

Facciamo il punto: il vincolo di bilancio

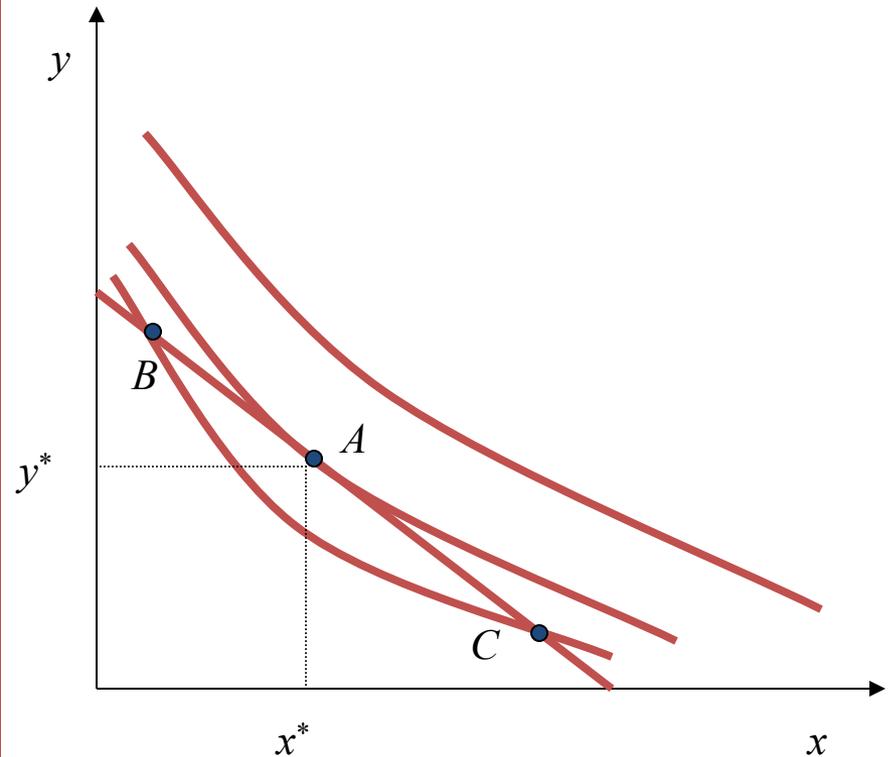
Marco ha € 20 a settimana che può spendere per noleggio di videogiochi (V), al prezzo di € 5 a partita e barrette di cioccolato (C), al prezzo di € 1 ciascuno.

- Scrivete un'equazione per il vincolo di bilancio di Marco e tracciatelo su un grafico, indicando sull'asse delle ascisse il noleggio di videogiochi. Assicuratevi di mostrare sia le intercette che la pendenza del vincolo di bilancio.
- Supponendo che spenda tutti i suoi € 20, quante barrette di cioccolato acquista Marco se sceglie di noleggiare 3 videogiochi?
- Supponiamo che il prezzo di un noleggio di videogame scenda da € 5 a € 4. Disegnate il nuovo vincolo di bilancio di Marco (indicando le intercette e la pendenza).

La scelta ottima del consumatore

Si possono combinare le informazioni riguardo ai gusti del consumatore, date dalla mappa di indifferenza, con le informazioni riguardanti il vincolo di bilancio, dato dalla linea di bilancio, al fine di mostrare quale combinazione di x e y massimizzi l'utilità del consumatore soggetta al vincolo ad esso imposto dal reddito

1. L'insieme delle alternative ci dice tra quali panieri il consumatore debba scegliere;
 2. le preferenze e la loro rappresentazione attraverso le curve di indifferenza forniscono il criterio di scelta.
- Riportiamo su uno stesso grafico il vincolo di bilancio e la mappa di curve di indifferenza del consumatore.
 - per l'ipotesi di monotonicità l'ottimo si trova sulla retta di bilancio
 - l'ottimo si trova sulla curva di indifferenza più lontana dall'origine



Quali caratteristiche ha la scelta ottima del consumatore?

- L'ottimo è costituito dal punto di tangenza tra retta di bilancio e la curva di indifferenza più lontana dall'origine degli assi. Nel punto di tangenza le due funzioni hanno la stessa pendenza

$$SMS = \frac{P_x}{P_y}$$

Nel punto di ottimo prezzo relativo e SMS coincidono

Scelta ottima in termini di grandezze marginali

E' possibile analizzare il processo di massimizzazione ragionando in termini di grandezze marginali: il punto di ottimo può essere descritto come un punto in cui il costo marginale equivalga al beneficio marginale

Assumiamo che colui che adotta le decisioni scelga qualche livello iniziale di ciò che è interessato a massimizzare

Per stabilire se tale livello iniziale rappresenti per lui un massimo, il soggetto può procedere con un piccolissimo cambiamento (marginale) rispetto al livello iniziale. Supponiamo che egli proponga di aumentare, lievemente al di sopra del livello iniziale, la cosa che egli ha.

Tale aumento comporta un piccolo costo, costo marginale, ma anche un beneficio marginale, che deriva dall'averne più di ciò che egli sta cercando di massimizzare

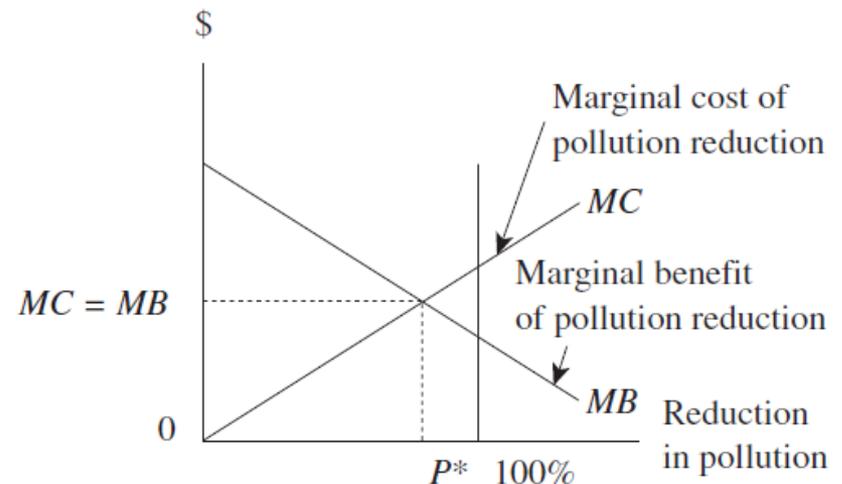
La situazione, al nuovo livello, è migliore comparandola al suo livello iniziale, se il beneficio marginale del piccolo aumento è maggiore del costo marginale a esso dovuto.

L'individuo continuerà a fare questi cambiamenti marginali fintanto che il beneficio marginale eccede il costo marginale e si fermerà quando il costo marginale dell'ultimo cambiamento fatto è uguale al beneficio marginale. Quello sarà appunto il massimo.

Come prendono le decisioni gli economisti?

L'impiego delle grandezze marginali ci aiuta a comprendere come avviene il processo di qualsiasi scelta nella teoria economica

Esempi: Come la società dovrebbe allocare le risorse per ridurre la quantità di inquinamento?



Asse verticale: ammontare di euro

Asse orizzontale: unità di riduzione dell'inquinamento

Origine: situazione di diffuso inquinamento, in origine vi è inquinamento ovunque.

Linea verticale 100%: l'inquinamento è stato eliminato

Curva MB: beneficio marginale per la società della riduzione dell'inquinamento

Inclinazione negativa: grandi benefici alla società di sforzi iniziali di riduzione dell'inquinamento quando il livello è alto

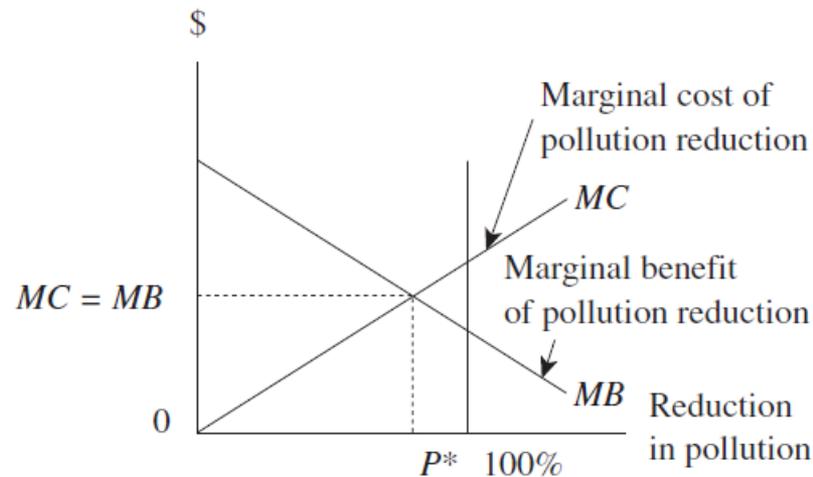
Sforzi successivi continuano a portare benefici ma non nella medesima misura di quelli iniziali

Quando tutto l'inquinamento è stato eliminato il beneficio della società è positivo ma non grande quanto quello dei primi passi nella riduzione dell'inquinamento.

Come prendono le decisioni gli economisti?

Curva CM: costi sociali di riduzione dell'inquinamento

- individuo e imprese sostengono costi per adeguarsi alle direttive che la società impone per ridurre l'inquinamento (adottare processi di produzione più puliti e strumenti di monitoraggio che controllino i livelli di inquinamento, difendersi davanti alla giustizia se si è accusati di violare direttive sull'inquinamento)
- la società stessa può dover incorrere in costi per gli sforzi di riduzione dell'inquinamento (creare un nuovo ente pubblico e fornirlo di personale, attività di monitoraggio, iniziare procedimenti legali contro chi viola le disposizioni)



Inclinazione positiva: il costo per ottenere una riduzione dalla situazione di inquinamento peggiore può non essere molto alto, ma i livelli di riduzione successivi saranno sempre più costosi

Come prendono le decisioni gli economisti?

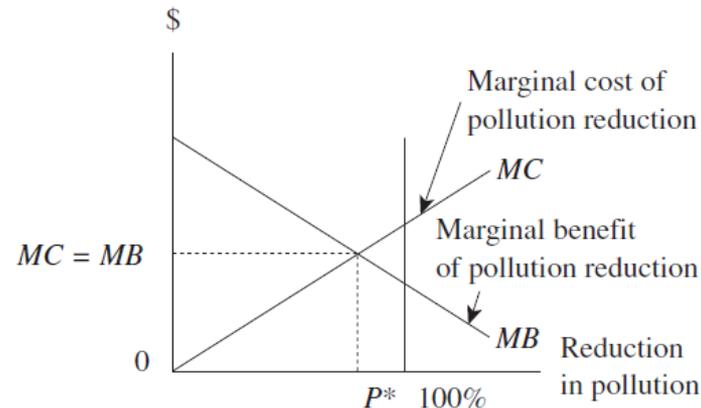
Qual è l'ammontare ottimale dello sforzo di riduzione della l'inquinamento per la società?

P^* = sforzo ottimale

ulteriori sforzi costerebbero più di quanto non valgano

sforzi minori causerebbero una riduzione dei benefici più grande dei costi risparmiati

non sarebbe una soluzione ottimale la completa eliminazione dell'inquinamento



E' dunque socialmente ottimo tollerare una certa dose di inquinamento: ciò non rappresenta per l'economista una conclusione allarmante l'economista cerca di prendere in considerazione tanto i costi quanto i benefici

Per gli economisti l'ottimo di qualsiasi decisione si realizza nel punto in cui il beneficio marginale equivale al costo marginale

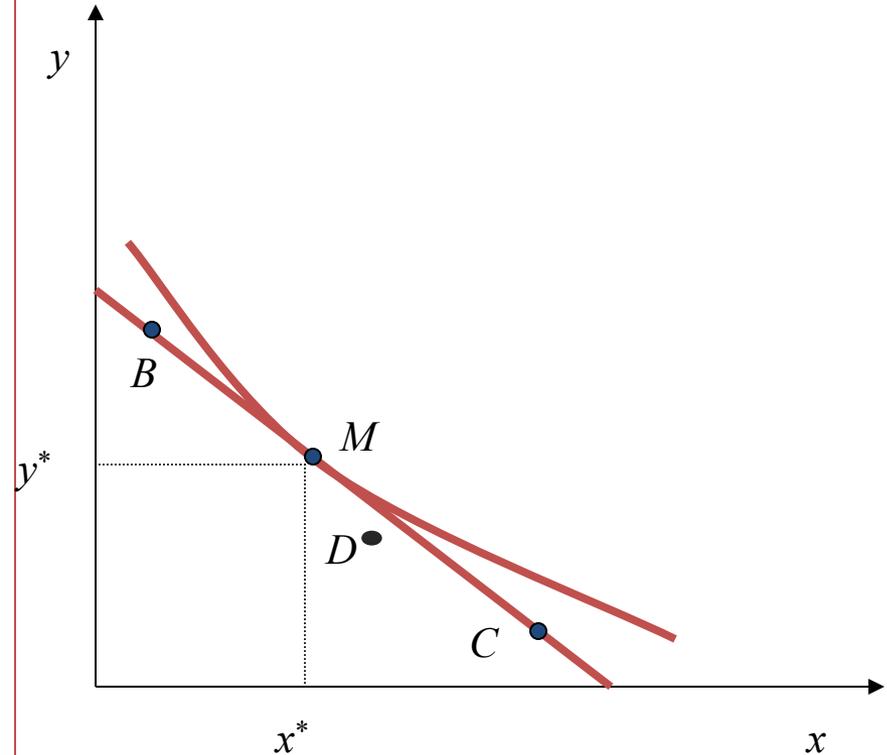
La scelta ottima del consumatore

Possiamo caratterizzare il massimo vincolato al reddito → nel punto M c'è uguaglianza tra costo e beneficio marginale.

→ Piccoli cambiamenti in entrambe le direzioni lungo la retta di bilancio rappresentano una situazione nella quale il consumatore spende un euro in meno per il primo bene e un euro in più per l'altro.

→ Il costo e il beneficio di questi cambiamenti marginali sono cambiamenti marginali (o piccoli) dell'utilità.

→ ESEMPIO: può essere acquistato un euro in meno di y , che provocherà una perdita di utilità (costo marginale di riallocazione del reddito), e quell'euro potrà essere speso per x , che genererà maggior utilità (beneficio marginale della riallocazione del reddito). Il consumatore spenderà un euro in meno per l'acquisto di y e un euro in più per x ? Sì, se il costo marginale è minore del beneficio marginale (B,D,C). Potrà farlo finché non arriverà nel punto M dove il costo marginale ed il beneficio si eguagliano.



Come cambia la quantità domandata di un bene al variare del suo prezzo?

$$x^* (p_x, p_y, m)$$

$$y^* (p_x, p_y, m)$$

Consideriamo variazioni dei prezzi a
parità di reddito monetario

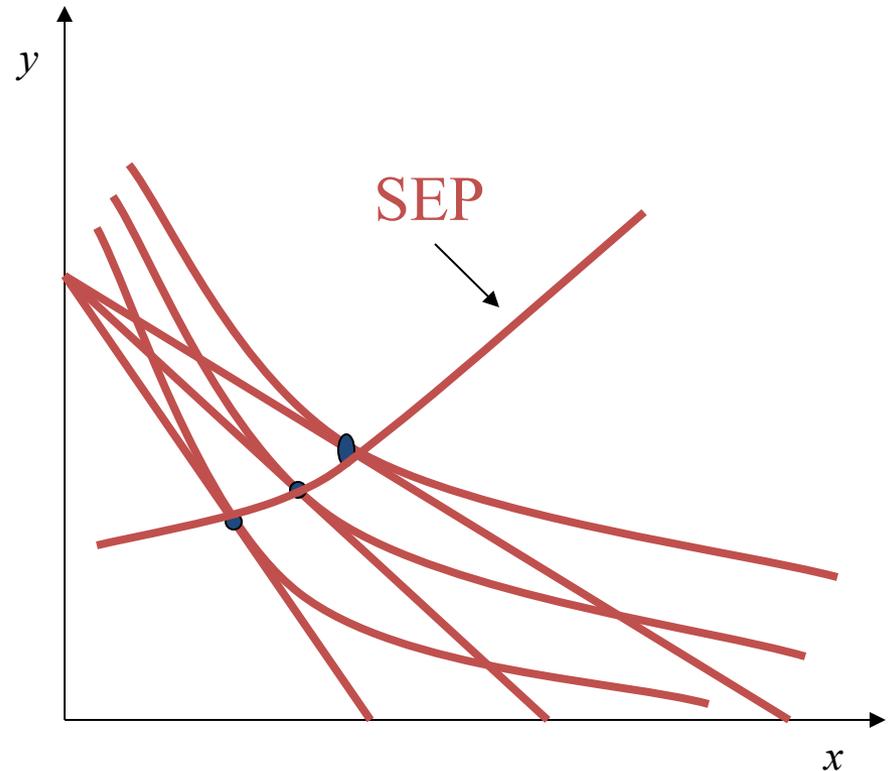
- La variazione del prezzo di un bene comporta una rotazione del vincolo di bilancio – cambia l'inclinazione del vincolo e l'intercetta sull'asse del bene il cui prezzo è cambiato.

Sentiero di espansione del prezzo

È la curva che unisce tutti i punti di ottimo al variare del prezzo di uno dei beni



Ci dice come varia la quantità domandata di un bene al variare del suo prezzo

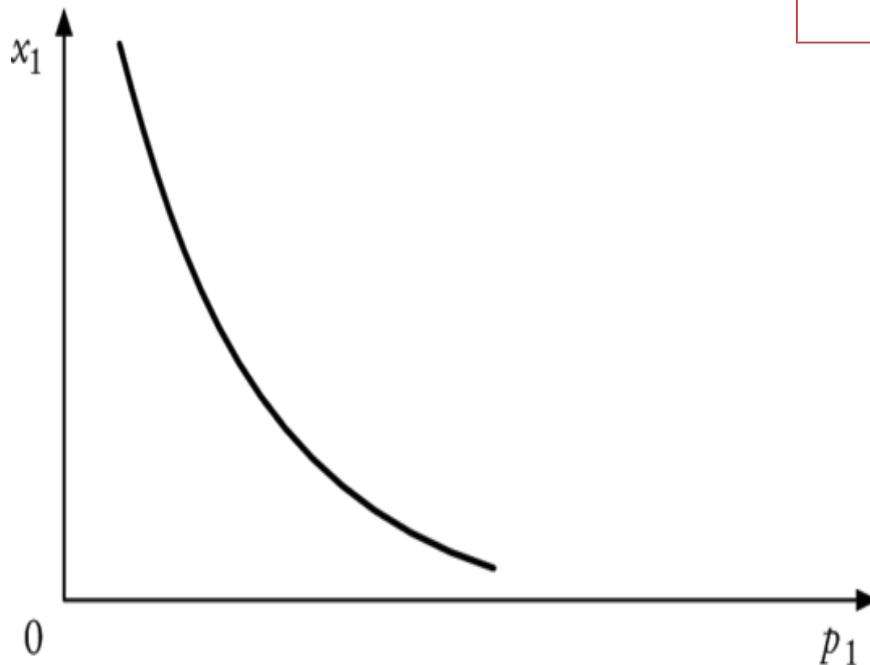


Funzione di domanda individuale

E' possibile isolare le informazioni contenute nel SEP circa le variazioni della quantità domandata di un bene al variare del suo prezzo e riportarle separatamente in un grafico

Legge la quantità domandata di un bene al suo prezzo

$$x=f(p_x)$$



Funzione di domanda di mercato

Si ricava attraverso un processo di aggregazione ed è costituita dalla somma di tutte le domande individuali per un singolo bene

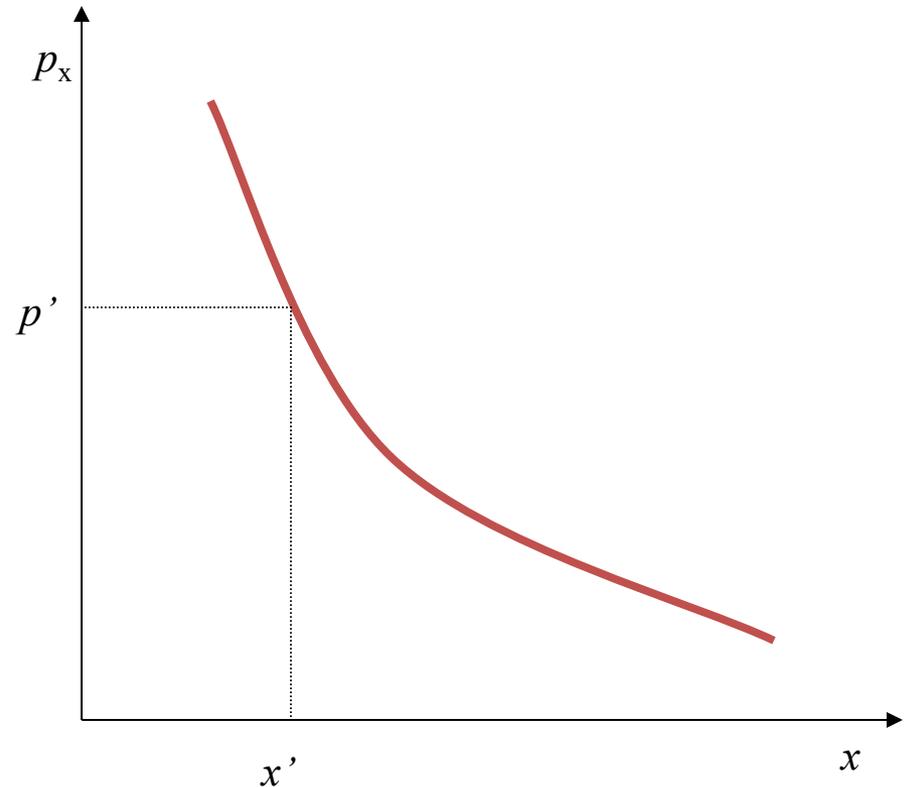
Ci dice, per ogni livello del prezzo, qual è la quantità domandata da parte di tutti i consumatori

Funzione di domanda inversa

È la relazione inversa della
funzione di domanda



- ci fornisce una misura della disponibilità a pagare del consumatore (o di tutti i consumatori nel caso di funzione di domanda di mercato) per ottenere una determinata quantità del bene
- si scrive $p_x(x)$



Benessere dei consumatori

- E' una misura del vantaggio che i consumatori ricevono dallo scambio di un bene in un mercato
- Indica il *surplus* che i consumatori ricevono dallo scambio quando il prezzo di mercato e' inferiore rispetto a quello che sarebbero stati disposti a pagare per avere la disponibilita' del bene

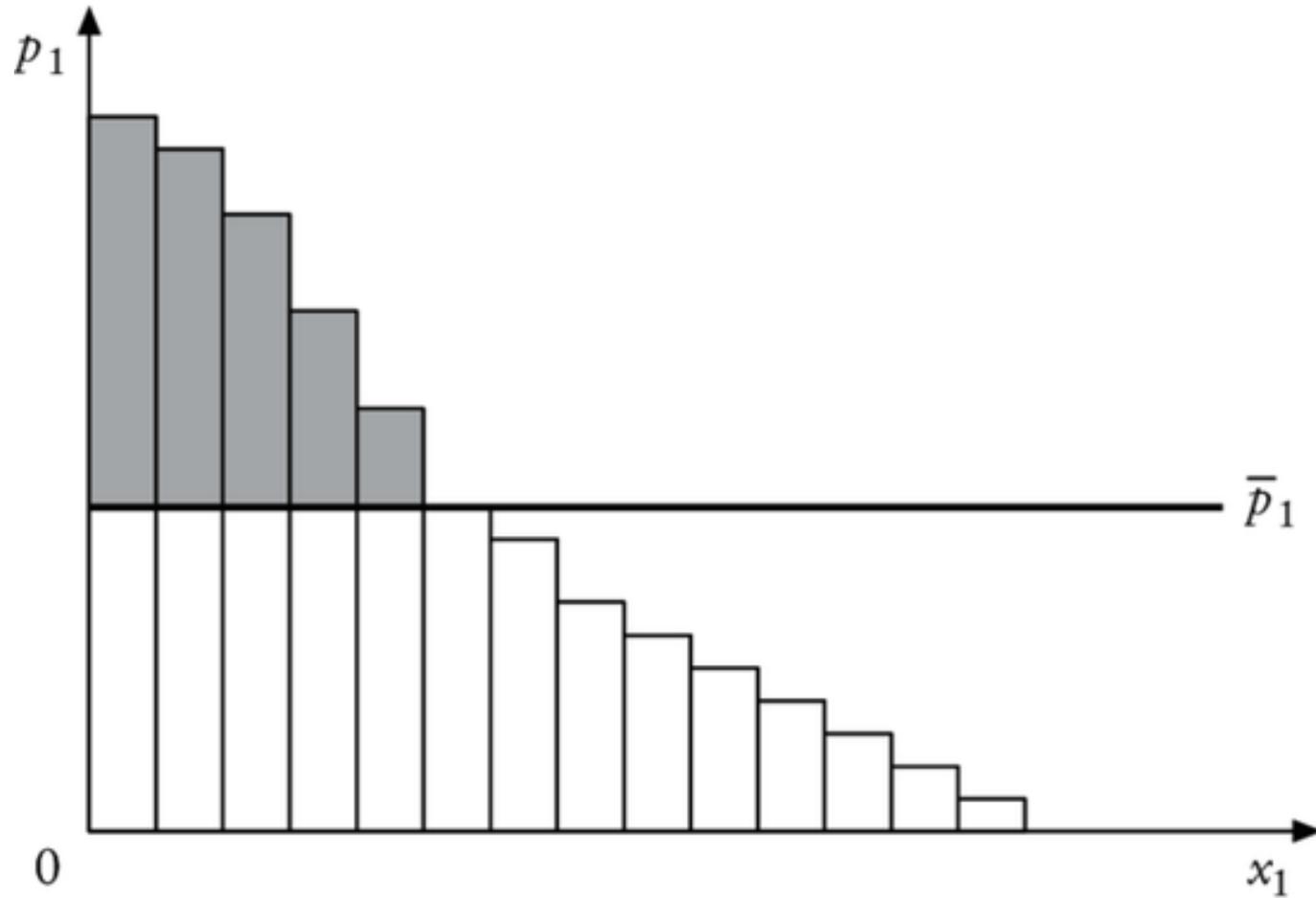
Prezzo di riserva

È quel livello di prezzo, r_i , in corrispondenza del quale ciascun consumatore è indifferente tra l'acquistare e il non acquistare una unità del bene

- egli acquisterà per livelli di prezzo inferiori al prezzo di riserva
- egli non acquisterà per livelli di prezzo superiori al prezzo di riserva

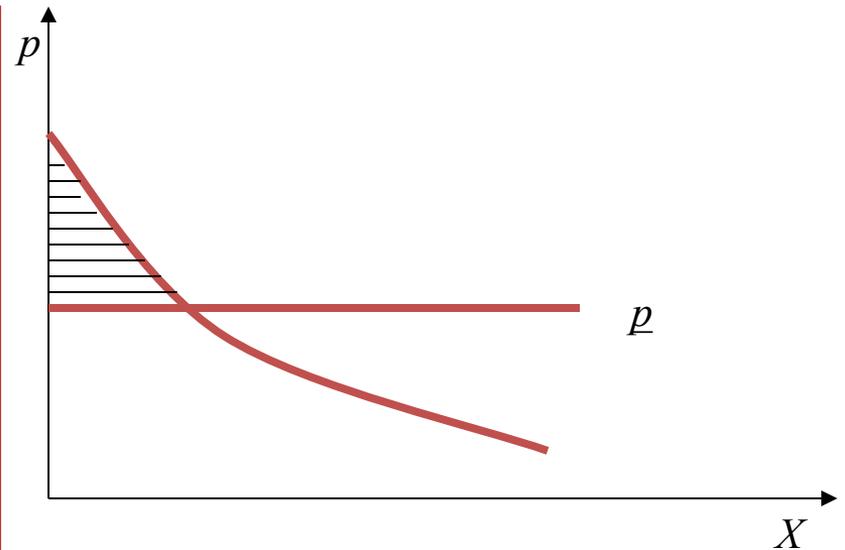
Nel mercato sono presenti consumatori eterogenei rispetto al prezzo di riserva

Prezzo di riserva



Il surplus del consumatore

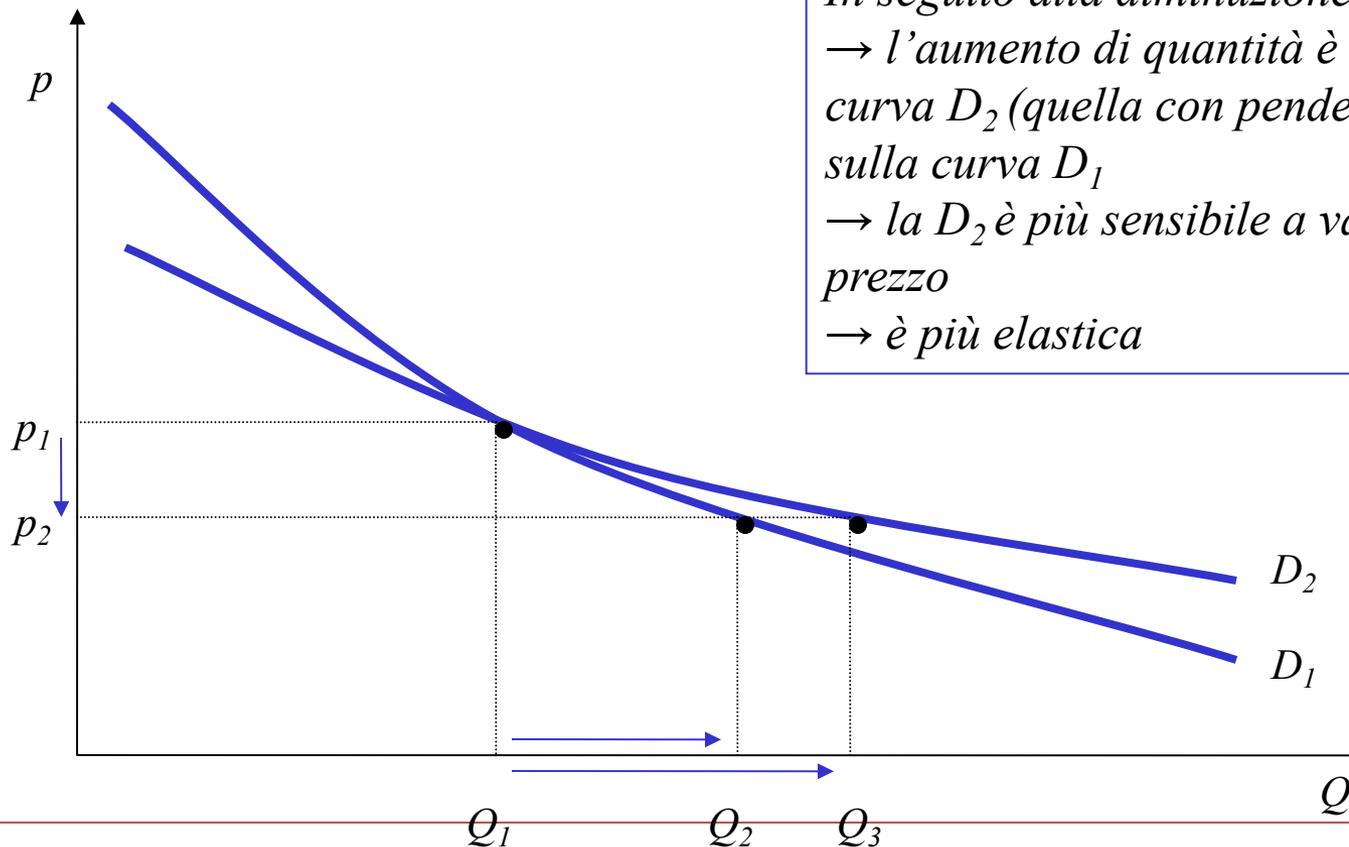
- Per il singolo consumatore: è la differenza tra prezzo di riserva e prezzo di mercato (p)
- Per il mercato: è la somma di tutti i surplus dei consumatori ed è costituito dall'area compresa tra la funzione di domanda inversa e il prezzo di mercato



Fornisce una misura del benessere collettivo che i consumatori traggono dallo scambio

Elasticità della domanda al prezzo

Misura la sensibilità, il grado di reattività della domanda a variazioni del prezzo ed è correlata alla pendenza della curva di domanda



*In seguito alla diminuzione del prezzo:
→ l'aumento di quantità è maggiore sulla curva D_2 (quella con pendenza minore) che sulla curva D_1
→ la D_2 è più sensibile a variazioni del prezzo
→ è più elastica*

Elasticità della domanda al prezzo

è data dal rapporto tra variazione percentuale della quantità domandata e variazione percentuale del prezzo

→ Misura la reattività della domanda alle variazioni del prezzo.

Elasticità della domanda al prezzo = $\frac{\text{variazione \% della quantità domandata}}{\text{variazione \% del prezzo}}$

$$\epsilon = \frac{\Delta q/q}{\Delta p/p}$$

che trasformata diventa:

$$\epsilon = \frac{p \Delta q}{q \Delta p}$$

se $|\epsilon| > 1$ → la domanda è **elastica**

se $0 < |\epsilon| < 1$ → la domanda è **anelastica**

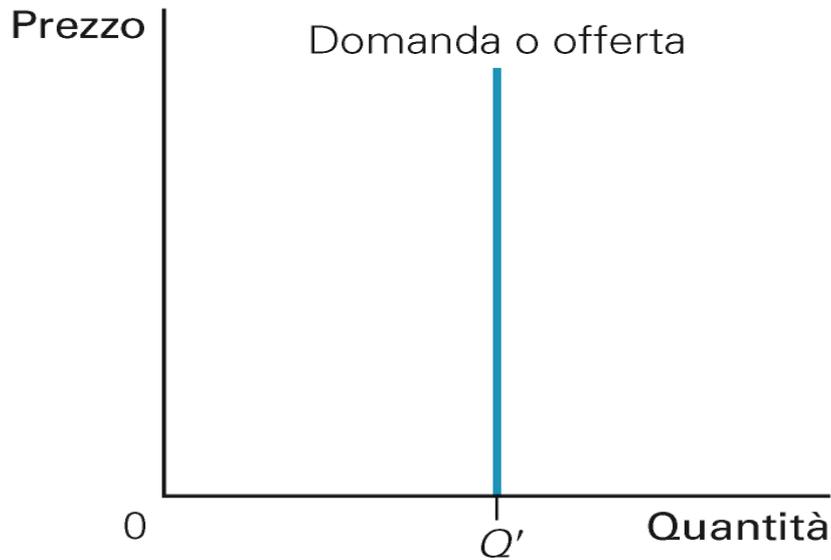
se $|\epsilon| = 1$ → la domanda è a **elasticità unitaria**

Dipende da:

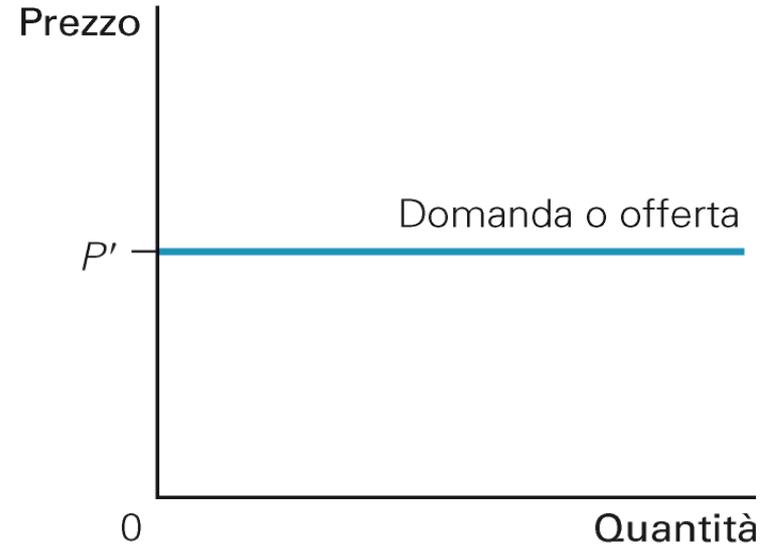
- *Numero dei beni sostituti e loro grado di sostituibilità*
- *Quota del reddito spesa nel bene*
- *Orizzonte temporale considerato*

Elasticità della domanda al prezzo

Curva di domanda perfettamente anelastica



Curva di domanda perfettamente elastica



Elasticità della domanda al prezzo, spesa e ricavo

Relazione fra spesa dei consumatori per un bene e l'elasticità della domanda al prezzo: LA SPESA AUMENTA ALL' AUMENTARE DEL PREZZO SE LA DOMANDA è ANELASTICA E DIMINUISCE ALL' AUMENTARE DEL PREZZO SE LA DOMANDA è ELASTICA.

Nel caso di domanda a elasticità unitaria la variazione del prezzo non ha effetti sulla spesa.

Per capire la ragione di questo fenomeno consideriamo che spesa e ricavo sono pari al prodotto di prezzo e quantità:

$$\text{Spesa totale} = \text{ricavo totale} = P \times Q$$

L'aumento del prezzo fa aumentare la spesa; ma all'aumentare del prezzo la quantità domandata diminuisce provocando una riduzione della spesa.  L'entità relativa di questi due effetti dipende dal reddito.

Dato che il prezzo e la quantità domandata variano in direzioni opposte se una di queste variazioni è positiva l'altra sarà negativa.

Elasticità del prezzo nel breve e nel lungo periodo

Bene	Breve periodo (fino a 1 anno)	Lungo periodo (oltre 1 anno)
Benzina	0,14	0,48
Porcellana, vetrerie	1,34	8,80
Alcol	0,90	3,63
Film	0,87	3,67
Autobus (urbano)	0,77	3,54
Autobus (extraurbano)	0,20	2,17
Aereo (internazionale)	0,70	4,00
Treno (abbonamento)	0,54	1,70
Gas naturale (uso domestico)	0,15	10,70
Elettricità (uso domestico)	0,13	1,90
Stampa (quotidiana e periodica)	0,10	0,52

Nel brevissimo periodo vi sono pochi beni sostitutivi, pertanto l'elasticità attesa è sempre più bassa.

Teoria dell'impresa e dell'offerta

Qual è lo scopo che l'impresa cerca di realizzare?

Come assume l'impresa le proprie decisioni circa cosa offrire, in quale quantità e a quale prezzo?

L'impresa è un'istituzione nella quale i prodotti (output) sono fabbricati attraverso l'uso di vari fattori della produzione (input) per essere venduti ai consumatori

Nella teoria economica gli imprenditori rappresentano soggetti razionali che orientano le loro scelte verso un obiettivo:

la massimizzazione del profitto

nel quadro dei vincoli imposti dalla domanda dei consumatori e delle tecnologie di produzione.

Massimizzazione del profitto

Il **profitto d'impresa** è dato dalla differenza tra il ricavo totale e il costo totale di produzione

$$\pi = RT - CT$$

L'impresa che massimizza i propri profitti produce un ammontare di output tale da rendere più ampia possibile la differenza tra i ricavi e i costi

- determinazione della quantità di output in corrispondenza della quale tale differenza è massima

I Ricavi dell'impresa

Il **ricavo totale** è dato dalle entrate che l'impresa ottiene in un certo periodo di tempo in seguito alla vendita di una data quantità di prodotto

Se:

q = quantità prodotto

p = prezzo di vendita di un'unità di prodotto

allora:

$$RT = pq$$

Il **ricavo medio** è l'ammontare che l'impresa ottiene per unità venduta

$$RME = RT/q \rightarrow RME = pq/q = p$$

se l'impresa vende tutta la quantità prodotta allo stesso prezzo allora il ricavo medio è pari a p

Il **ricavo marginale** è definito come l'incremento del ricavo totale dovuto alla vendita di unità ulteriore di output

$$RMG = \Delta RT / \Delta q$$

L'andamento dei ricavi rispetto all'output dipende dalla forma di mercato in cui l'impresa opera

Le quattro forme di mercato più comuni

	Concorrenza perfetta	Concorrenza monopolistica	Oligopolio	Monopolio
Numero di imprese	Molte	Molte	Poche	Una
Tipo di prodotto venduto	Identico	Differenziato	Identico o differenziato	Unico
Barriere all'entrata	Nessuna	Nessuna	Nessuna	Molte
Decisioni sui prezzi	Price taker	Price maker	Price maker	Price maker

Catteristiche di un mercato in concorrenza perfetta

- *Esiste un numero molto elevato di imprese e di acquirenti*
 - *la singola impresa produce una quota trascurabile dell'offerta totale*
- *Il prodotto è omogeneo*
 - *tutte le imprese producono un prodotto identico. Gli acquirenti percepiscono tali beni come indistinguibili*
- *C'è perfetta informazione*
 - *acquirenti e venditori hanno una conoscenza perfetta del mercato: dispongono di tutte le informazioni rilevanti (informazioni sui prezzi e qualità dei beni)*
- *Esiste completa libertà di entrata e uscita*
 - *le imprese già operative non sono in grado di impedire ad altre imprese di entrare nell'industria. Tuttavia, dal momento che per fondare una nuova impresa occorre del tempo (difficoltà di accesso alle tecnologie), la condizione di libertà di entrata opera solo nel lungo periodo*

Caratteristiche di un mercato in concorrenza perfetta

Tali caratteristiche implicano che:

- i compratori e i venditori sono **price taker**: considerano come dato il prezzo del prodotto quando decidono le quantità da acquistare e produrre. La loro dimensione è talmente piccola rispetto al mercato da non poterne influenzare il prezzo
- esiste un **unico prezzo** al quale avvengono le transazioni
- se nuove imprese ritengono conveniente entrare nell'industria possono farlo

Caratteristiche molto restrittive → poche industrie al mondo le soddisfano. Esempio: mercato delle patate

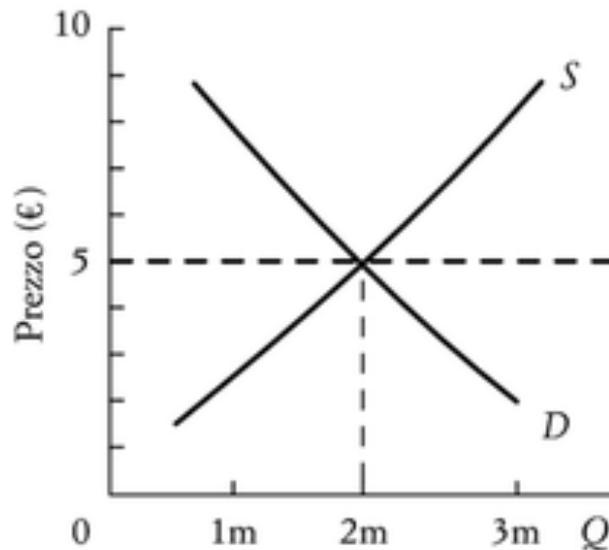
- numero elevato di coltivatori nessuno in grado di influenzare il prezzo di mercato;
- libertà di entrata per tutti quelli che vogliono iniziare a coltivare patate;
- per ogni varietà di patate, ciascun coltivatore produce un prodotto virtualmente identico a quello di ciascun altro concorrente;
- grado di conoscenza del mercato da parte di produttori e consumatori molto elevato

L'impresa in concorrenza perfetta

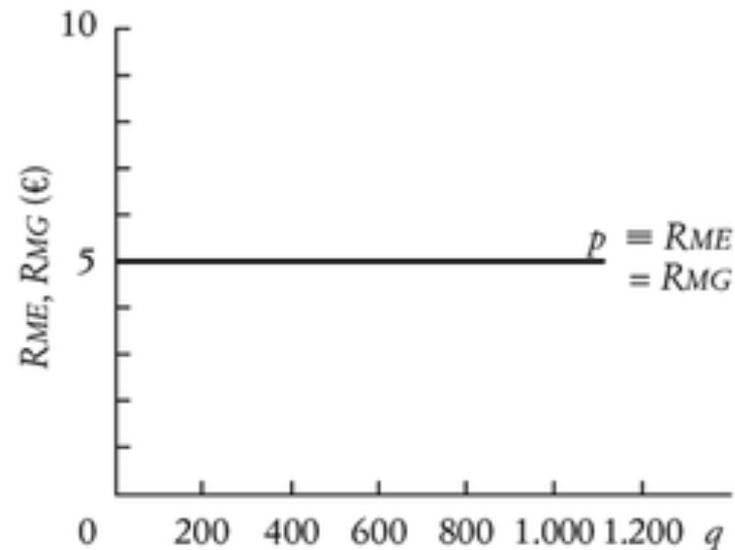
Se un'impresa è molto piccola rispetto alle dimensioni del mercato, dovrà accettare come un dato il prezzo di mercato determinato dall'interazione tra domanda e offerta

Essa può vendere quanto desidera a quel prezzo, ma non può vendere nulla a un prezzo superiore (non avrebbe domanda)

Se praticasse un prezzo inferiore potrebbe conquistare l'intera domanda di mercato (che non sarebbe comunque in grado di soddisfare) ma si aspetterebbe una reazione immediata da parte delle concorrenti per cui, tenuto conto di tale reazione, non ci sarebbe alcun vantaggio nel ridurre il prezzo



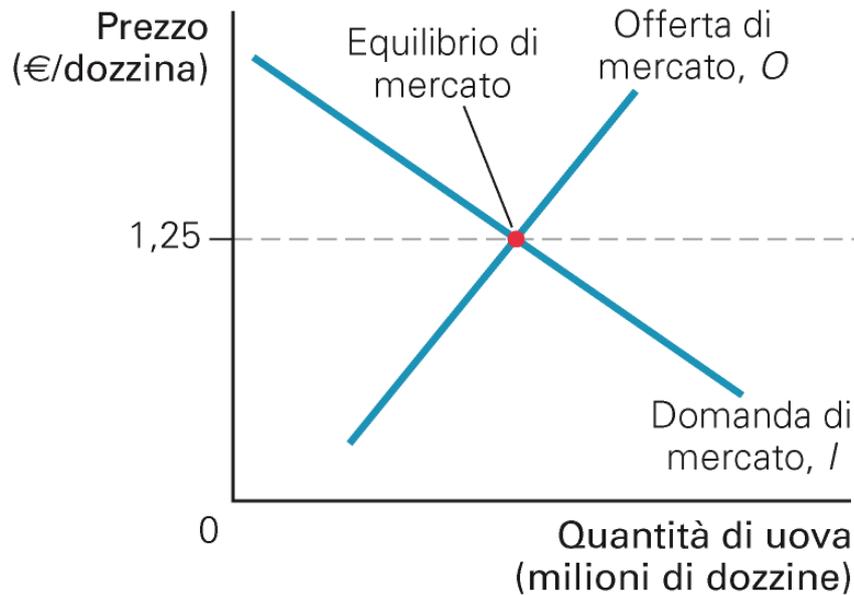
(a) Il mercato



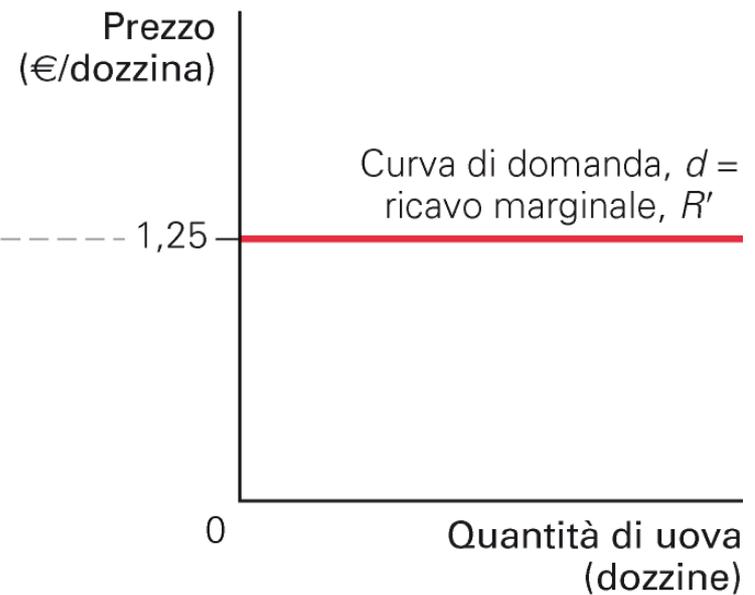
(b) L'impresa

Domanda di mercato e di un'impresa in un mercato perfettamente competitivo

(a) Mercato



(b) Impresa di Tristano



I ricavi dell'impresa in concorrenza perfetta

Output	RT	RME	RMG
0	0	0	0
1	5	5	5
2	10	5	5
3	15	5	5
4	20	5	5
5	25	5	5
6	30	5	5

I ricavi dell'impresa in concorrenza perfetta

Date le dimensioni dell'impresa, qualunque variazione dell'output non è in grado di influenzare il prezzo di mercato

*A questo prezzo, l'impresa fronteggia dunque una **curva di domanda** orizzontale.*

Essa può vendere 200 unità, 600 unità, 1.200 unità o qualsiasi altro numero di unità senza influenzare il prezzo

*Il **Ricavo Medio** perciò è costante e pari a 5 euro. La curva del ricavo medio dell'impresa deve pertanto coincidere con la sua curva di domanda*

***Ricavo marginale.** Nel caso di una curva di domanda orizzontale il ricavo marginale è uguale al prezzo, in quanto la vendita di un'unità aggiuntiva a un prezzo costante non farà che aggiungere quell'ammontare al ricavo totale.*

Se un'unità addizionale viene venduta al prezzo costante di 5 euro, verranno ricavati 5 euro in più.

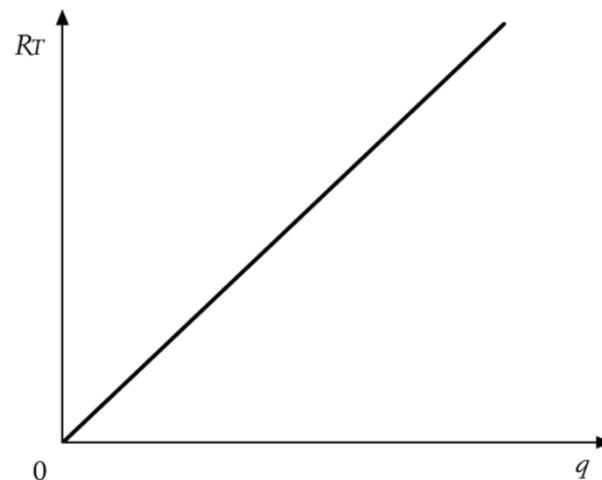
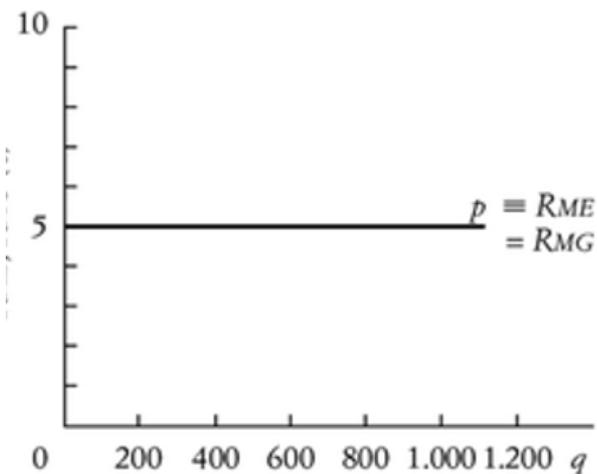
***Ricavo totale.** Poiché il prezzo è costante, all'aumentare della quantità venduta, il ricavo totale aumenta a un tasso costante. La curva RT è quindi una linea retta passante per l'origine e il prezzo rappresenta sia il ricavo medio sia quello marginale.*

I ricavi dell'impresa in concorrenza perfetta

Il Ricavo medio è costante e pari al prezzo

Il Ricavo marginale è anch'esso costante e pari al prezzo

Il Ricavo totale si può rappresentare con una linea retta passante per l'origine e con pendenza pari al prezzo



I costi dell'impresa

Il **costo totale** è dato dal prezzo di ciascuna unità di input moltiplicato per il numero di unità usate, sommando tutti gli input

Se l'impresa utilizza 2 soli fattori produttivi lavoro e capitale, dove:

L=quantità del fattore lavoro

K= quantità del fattore capitale

w=prezzo di un'unità di lavoro

r=prezzo di un'unità di capitale

allora:

$$CT = wL + rK$$

Il **costo medio** è pari al costo per unità di produzione

$$CME = CT/q$$

Il **costo marginale** è dato dall'aumento dei costi totali derivanti dalla produzione di unità addizionale (marginale) di output

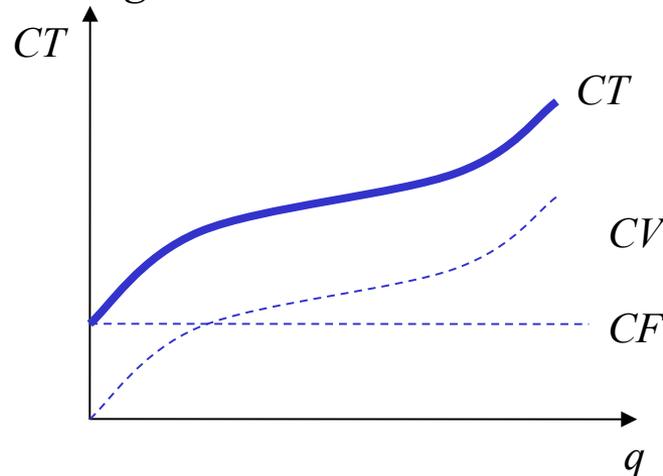
$$CMG = \Delta CT / \Delta q$$

Costi fissi e costi variabili

- *La microeconomia considera l'impresa come operante in due strutture temporali: il breve ed il lungo periodo*
- *Tale distinzione fa riferimento alle possibilità d'impiego dei fattori produttivi da parte dell'impresa*
- **Breve periodo:** *alcuni fattori della produzione sono fissi (solitamente il capitale, cioè impianti, edifici, etc). I costi associati a tali input sono definiti **costi fissi** L'impresa li sostiene indipendentemente dal livello di produzione. La produzione può variare solo variando l'impiego degli input variabili (esempio: fattore lavoro) I costi associati a tali fattori si definiscono **costi variabili***

$$CT=CF+CV$$

- **Lungo periodo:** *tutti i fattori della produzione sono variabili. Le imprese possono espandere la loro produzione scegliendo la combinazione ottimale dei fattori produttivi*



Massimizzazione del profitto

La massimizzazione del profitto in una impresa è determinata da una particolare combinazione ottimale del prezzo e delle quantità di produzione/vendita.

La massimizzazione del profitto d'impresa è una funzione con due variabili indipendenti.

$$\text{Max (profitto)} = f (q , p)$$

Per comprendere le condizioni di massimizzazione del profitto è necessario analizzare il profitto nelle sue componenti di costo e ricavo economico.

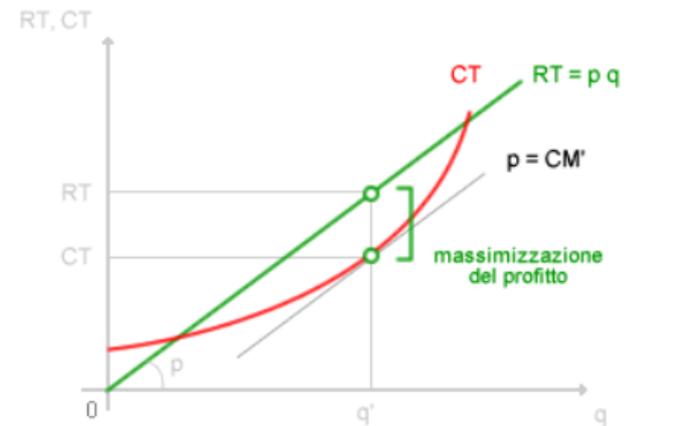
Il profitto (π) di una impresa è determinato dalla differenza come differenza tra il ricavo totale (RT) dell'impresa e il costo totale (CT) della produzione.

$$\pi = RT - CT$$

Nel grafico sono rappresentate le curve delle funzioni del costo totale (CT) e del ricavo totale (RT) in relazione alla quantità di produzione (q).

La massimizzazione del profitto si verifica nel punto in cui la curva del ricavo totale e la curva del costo totale hanno la medesima pendenza.

$$\pi = RT - CT$$



Massimizzazione del profitto

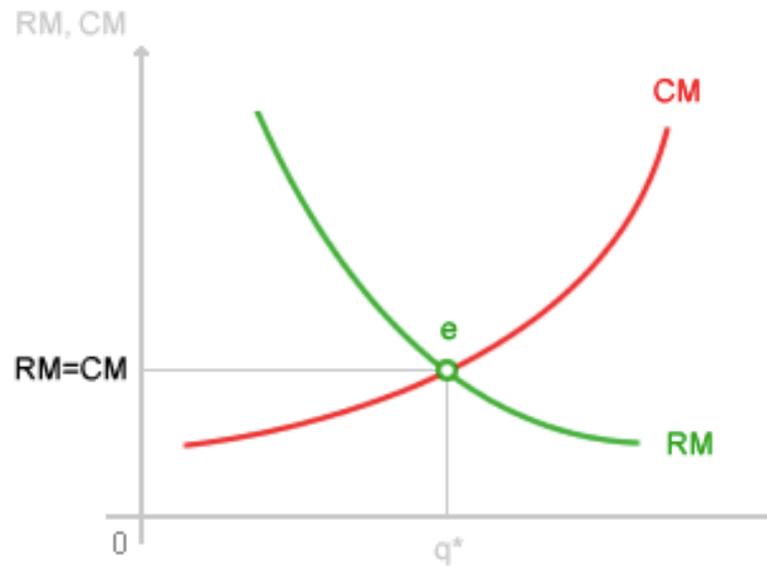
In concorrenza perfetta la massimizzazione del profitto di un'impresa si verifica quando il costo marginale (CM) eguaglia il ricavo marginale (RM).

$$RM = CM$$

L'eguaglianza tra il costo marginale (CM) e il ricavo marginale (RM) è la condizione di ottimo dal punto di vista della singola impresa.

L'eguaglianza $RM=CM$ è la condizione di ottimalità di primo ordine per la massimizzazione del profitto e può essere analizzata su diagramma cartesiano anche analizzando l'andamento dei costi marginali e dei ricavi marginali in relazione al prezzo.

Il punto di massimizzazione del profitto si ottiene nel punto di incontro della curva dei ricavi marginali (RM) con la curva dei costi marginali (CM).



Misurare il profitto di un'impresa

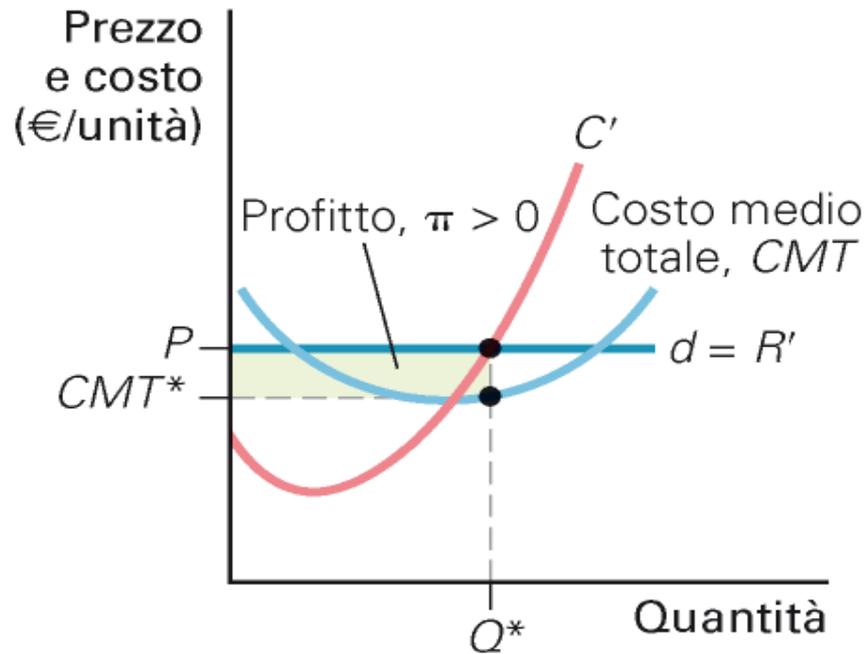
Data la curva di costo marginale di un'impresa C' , la curva di costo totale medio CMT e il prezzo di mercato P , il profitto dell'impresa può essere misurato dall'area del rettangolo con larghezza Q^* e altezza $(P - CMT^*)$.

Il profitto può essere:

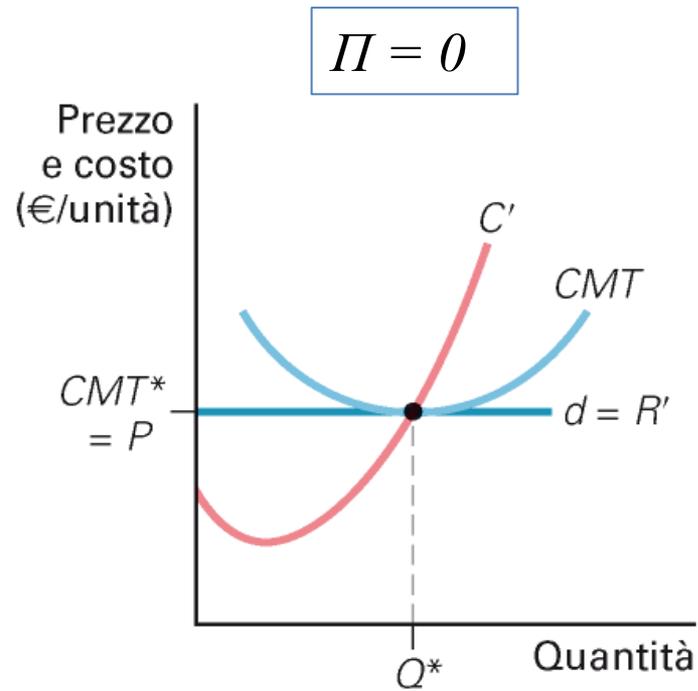
- Positivo
- Nullo
- Negativo

Misurare il profitto dell'impresa: profitto positivo

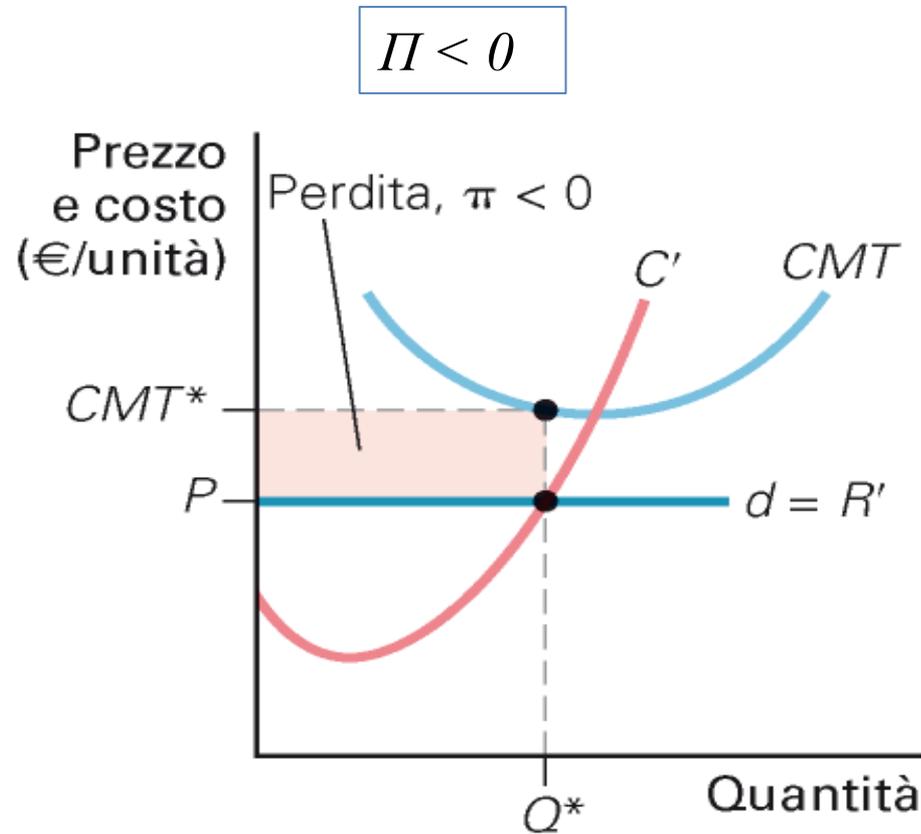
$$\Pi > 0$$



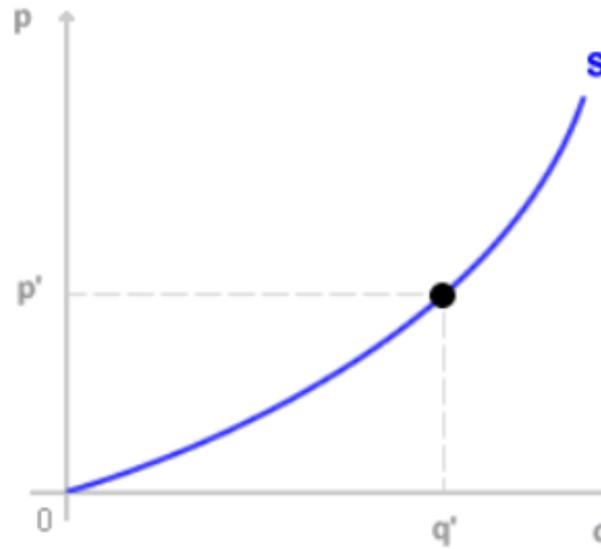
Misurare il profitto dell'impresa: profitto nullo



Misurare il profitto dell'impresa: profitto negativo (perdita)



Curva di offerta

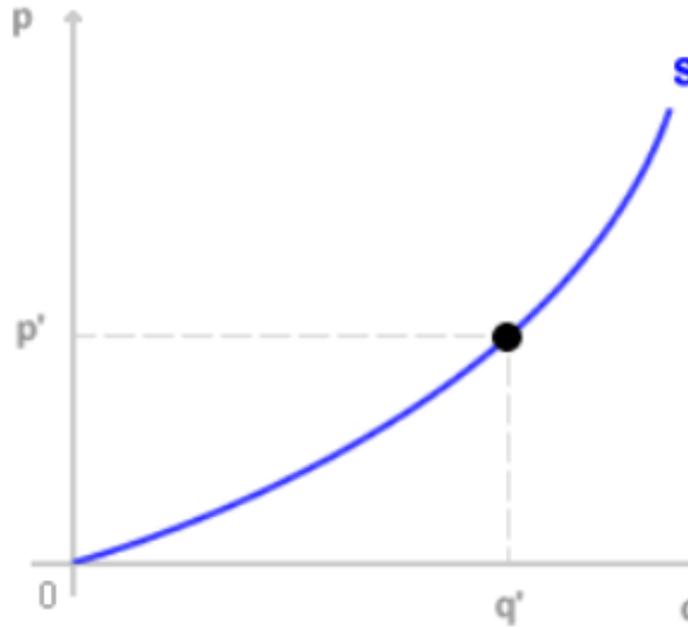


La sensibilità dell'offerta a variazioni di prezzo è misurata dall'elasticità

$$\eta = \frac{\Delta Q_s}{Q_s} \bigg/ \frac{\Delta p}{p}$$

è data dal rapporto tra variazione percentuale della quantità offerta e variazione percentuale del prezzo

Curva di offerta e surplus del produttore



*L'area tra il prezzo e la curva di offerta misura la differenza tra ricavi (pq) e costi sostenuti per produrre la quantità q^**

Ciò non cattura i costi fissi perché questi non coincidono con i costi marginali

Rappresenta dunque i profitti al lordo dei costi fissi → surplus del produttore

I profitti dell'impresa nel breve e nel lungo periodo

- Nella valutazione di continuare o meno l'attività imprenditoriale l'imprenditore dovrà tenere conto di ciò che avrebbe ottenuto investendo il capitale nella migliore alternativa cui ha rinunciato per intraprendere l'attività d'impresa
- Questo rappresenta il rendimento minimo che egli deve ottenere dal capitale investito nell'impresa affinché non decida di chiudere per dedicarsi a un'altra attività

costo-opportunità della gestione dell'impresa

- Al pari di salari e di qualsiasi altro costo, si tratta di un costo che deve essere coperto per continuare a dedicarsi all'attività imprenditoriale. Questo costo-opportunità è chiamato **profitto normale**, e deve quindi essere incluso tra i costi d'impresa

I profitti dell'impresa nel breve e nel lungo periodo

È possibile calcolare in ogni istante un tasso medio di rendimento del capitale dell'economia nel suo complesso

Quando i profitti guadagnati in un mercato particolare sono maggiori del tasso medio dei profitti per l'intera economia le imprese entrano in quel mercato (le imprese realizzano extraprofitti in quel mercato)

Ciò comporta:

1. diminuzione dei ricavi → la maggiore competizione riduce il prezzo del prodotto
2. Aumento dei costi → la maggiore competizione aumenta il prezzo degli input
3. Riduzione dei profitti

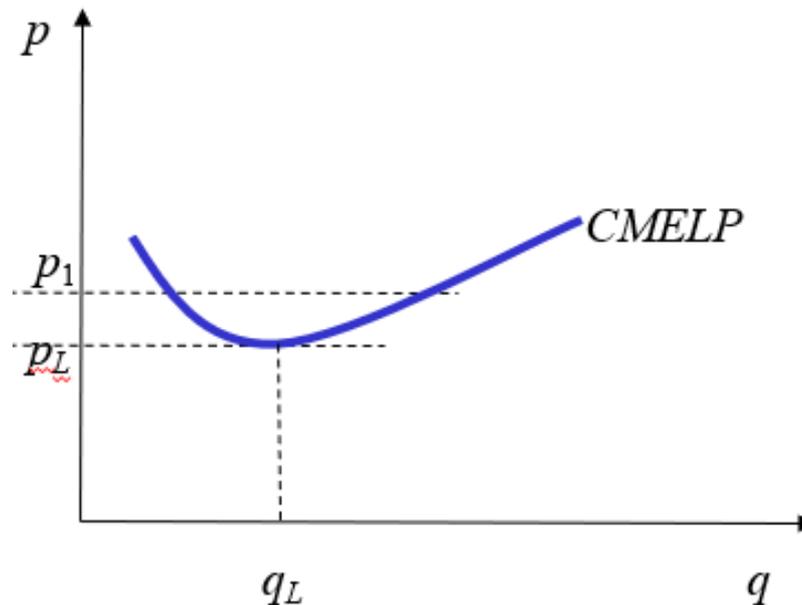
L'entrata nel mercato cessa quando i profitti scendono al tasso medio

→ i profitti economici sono uguali a zero

I profitti dell'impresa nel breve e nel lungo periodo

In un mercato di concorrenza perfetta che si trova in una situazione di un equilibrio di lungo periodo i profitti economici sono uguali a zero

Ciò si verifica quando la curva dei costi medi dell'impresa è al suo punto di minimo, a livello più basso possibile tale da eguagliare il prezzo dell'output → input saranno usati nella maniera più efficiente possibile



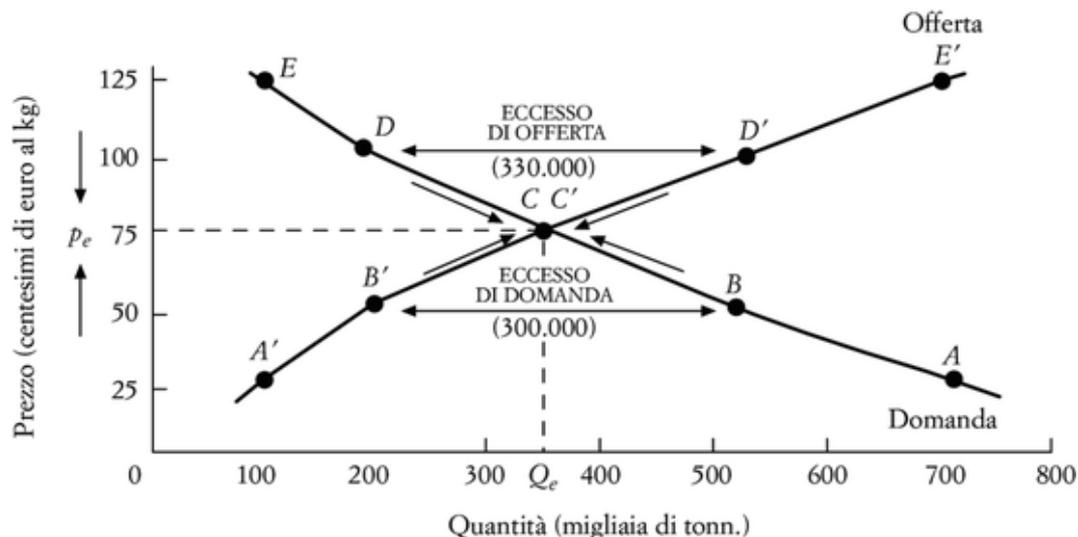
Come interagiscono consumatori e produttori nel mercato?

Un mercato è costituito dall'insieme dei compratori e dei venditori di un bene o servizio

Gli strumenti per lo studio di un mercato sono la curva di domanda e la curva di offerta

Esempio: mercato delle patate

Prezzo (centesimi di euro al kg)	Domanda totale di mercato (migliaia di tonn.)	Offerta totale di mercato (migliaia di tonn.)
25	700 (A)	100 (A')
50	500 (B)	200 (B')
75	350 (C)	350 (C')
100	200 (D)	530 (D')
150	100 (E)	700 (E')



Mercato ed efficienza

E' il mercato in grado di garantire un uso efficiente delle risorse?

Per rispondere alla domanda bisogna capire se il mercato garantisce la massimizzazione del benessere sociale (è in grado di generare il massimo surplus con le risorse date)

Es. di sotto: In equilibrio il mercato scambia una quantità di 6 al prezzo di 8. E' questa un'allocazione economicamente efficiente?



Mercato ed efficienza

Perche' non e' efficiente produrre 4 m. di unita'?

Dalla curva di domanda vediamo che esiste un consumatore disposto a pagare 12 per la 4m.sima unita' mentre dalla curva di offerta vediamo che il costo di produzione di quell'unita' e' pari a 6. Dunque, producendo quell'unita' il surplus totale aumenta di 6 (12-6).

Fino a quando la curva di domanda sta sopra quella di offerta il benessere totale aumenta per ogni unita' addizionale prodotta.

Perche' non e' efficiente produrre 7 m. di unita'?

Dalla curva di domanda vediamo che esiste un consumatore disposto a pagare 6 per la 7m.sima unita' mentre dalla curva di offerta vediamo che il costo di produzione di quell'unita' e' pari a 9. Dunque, producendo quell'unita' il surplus totale diminuisce di 3 (6-9).

Fino a quando la curva di domanda sta sotto quella di offerta il benessere totale aumenta diminuendo la produzione del bene.

