di reagire al cambiamento di mercato, in caso contrario è molto sfavorito e perde profitto. L'elasticità dipende da tipologia beni: -beni industriali → dipende da caratteristiche settore (es alimentare molto elastica, auto meno flessibile, telefoni);

-beni vincolati da risorse limitate → offerta anelastica; es petrolio, vincolato perché solo alcuni Paesi lo hanno e chi li ha controlla la risorsa.

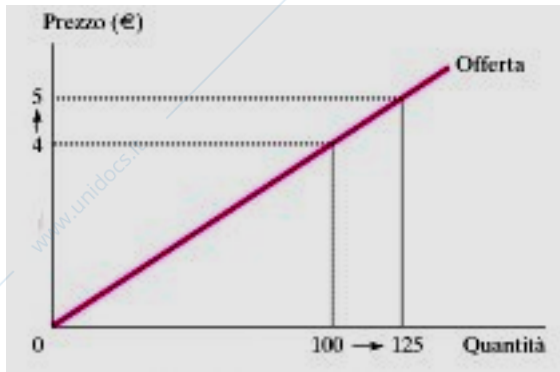
Dipende anche dall'orizzonte temporale: -breve periodo → offerta anelastica;

-lungo periodo → offerta elastica, es benzina.

Può essere: -perfettamente anelastica  $\epsilon = 0$ : aumento di prezzo lascia inalterata la quantità di offerta, grafico  $x = \text{quant}$   $y = \text{prezzo}$  retta  $\perp$  a  $x$



-elastica unitaria  $\epsilon=1$ , var % prezzo = var % offerta proporzionali, retta pendenza positiva

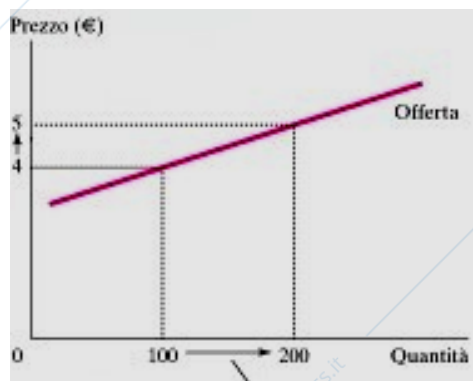
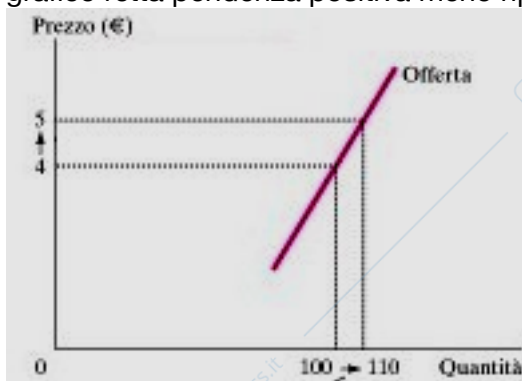


-perfettamente elastica  $\epsilon=\infty$ , retta // a x

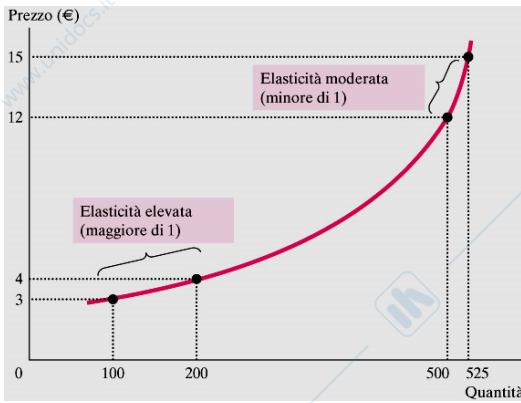


Se l'offerta è elastica → più ricavi per produttore, ma anche più margine di scelta nella quantità per imprenditori. L'azienda non è ancora arrivata al limite delle sue capacità produttive.

$\epsilon < 1$  offerta anelastica, grafico retta pendenza positiva e molto pendente;  $\epsilon > 1$  offerta elastica, grafico retta pendenza positiva meno ripida

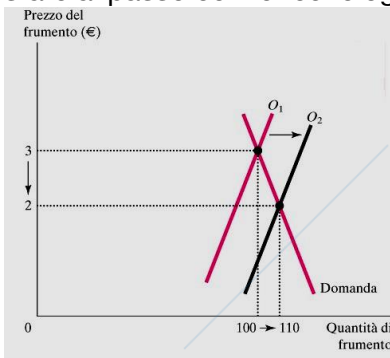


Per cambiare curva offerta deve cambiare capacità produttiva (=fare investimenti).

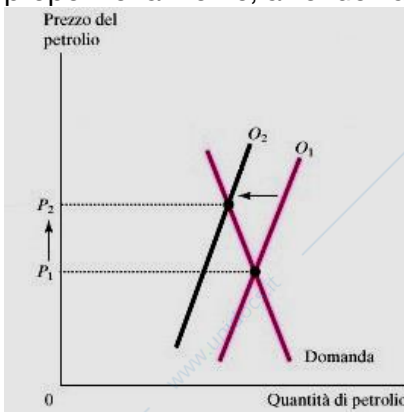


$\epsilon$  diminuisce all'aumentare della quantità.

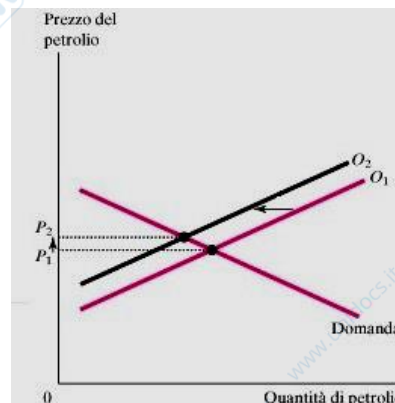
**Statica comparata:** -OGM è una scoperta che ha rivoluzionato la resa della capacità produttiva e la produzione negli allevamenti. In Italia non produciamo OGM non per proteggere l'ambiente/gli animali, ma perché siamo indietro nel campo tecnologico e nell'ambito agricolo rispetto all'America. Statica comparata descrive questo fenomeno: tecnologia influisce sull'offerta, aumenta la produzione, quindi migliora l'offerta; con il prezzo all'equilibrio la curva offerta si espande, si sposta verso destra, la curva di domanda rimane uguale, perché non ha senso pensare che il consumo di frumento aumenti in base alle tecnologie, aumenterebbe con aumento di bovini da latte. Elasticità: per capire effetto sui ricavi. Aumenta l'offerta, il prezzo di mercato si abbassa e la quantità domandata aumenta (non la domanda). Effetto sui ricavi? Elasticità della domanda di frumento è anelastica, perché il frumento è un bene non sostituibile nell'alimentazione dei bovini da latte (es). Siccome la domanda è anelastica e i prezzi sono diminuiti, i ricavi diminuiscono. I consumatori ci guadagnano, i produttori ci perdono (profitto negativo). Motivo per cui in Europa siamo contro OGM → no guadagno, produttori non in grado di stare al passo con le tecnologie.



•1973-79 prezzo petrolio aumenta tra 34-50% → crisi energetica; pochi anni dopo prezzi calarono. Fenomeno a lungo periodo. Prezzi si sgonfiarono, perché i consumatori hanno sostituito il bene petrolio con qualcos'altro, consumando quindi meno benzina. Domanda e offerta diventano elastiche, perché sono entrate in gioco altre fonti energetiche (nucleare), altri mezzi di spostamento. Inizialmente offerta calava, perché aziende erano uscite da mercato; a lungo periodo la domanda della benzina da anelastica (quantità diminuisce meno che proporzionalmente; aziende hanno maggiori ricavi) diventa elastica (quantità diminuisce più che proporzionalmente; aziende hanno meno ricavi).



più ricavi



meno ricavi

**Scelte dell'impresa:** prevedere come si comporteranno gli individui economici. Impresa=entità professionalmente organizzata da un imprenditore, che organizza capacità produttive e materie prime in un processo produttivo, il quale trasforma input in output. Consumatore vuole massimizzare il valore. Obiettivo produttore=creare valore, massimizzazione del profitto; **profitto**=ricavo tot-costo tot, ricavo=ammontare ricavato da vendita prodotto e costo=valore di mercato dei fattori di produzione. Ricavo totale=prezzo x quantità; costo totale=costo unitario dei fattori di produzione x quantità. Noi possiamo agire sulla quantità per massimizzare il profitto, perché il prezzo è esogeno e i costi gli scelgono i fornitori. Costo totale diviso in costi fissi e variabili: -fissi→indipendenti da quantità prodotta e costanti nel breve periodo, es affitto capannone

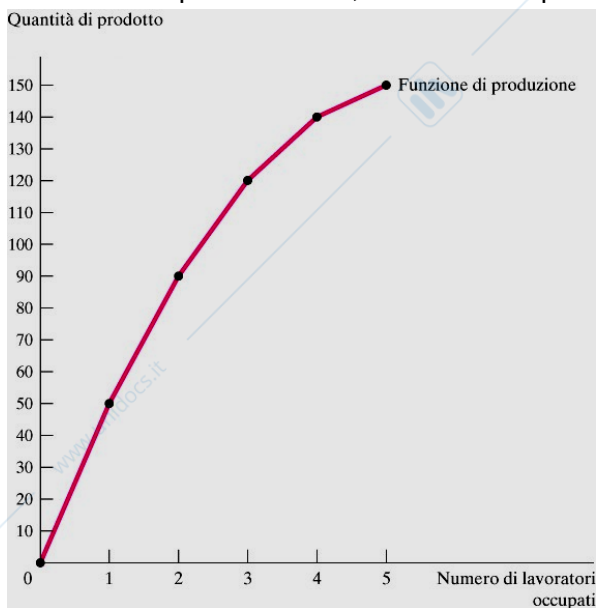
-variabili→dipendente da quantità prodotta e variabile nel breve periodo, es quanto più automobili, tanto più azienda consumerà energia/metallo.

- costi diretti→costi direttamente attribuibili all'unità prodotta
- costi indiretti→costi da stimare, es energia utilizzata

Periodo=intervallo tempo in cui c'è almeno un fattore della produzione che rimane fisso.

**Costi della produzione:** costi fissi costanti nel breve periodo. La quantità prodotta varia solo aumentando o diminuendo i fattori di produzione variabili. Più addetti abbiamo, più prodotto possiamo ottenere; o se ho zero forni non produco. A zero addetti produco zero, se ho più addetti la produzione assoluta aumenta, ma decresce l'incremento, ovvero la capacità produttiva della variabile→decrescita marginale=aumento x di un'unità e capacità produttiva decresce. La risorsa vincolante di base ha un costo fisso. Funzione di produzione aziendale: c'è una crescita prodotto totale, ma decrescita di incremento fino ad arrivare a 0 (curva decrescente). Il costo totale invece ha un andamento crescente, cresce al decrescere delle funzioni variabili.

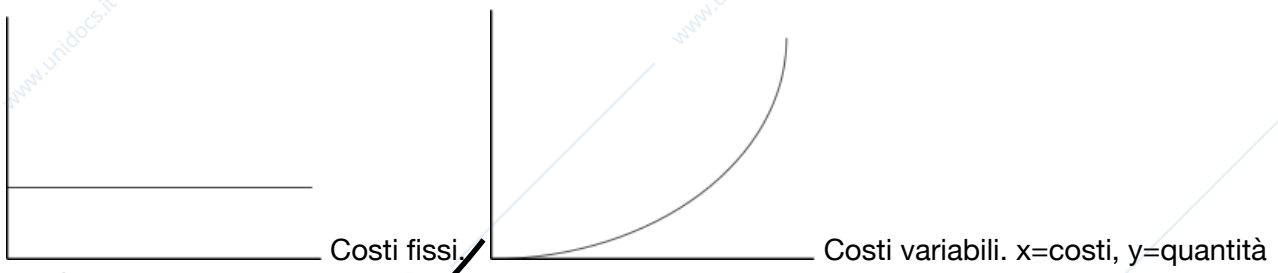
**Funzione di produzione nel breve periodo:** funzione che si appiattisce e raggiunge un massimo produttivo. Descrive la massima capacità produttiva, legata alle risorse fisse (tecnologie). Risorse fisse sono le più vincolanti, dobbiamo capire come utilizzarle.



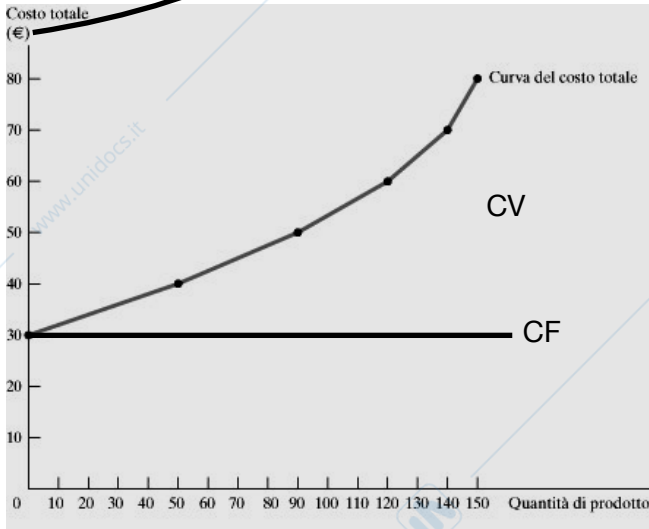
**Produttività marginale decrescente:** se incremento solo un fattore di produzione, incremento decrescente perché si saturano gli altri fattori di produzione (i fissi).

**Prodotto marginale:**  $\Delta Q/\Delta x = \text{var. quantità}/\text{var. fattore}$ . È la pendenza della curva.

**Costi di produzione:** come si comportano i costi in base a quanto produciamo. Il costo fisso non varia, il costo degli addetti (variabile) non aumenta in modo costante rispetto alla produzione totale Q, perché il rapporto diminuisce. I costi variabili risentono della produttività marginale decrescente. Al limite il costo variabile è infinito. Non crescono linearmente.

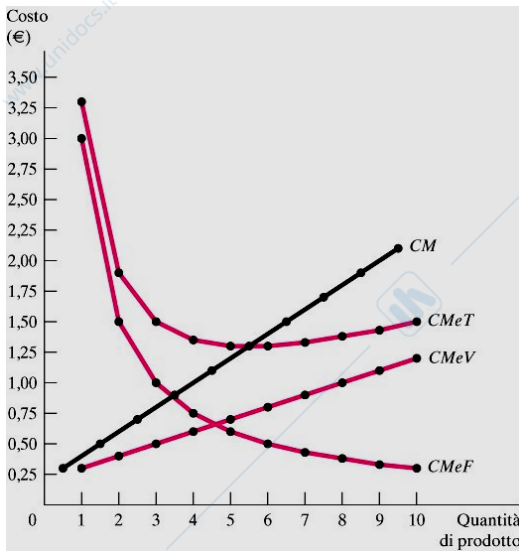


**Costi fissi.** **Costi variabili.**  $x=costi, y=quantità$  prodotta.  
**Curva di costo totale:** somma delle due componenti (costo fisso e variabile). Il produttore preferirebbe produrre 100, perché costo totale sale troppo. Punto in cui capacità produttive variabili possono essere più o meno stabili. La capacità produttiva delle risorse costa sempre di più, fino a quando costerà infinito per produrre zero (asintoto verticale).



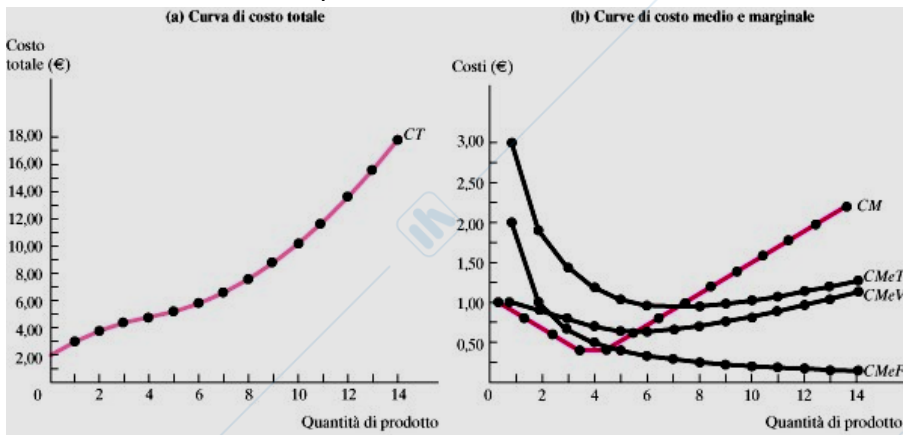
$CT=CF+CV$

**Costi medi di produzione:** ci dicono come ci comportiamo al margine. Costo/quantità. Aumentando quantità prodotta aumenta il costo medio. Costo medio totale= $CT/Q$ , costo medio fisso= $CF/Q$ , costo medio variabile= $CV/Q$ . Calcolo i limiti di CMT, CMF e CMV: Dominio= $(0;+\infty)$ ;  $CMF \lim(Q \rightarrow 0^+) = +\infty, \lim(Q \rightarrow \infty) = 0^+$ , grafico curva (. Ammortizzazione dei costi. CMV curva di costo variabile è un'esponenziale che tende all'infinito,  $\lim(Q \rightarrow 0^+) = 0, \lim(Q \rightarrow \infty) = \infty$ , retta che parte da 0 ed è infinita. CMT decremento e successivo aumento dei prezzi, con un minimo, perché le due variabili che lo compongono hanno natura diversa (CMF decresce sempre, CMV cresce sempre). Sconveniente produrre poco per costi elevati, raggiunta la saturazione dei costi fissi i costi variabili aumentano. Produttore sceglie di produrre tra 5-6 perché costa meno (costo unitario di produzione è il più basso possibile); stesso punto in cui curva viene intersecata dalla retta di costo marginale CM, che cresce per la legge di produttività marginale decrescente.



Non basta per capire dove devo produrre, devo sapere la domanda, in particolare si aggiungono i prezzi di vendita e così sappiamo che costi l'impresa assume e quanto ricava o perde.

In realtà all'inizio tutte le imprese nuove hanno una curva di costi totali che crescono in modo meno che proporzionale (più del doppio) → knowledge, perché si ha un errore di produzione che poi cambierà con l'esperienza. I laureati diminuiscono i costi di produzione.

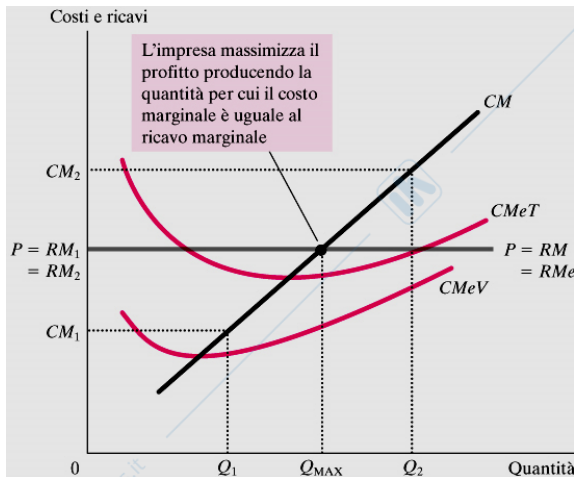


Profitto = Ricavo tot - Costo tot. Obiettivo massimizzare il profitto principalmente e anche diminuire i costi.

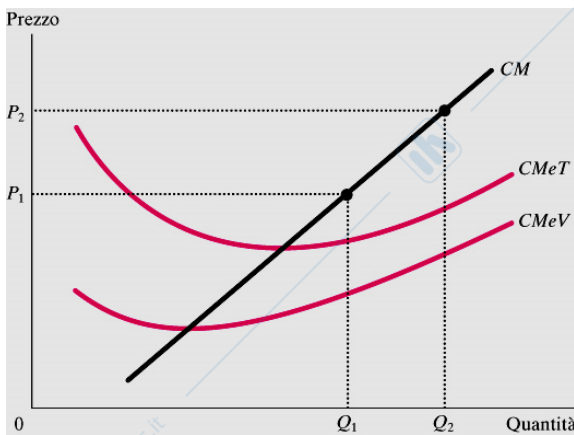
In concorrenza perfetta gli imprenditori non scelgono il prezzo e le imprese possono entrare e uscire liberamente dal mercato; compratori e produttori numerosi, beni offerti sono perfetti sostituti. L'azione del singolo compratore e produttore è ininfluenza sul prezzo di mercato.

Ricavo è funzione di quantità e prezzo, è linearmente crescente. La scelta dell'imprenditore è scegliere sulla quantità. Valutare cosa succede quando ci spostiamo di una quantità (pensiero al margine): posso calcolare che ricavi medi (per unità) sono esattamente uguali al prezzo e anche ricavi marginali. Il tasso di crescita di ricavi è costante. Il nostro profitto è legato ai costi, che non sono lineari (decregono e poi iniziano a crescere) e ci sarà un punto in cui il profitto sarà massimo, quale? Unione di costi di produzione: i costi crescono come una funzione a forma di U (decregono e crescono). I costi tot aumentano, i costi marginali aiutano a vedere quando profitto è massimo, perché al posto di valutare il profitto complessivo guardo profitti al margine:  $Q$ ,  $RT = P \times Q$ ,  $P = RT - CT$ ,  $RM = RT / Q$ ,  $CM = CT / Q$ ,  $VP = RM - CM$ ; a quantità 0 costo tot 3 costo marginale 0,  $Q = 1$   $CT = 5$   $P = 1$ ,  $Q = 3$   $CT = 12$   $P = 6$ ,  $Q = 4$   $CT = 24$   $P = 7$ ,  $Q = 5$   $CT = 23$   $P = 7$ ,  $Q = 6$   $CT = 30$   $P = 6$  → massimizzare il profitto non vuol dire massimizzare la quantità venduta, devo ottenere max profitto con quantità giusta. Variazione profitto = Ricavo marginale - Costo marginale = 0 → max profitto e Ricavo marginale = prezzo di mercato (non scelto da noi, quindi prendo quello imposto e faccio calcoli;

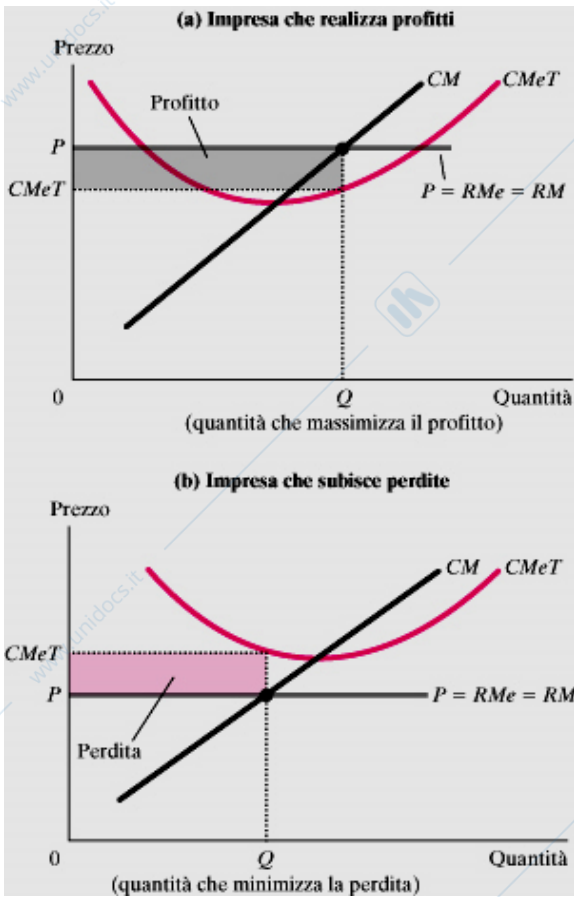
devo capire come impostare costi marginali). Profitto marginale negativo=profitto diminuisce→saturazione impianti, costi medi tot aumentano.  
 NB: Curva profitto ha un solo massimo.



Punto di massimo profitto è quando Ricavo marginale=costo marginale e Ricavo marginale=prezzo di mercato. L'impresa massimizza il profitto producendo la quantità per cui il costo marginale è uguale al ricavo marginale; questo punto (Prezzo x Quantità) è sopra la curva di costo medio totale, perché i costi di produzione di quella quantità sono sotto (primo punto curva rossa più vicina).  $Q_1 \rightarrow RM > CM$  impresa può aumentare il margine di profitto;  $Q_2 \rightarrow RM < CM$  impresa risente della produttività marginale decrescente.



A cambiamenti di prezzi di mercato, l'imprenditore si posiziona dove prezzi di mercato=costi marginali.

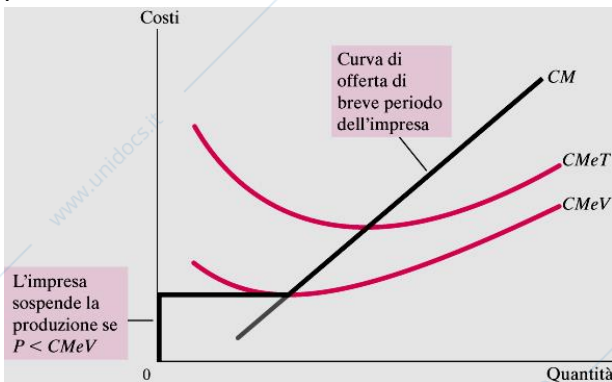


Profitto unitario (1); Perdita(a) costa di più produrre

rispetto a quello che ricavo.

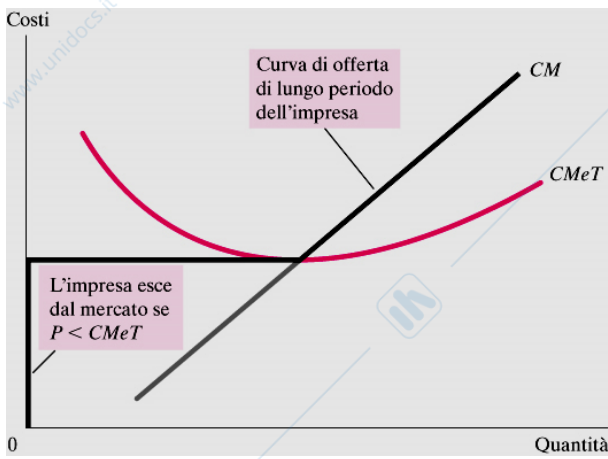
Quando i prezzi variano fino a portare alle perdite, le imprese hanno ricavi diversi, c'è un forte cambiamento di mercato → ricavi < costi cosa fanno le imprese?

1-prezzo di mercato cala e profitti diventano negativi: imprenditori possono pensare che sia una situazione passeggera e decidono di fermarsi momentaneamente, cercano di minimizzare le perdite e i costi variabili.



Considero curva di costo medio variabile come punto da cui partire, non quella di costo medio totale. Nel breve periodo si possono solo ammortizzare i costi medi variabili. Inizialmente non c'è offerta.

2-impresa vuole restare in piedi nel lungo periodo → curva di costo tiene presente ammonizzazione costi totali. Esce dal mercato, la cosa diventa definitiva se l'impresa pensa che la condizione sia definitiva.



Curva uscita dal mercato.

Importanza al rinnovamento per mantenere competitività → tecnologie nuove → la curva cambia e torna sotto.

*Altre forme di mercato, l'ideale di concorrenza perfetta:*

- Tipo di prodotto: omogenei o non differenziati: stesso prodotto venduto.
- Numero di imprese: elevato.
- Dimensioni imprese: piccole rispetto a mercato complessivo.
- Influenza sulla quantità di mercato: no
- Influenza sul prezzo: no → lo subiscono (price taker)
- Barriere all'entrata: minime
- Condizioni di massimo profitto:  $RM = CM = P$
- Variabile di decisione:  $Q$ .
- Il più efficiente → massimizza surplus totale → dovremmo ambire a questa
- Es settore produzione agricola.

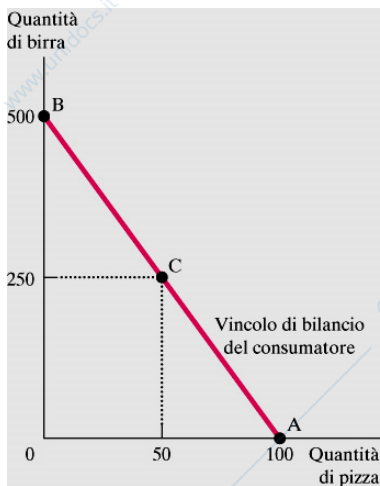
Questo modello non è l'unico, ci sono altre teorie per spiegare es differenziazione prodotto (fenomeno dei marchi → non spiegabile in concorrenza perfetta). Nel modello microeconomico della concorrenza perfetta non c'è spazio delle scienze aziendali che riguardano la strategia di impresa.

Monopolio decide quanto produrre e quale prezzo fissare (→ price maker), vengono attuati antitrust; es produzione cannabis terapeutica (legale, monopolio utile statale).

Oligopolio: aziende poche che decidono prezzo di mercato e si alleano tra loro (reato di collusione) e fanno il cartello di mercato per mantenere prezzi di mercato più elevato. Oligopoli omogenei es aziende che producono petrolio; oligopoli differenziati es palline da tennis. Hanno molto potere di mercato.

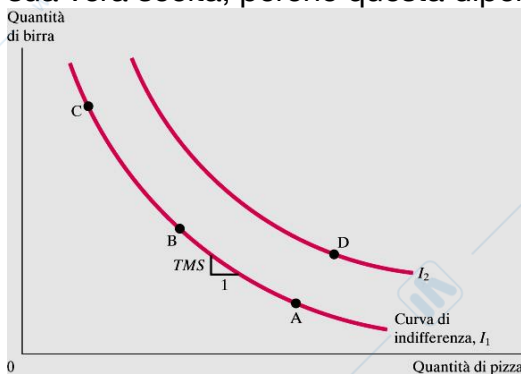
Aziende in concorrenza monopolistica: forza di mercato nella differenziazione di prodotti con marchi, es Apple, Barilla, Nike. Possono essere molto piccole o anche grandi; hanno barriere all'entrata medie. Essere price-maker è correlato a capacità di persuadere sul proprio marchio (prodotto migliore).

**Scelte del consumatore:** analisi dei processi decisionali degli individui dati delle condizioni o quando ci sono cambiamenti nella realtà. Scelta economica = scelte tra le alternative di mercato. Ciascun consumatore vuole soddisfare i propri bisogni ed effettua quindi delle scelte di consumo (scelte alternative) entro il vincolo delle risorse (reddito) a disposizione. Il consumatore può cambiare le scelte migliori per sé in base ai cambiamenti delle condizioni. Ci sono quindi preferenze di scelta vincolate al reddito. Elementi chiave: ipotesi che il consumatore massimizzi la propria utilità (sceglie la cosa migliore, es tra 5 e 10€ scelgo 10€); relazione reddito consumatore-prezzo dei beni (somma acquistata non può essere maggiore del reddito); preferenze del consumatore. *Ipotesi di massima utilità:* consumatore se non deve pagare preferisce quantità maggiore. *Vincolo di bilancio:* vincolo = reddito. Non è detto che posso permettermi la quantità maggiore. Si ha un vincolo di bilancio che integra beni che il consumatore può acquistare al massimo in base al reddito che ha; separa quello che si può acquistare o meno. Reddito e prezzi determinano le combinazioni di consumo (panieri).



Vincolo di reddito. C combinazione intermedia, la preferita; B bevo e basta; A mangio e basta. D sarebbe preferibile a C, ma non si può acquistare. Retta riflette valore di mercato. Pendenza=prezzo relativo o costo opportunità=tasso di sostituibilità di due beni.

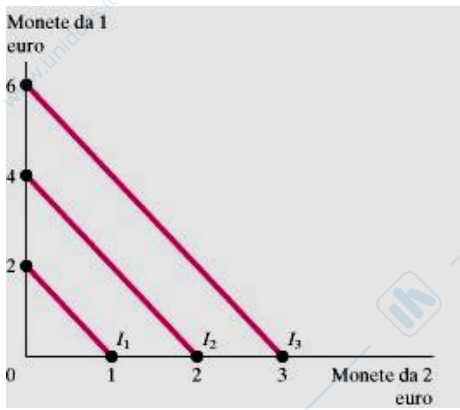
Ma il vincolo di bilancio rappresenta quello che il consumatore può permettersi, non la sua vera scelta, perché questa dipende dalla preferenza rispetto alle alternative possibili.



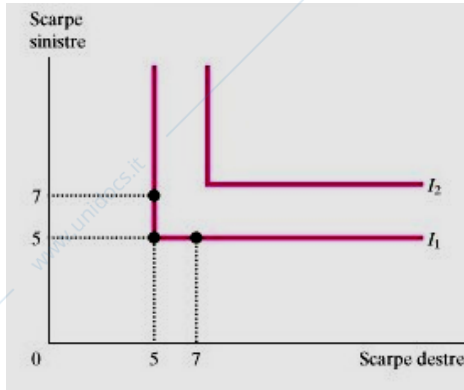
Se due combinazioni sono ugualmente preferite si dice che il consumatore è indifferente tra le due. Curve di indifferenza=combinazioni che soddisfano ugualmente il consumatore. Punti su curva inferiore sono preferiti a quella superiore.

**Curve di indifferenza:** la pendenza in qualsiasi punto della curva è il rapporto al quale il consumatore è disposto a scambiare un bene con l'altro. TMS=tasso marginale di sostituzione,  $\Delta y/\Delta x$ , indica quanto è disposto a cambiare il consumatore tra una alternativa e l'altra; tassi di indifferenza non sono identici, non rimangono costanti: quanto abbiamo una grande quantità di un bene, siamo disposti a lasciarlo a un prezzo minore (lo valutiamo poco) e  $vcv$ →somiglia a vincolo di bilancio. **Proprietà delle curve di indifferenza:** più elevate sono > liv di soddisfazione che garantiscono, se panieri sono sulla stessa curva, sono ugualmente preferiti, se su un'altra curva (+ alta)=maggiormente preferiti; hanno pendenza negativa; non si intersecano; sono concave rispetto agli assi e sono crescenti.

Per assurdo se le due curve si intersecassero vorrebbe dire che un punto sarebbe in comune e tutti i punti sarebbero ugualmente preferiti per proprietà sensitiva, ma questo non ha senso e non è reale.

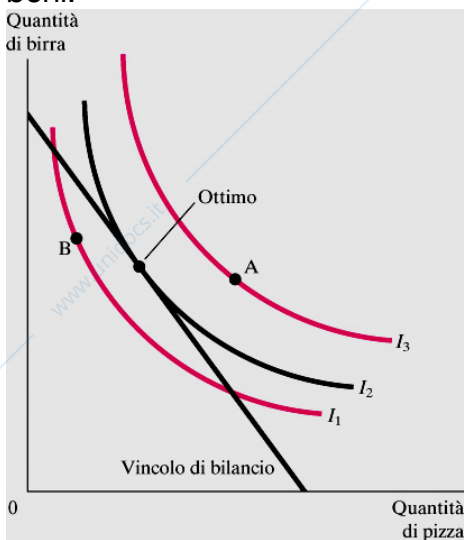


Beni succedanei perfetti.



Beni complementi perfetti.

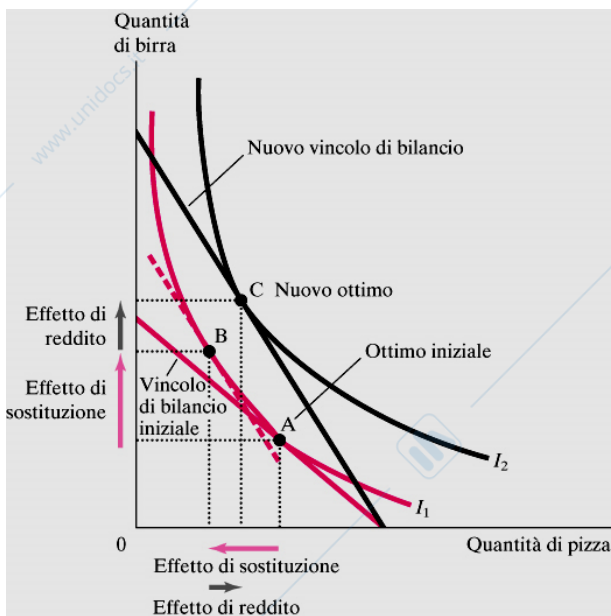
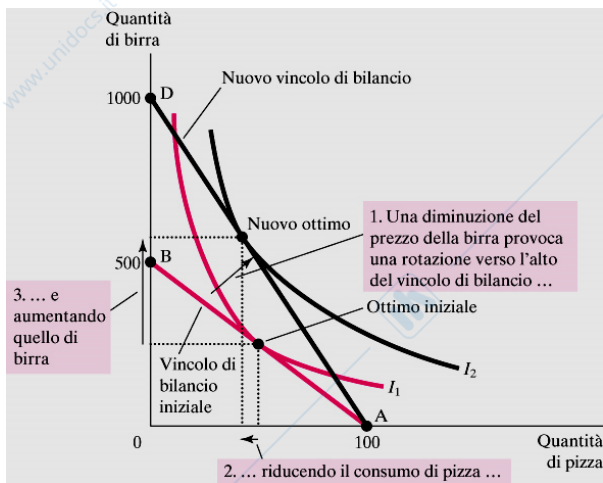
La scelta è stata dalla sintesi della possibilità di reddito+preferenze consumatore (ved slide 13): c'è un punto di ottimo=massimo livello di soddisfazione possibile dato da un certo vincolo di bilancio, dati prezzo mercato, preferenze e reddito. Questo punto è il punto in cui il vincolo di bilancio è tg a curva indifferenza, TMS è = a prezzo relativo dei beni.



Scelta è composta da prezzo relativo (di mercato), TMS (panieri), punto di ottimo (punto incontro tra primi due). Prezzi e reddito qui rimangono costanti.

*Aumento del reddito:* vincolo di bilancio (retta reddito) si sposta più a dx, aumenta il consumo di entrambi i beni e ha un nuovo punto di ottimo→compratori più soddisfatti. In realtà questo avviene solo per beni normali; per beni inferiori il consumo diminuisce.

*Diminuisce prezzo di un bene:* reddito è costante, cambia pendenza del vincolo di bilancio e aumentano la capacità di acquisto del consumatore e il prezzo relativo dell'altro bene.



Effetto del prezzo.

Posso scomporre i beni e studiarli separatamente.

**Modello psicologico scelte (esperimento)**

Scelte o comportamenti. Possiamo prevedere le scelte, perché sono collegate a una serie di variabili. Guardo le intenzioni, perché osservare le scelte ha un costo elevato; non è detto che ci siano tutti i prodotti sul mercato a cui si è interessati. Le intenzioni di acquisto si costruiscono su tre dimensioni: attitudinali, social norms (scelte guidate dall'opinione di qualcuno) e la percezione di quanto una persona possa fare la scelta. Attitudine=come ci poniamo rispetto agli oggetti che consumiamo. Se nel prodotto locale vedo una cosa positiva rispetto a quello standard, è più probabile che comprerai quello locale. Attitudini determinanti=caratteristiche personali, es genere, variabili psico grafiche come per es l'interesse dichiarato per la salute→frame analitico.

*Effetto alone*: fenomeno che rappresenta il valore dei pregiudizi. Ci sono errori costanti nelle valutazioni, ovvero correlazioni non reali. Questo capita perché l'unica vera caratteristica influenza la valutazione delle altre caratteristiche, quindi si parla di un errore cognitivo. Es mangiare un dolce biologico ti porta a non fare esercizio fisico, ma in realtà le calorie non sono una caratteristica assimilabile al biologico.