

BIBLIOTECA

I Principi dell'economia

Introduzione

Benvenuti!

Sono Lorenza Lorenzetti e mi occupo di...

In questa lezione introdurremo i principi dell'economia

In particolare approfondiremo:

- il mercato e le sue principali forme
- la domanda di mercato
- e, infine, vedremo cosa guida le scelte del consumatore

Bene, non ci resta che cominciare...

Il concetto di Economia

Il termine economia deriva dai termini greci OIKOS (casa) e -NEM amministrare, cioè, secondo la spiegazione di Senofonte (IV secolo a. C., Atene), una guida sulla gestione delle cose, della famiglia/società.

Se le **risorse** sono abbondanti (non scarse), tali decisioni di gestione non presentano difficoltà. Quando invece le risorse sono scarse, sorge il problema di un uso efficiente delle stesse per evitare sprechi.

L'economia è lo studio del modo in cui i soggetti decisori gestiscono le proprie risorse scarse. Il funzionamento economico delle società contemporanee è il prodotto delle decisioni della molteplicità di individui che compongono la società.

La teoria economica quindi studia:

- 1) come gli individui formulano le proprie decisioni
- 2) come gli individui interagiscono tra loro
- 3) le forze e le tendenze che influenzano l'economia nel suo complesso

I primi due punti sono oggetto della Microeconomia. Il terzo è oggetto della Macroeconomia.

Principi di Mankiw sull'economia

Secondo Mankiw possiamo introdurre l'economia attraverso alcuni **principi**:

- gli individui devono affrontare scelte alternative (si parla di "trade-off")
- il costo di qualcosa è ciò a cui si deve rinunciare per ottenere la cosa stessa
- gli individui razionali pensano "al margine"

- gli individui rispondono agli incentivi
- lo scambio può rappresentare un vantaggio per tutti
- i mercati rappresentano uno strumento efficace per organizzare l'attività economica
- il mercato può fallire e l'intervento pubblico, a volte, può migliorare il risultato del mercato

Vediamoli in dettaglio...

Primo principio di Mankiw

Il primo principio di Mankiw dice che gli individui devono affrontare **scelte alternative**.

Questo significa che quando le risorse sono scarse, per ottenere qualcosa si è costretti a rinunciare a qualcos'altro. Ad esempio, la scelta che bisogna operare tra tempo libero o lavoro/studio

Secondo principio di Mankiw

Il secondo principio di Mankiw dice che il **costo** di qualcosa è ciò a cui si deve rinunciare per ottenere la cosa stessa. Scegliendo, gli individui razionali confrontano costi e benefici di un'azione con quelli di azioni alternative. Un esempio tipico è la scelta operata dai giovani tra università e lavoro.

Per costi si intendono non solo i costi direttamente monetari, ma il termine ricomprende anche i "costi opportunità".

Il **costo opportunità** è ciò a cui si è costretti a rinunciare per ottenere un certo bene/servizio.

Terzo principio di Mankiw

Il terzo principio di Mankiw dice che gli individui razionali pensano "**al margine**". Le variazioni marginali sono modesti cambiamenti incrementali rispetto a un piano d'azione predefinito. Gli individui solitamente decidono sulla base di costi e benefici al margine, non di costi e benefici "medi".

Quarto principio di Mankiw

Il quarto principio di Mankiw dice che gli individui razionali rispondono agli **incentivi**, cioè decidono confrontando costi e benefici marginali. Una scelta è preferita ad un'altra quando:

$$B_{Ma} > C_{Ma}$$

dove:

- B_{Ma} = Benefici marginali
- C_{Ma} = Costi marginali

Quinto principio di Mankiw

Il quinto principio di Mankiw dice che gli individui possono trarre beneficio dalla possibilità di reciproci rapporti di **scambio**. Lo scambio, infatti, permette la specializzazione individuale e quindi una maggiore efficienza produttiva.

Sesto principio di Mankiw

Il sesto principio di Mankiw dice che i mercati rappresentano uno strumento efficace per **organizzare** l'attività economica. In un'economia di mercato, infatti:

- gli individui (le famiglie) decidono a chi offrire il proprio lavoro e che cosa acquistare con il reddito ricavato
- le imprese decidono chi assumere e che cosa produrre
- l'intero processo è guidato solamente dai prezzi, non essendo pianificato da nessuno

Settimo principio di Mankiw

Il settimo principio di Mankiw dice che il mercato può fallire. Il fallimento del mercato è il caso in cui il mercato non riesce ad allocare le risorse in modo efficiente.

Ecco alcuni esempi classici che possono portare al fallimento del mercato:

- il primo esempio è sulle **esternalità**, cioè lo scambio tra due individui può generare un effetto "esterno" su di un terzo individuo
- il secondo esempio è sul **potere di mercato**, cioè la capacità di determinati soggetti, per esempio un monopolista, di influenzare la formazione dei prezzi a proprio favore

Quando il mercato fallisce, l'intervento pubblico può migliorare il risultato del mercato, correggendo le esternalità con un sistema di tasse o sussidi, o eliminando il potere di mercato con politiche di tutela della concorrenza. Tuttavia, bisogna fare attenzione perché esistono anche casi di fallimenti dello Stato.

Il Mercato

Vediamo ora meglio cos'è il **mercato**.

Gli **elementi** presenti in un mercato sono tre:

1. i **soggetti** che vi operano, ovvero compratori e venditori
2. I **beni oggetto** di scambio, che possono essere merci, servizi, titoli di credito
3. il **prezzo**, cioè la quantità di moneta necessaria per acquistare un dato bene

Un mercato è un **luogo** fisico (ad esempio un punto vendita al dettaglio dove le persone si incontrano faccia a faccia) o virtuale (come un mercato online, dove non esiste un contatto fisico diretto tra acquirenti e venditori)

Nel mercato due parti (generalmente compratori e venditori) possono riunirsi per facilitare lo scambio di beni e servizi.

La **dimensione di un mercato** è determinata dal numero di compratori e venditori, nonché dalla quantità di denaro che cambia di mano ogni anno.

Il mercato svolge la **fondamentale funzione** di allocazione dei prezzi alle risorse scarse attraverso il meccanismo dei prezzi. Il mercato infatti stabilisce i prezzi per beni/servizi. Più in particolare, i prezzi sono determinati dalla domanda e dall'offerta, ossia da tutti i compratori e i venditori che interagiscono sul mercato.

Generalmente si fa riferimento al mercato in concorrenza perfetta, ma non tutti i beni sono venduti in mercati perfettamente competitivi. Esistono infatti diversi tipi di mercati. Vediamo velocemente le diverse forme di mercato....

Forme di mercato

Le forme di mercato sono determinate dalle diverse condizioni in cui si trovano ad operare compratori e venditori.

Le **principali forme** di mercato sono:

- la concorrenza perfetta
- il monopolio
- l'oligopolio
- la concorrenza monopolistica

Ad esse si aggiungo altre forme meno diffuse come:

- il monopsonio
- il monopolio bilaterale
- il duopolio

In genere, la principale differenza tra queste diverse forme di mercato è legata al numero di imprese che vi operano.

La Concorrenza perfetta

La Concorrenza perfetta è caratterizzata dalla presenza di un numero elevato di venditori e di compratori. Essendo numerosi, nessuno di essi può influenzare il prezzo di mercato, che viene fissato come risultato dell'incontro della domanda e dell'offerta (sono tutti **price-takers**). Per essere un mercato perfettamente competitivo, un mercato deve avere le seguenti caratteristiche:

1. **numerosità degli operatori**
2. **libertà di ingresso**
3. **omogeneità di prodotto**
4. **perfetta informazione**

Il Monopolio assoluto

Si parla di Monopolio assoluto quando vi è un solo imprenditore sul mercato che offre un determinato bene o servizio. I compratori, invece, sono numerosi. Il prodotto offerto è unico e non vi è possibilità di accesso di nuove imprese sul mercato.

In questo caso, il prezzo del prodotto o del servizio è determinato dal venditore.

Oligopolio

L'Oligopolio è la forma di mercato caratterizzata dalla presenza di poche grandi imprese produttrici che offrono un certo bene o servizio e da un numero elevato di compratori. L'ingresso di nuove imprese sul mercato non è libero.

Il prezzo del prodotto è fissato dai venditori.

Concorrenza monopolistica

La concorrenza monopolistica è una forma di mercato intermedia tra Concorrenza perfetta e Monopolio, in cui si presentano alcuni elementi caratteristici del mercato concorrenziale e altri del mercato monopolistico. In questo tipo di mercato le imprese offrono un prodotto non omogeneo e differenziato (ad esempio i negozi di abbigliamento). Questa differenziazione determina le preferenze dei consumatori in quanto, pur essendo simili, i prodotti non sono considerati dagli acquirenti come beni sostituti.

Monopsonio

Il Monopsonio è una forma di mercato caratterizzata dalla presenza di un solo acquirente a fronte di una pluralità di venditori. L'esempio classico di monopsonio è offerto dal mercato del lavoro, quando vi è un unico datore a fronte di molti lavoratori.

Monopolio bilaterale

Si parla di Monopolio bilaterale quando vi è monopolio dal lato dell'offerta e monopsonio dal lato della domanda. In altre parole, sul mercato vi è un solo venditore e un solo compratore.

Duopolio

Il Duopolio è la forma di mercato caratterizzata dalla presenza di due soli venditori e da una pluralità di compratori.

Come funziona il Mercato

Vediamo ora meglio come funziona il mercato. Analizziamo cioè:

- la domanda
- l'offerta
- e l'equilibrio di mercato

Prendiamo come riferimento il mercato di concorrenza perfetta.

La Domanda di mercato

La domanda individuale è la quantità di un certo bene o servizio che un consumatore è disposto ad acquistare ad un determinato prezzo in un certo momento.

La domanda di un dato bene o servizio dipende da vari fattori:

- i gusti personali
- la pubblicità
- il prezzo massimo che un consumatore è disposto a pagare, detto "prezzo di riserva"
- il prezzo di altri beni
- il reddito

Il prezzo del bene o servizio è, in ogni caso, il fattore più importante che incide sul livello della domanda: più il prezzo di un bene o di un servizio è elevato, minore è la sua domanda e viceversa (è il caso dei beni normali).

Questo ci permette di enunciare la legge della domanda, ovvero che all'aumentare del prezzo di un bene, fermo restando le altre grandezze che agiscono sulla domanda, la quantità domandata di quel bene diminuisce e viceversa. In altre parole possiamo dire che la domanda di un bene è **funzione inversa del prezzo** del bene stesso.

Nel grafico riportiamo sull'asse delle ascisse la quantità di un certo bene o servizio e sull'asse delle ordinate il prezzo di quel dato bene o servizio. Abbiamo disegnato la curva di domanda, una relazione matematica tra due variabili: prezzo e quantità. La curva di domanda è inclinata negativamente e ci dice qual'è la quantità domandata dai consumatori per ogni livello di prezzo, oppure a quale prezzo i consumatori sono disposti ad acquistare una determinata quantità. La curva di domanda mostra quindi cosa succede alla quantità richiesta di un bene al variare del suo prezzo, mantenendo costanti tutte le altre variabili che influenzano gli acquirenti. Quando una di queste altre variabili cambia, la curva di domanda si sposta.

Spostamenti della curva di domanda

La domanda di mercato di un dato bene o servizio varia al variare di diversi fattori. Tra questi, i più importanti sono:

- 1) il **prezzo** del bene/servizio stesso
- 2) il prezzo di altri beni/servizi sostituti o complementari (dove i **beni sostituti** sono quei beni che sostituiscono un altro quando un calo del prezzo di un bene riduce la domanda di un altro bene, ad es. burro e margarina; e i **beni complementari** sono quei beni collegati tra loro in quanto la diminuzione del prezzo di un bene determina l'aumento della domanda di un altro bene, ad es. macchine e benzina, computer e software, pasta e Pomodoro)
- 3) il livello del reddito o vincolo di bilancio, ossia i beni/servizi che il consumatore è in grado di acquistare. Un reddito inferiore significa che si ha meno da spendere in totale, quindi si può spendere meno per alcuni o tutti i beni

Si definisce **elasticità** della domanda l'intensità con la quale varia la domanda al variare di uno dei 3 fattori presi in esame, cioè il rapporto tra variazione percentuale della domanda di un dato prodotto/servizio (quantità venduta Q) rispetto ad una variazione percentuale del prezzo dello stesso prodotto o di altri prodotti (elasticità incrociata).

Dalla Domanda individuale alla Domanda di mercato

Finora abbiamo visto la domanda individuale. Per analizzare come funzionano i mercati, dobbiamo considerare la domanda di mercato. Questa si ottiene dalla **somma** di tutte le domande individuali per quel particolare bene/servizio. Le curve di domanda individuali vengono sommate orizzontalmente, ottenendo così la quantità domandata del bene/servizio per ogni prezzo.

La curva della domanda di mercato mostra come varia la quantità totale richiesta di un bene al variare del prezzo del bene stesso, mentre tutti gli altri fattori che influenzano quanto i consumatori vogliono acquistare vengono mantenuti costanti.

Passiamo adesso a considerare il mercato dal punto di vista dell'offerta.

La curva di offerta

La quantità offerta di qualsiasi bene o servizio è la quantità che i venditori sono disposti e in grado di vendere. L'offerta di un dato bene o servizio dipende da vari fattori:

- dai **costi** dei fattori produttivi o costi di produzione
- dall'introduzione di nuove **tecnologie**
- da altri fattori quali clima, legislazione, ecc.
- dal **prezzo** del bene/servizio stesso

Tra questi fattori il più importante è sicuramente il prezzo. Quando il prezzo di un bene aumenta, gli imprenditori hanno interesse a venderne maggiori quantità e ne aumentano la produzione, quindi la sua offerta aumenta. Viceversa, quando il prezzo di un bene diminuisce, la sua offerta diminuisce proprio perché gli imprenditori hanno un minor interesse a vendere quel bene. Questo comportamento delle imprese prende il nome di legge dell'offerta. L'offerta di un bene è (ceteris paribus) funzione diretta del prezzo.

Nel grafico riportiamo sull'asse delle ascisse la quantità di un certo bene o servizio e sull'asse delle ordinate il prezzo di quel dato bene o servizio. Abbiamo disegnato la curva dell'offerta, una relazione matematica tra due variabili: prezzo e quantità. La curva dell'offerta è inclinata positivamente e ci dice qual è la quantità offerta dagli imprenditori per ogni livello di prezzo, oppure a quale prezzo minimo gli imprenditori sono disposti a offrire il prodotto.

Dall'offerta Individuale all'offerta di mercato

Come per la domanda di mercato, anche l'offerta di mercato si ottiene dalla somma di tutte le offerte individuali per quel particolare bene/servizio. Le curve di offerta individuali vengono sommate orizzontalmente e otteniamo la quantità offerta del bene/servizio per ogni prezzo. La curva di offerta di mercato mostra come varia la quantità totale offerta di un bene al variare del prezzo del bene, mentre tutti gli altri fattori sono mantenuti costanti.

Equilibrio di mercato

Abbiamo visto la domanda e l'offerta di mercato, la loro intersezione determina l'equilibrio di mercato.

Nel punto di intersezione tra la curva di domanda e la curva di offerta si realizza l'equilibrio di mercato. In equilibrio i consumatori e i venditori sono entrambi soddisfatti, ossia è impossibile

migliorare la situazione di qualcuno senza contemporaneamente peggiorare quella di qualcun altro. Si parla di **efficienza paretiana**.

Situazione di Equilibrio di mercato

Vediamo ora come si arriva ad una situazione di equilibrio di mercato.

Se il prezzo differisce da quello di equilibrio, si determina uno **squilibrio** tra domanda e offerta.

Supponiamo che in un certo momento il prezzo sia superiore rispetto a quello di equilibrio: la quantità offerta in corrispondenza di questo prezzo sarà superiore rispetto alla quantità domandata. Le imprese, per evitare di trovarsi con gran parte dei propri prodotti invenduti, saranno disposte a vendere a prezzi più bassi. Si avrà, quindi, un calo dei prezzi fino a che la domanda e l'offerta non si eguaglieranno nuovamente.

In maniera analoga se il prezzo di mercato, in un dato momento, è inferiore rispetto a quello di equilibrio, la quantità offerta in corrispondenza di questo prezzo è inferiore rispetto alla quantità domandata. I consumatori, per poter avere i beni in questione saranno disposti a pagarli un prezzo superiore. Si avrà così un aumento dei prezzi fino a che la domanda e l'offerta non si eguaglieranno nuovamente.

In altre parole nel mercato agiscono, in ogni momento, delle forze automatiche (ciò che Adam Smith chiamò "**la mano invisibile**") che assicurano l'adeguamento del prezzo di mercato al prezzo di equilibrio.

La scelta del consumatore

Abbiamo visto che la domanda esprime la quantità di un certo bene o servizio che un consumatore è disposto ad acquistare ad un determinato prezzo in un certo momento. Ma come avviene la scelta del consumatore?

La teoria economica si fonda su un **modello razionale di scelta** e considera che fra tutte le possibilità il consumatore sceglie quella che egli ritiene migliore: ossia il consumatore **massimizza la sua utilità**. I due pilastri di questa teoria sono il vincolo di bilancio e le preferenze.

Vediamoli più approfonditamente...

Il Vincolo di bilancio

Il **Vincolo di bilancio** (o retta di bilancio) rappresenta i panieri (ossia gli insiemi di combinazioni) di beni/servizi che il consumatore è in grado di acquistare in relazione al proprio reddito e ai prezzi degli stessi. Il vincolo di bilancio ci dice ciò che il consumatore può permettersi di acquistare.

La **pendenza** del vincolo di bilancio equivale al prezzo relativo dei beni ($- P_x/P_y$), ovvero al prezzo di un bene espresso in rapporto agli altri beni, riflette perciò il trade-off tra i beni che il

mercato offre al consumatore.

Preferenze

Le preferenze del consumatore rappresentano i suoi **gusti**, ovvero ciò che preferisce. Vengono rappresentate graficamente dalle curve di indifferenza. Ogni curva mostra le combinazioni di consumo che offrono al consumatore il medesimo livello di soddisfazione (utilità). A curve più alte corrispondono livelli di utilità più alti.

Se si offrono a un consumatore due combinazioni di beni diverse, egli sceglie quella che meglio soddisfa i suoi gusti. Se entrambe le combinazioni soddisfano allo stesso modo i suoi gusti (i panieri stanno sulla stessa curva d'indifferenza), diciamo che il consumatore è **indifferente** tra le due combinazioni.

Proprietà delle curve di indifferenza

Le curve di indifferenza hanno proprietà che riflettono il sistema delle preferenze:

- curve di indifferenza più alte garantiscono un livello di soddisfazione (utilità) più elevato
- le curve di indifferenza hanno pendenza negativa. La pendenza della curva d'indifferenza è rappresentata dal Saggio marginale di sostituzione, cioè il rapporto al quale il consumatore è disposto a scambiare un bene con l'altro
- le curve di indifferenza non si intersecano
- le curve di indifferenza sono concave rispetto agli assi cartesiani

La scelta ottima del Consumatore

Ciò che il consumatore sceglie è detta **Scelta ottima del consumatore**. Il consumatore, infatti, ottimizza la propria condizione collocandosi nel punto in cui il vincolo di bilancio è tangente a una curva di indifferenza. In tale punto la pendenza della curva di indifferenza è uguale a quella del vincolo di bilancio, quindi il saggio marginale di sostituzione è uguale al prezzo relativo dei beni.

Vediamo adesso cosa succede in caso di spostamento dei vincoli di bilancio del consumatore...

Spostamenti del Vincolo di bilancio: Effetto delle Variazioni di reddito

Se il reddito del consumatore aumenta, il vincolo di bilancio si sposta verso destra. Quindi se i beni sono **normali**, il consumatore reagisce all'aumento di reddito aumentando la quantità acquistata dei beni. Se i beni sono **inferiori**, il consumatore reagisce all'aumento di reddito diminuendo la quantità acquistata dei beni.

Viceversa, se il reddito del consumatore diminuisce, il vincolo di bilancio si sposta verso sinistra e il consumatore reagirà alla diminuzione di reddito diminuendo la quantità acquistata dei beni. Se i beni sono **inferiori**, il consumatore reagisce alla diminuzione di reddito aumentando la quantità acquistata dei beni.

Spostamenti del Vincolo di bilancio: Effetto delle Variazioni di prezzo

Se il prezzo di un bene diminuisce, il vincolo di bilancio del consumatore cambia **pendenza**: si sposta verso l'esterno. Il consumatore si sposta dall'ottimo iniziale verso un nuovo ottimo, acquistando una diversa quantità di beni.

Viceversa se il prezzo di un bene aumenta, il vincolo di bilancio del consumatore cambia **pendenza**: si sposta verso l'interno.

Effetto di Reddito ed Effetto di sostituzione

Si indica col termine **Effetto di reddito**, la variazione di consumo che risulta quando una variazione di prezzo fa spostare il consumatore su una curva di indifferenza superiore.

Si indica col termine **Effetto di sostituzione**, la variazione di consumo che risulta quando una variazione di prezzo fa spostare il consumatore lungo una curva di indifferenza a un punto con un nuovo saggio marginale di sostituzione.

Conclusioni

Bene, questa video lezione è finita.

Ti ricordo che abbiamo introdotto i principi dell'economia.

in particolare abbiamo parlato:

- dei principi di Mankiw
- delle forme di mercato
- delle leggi che regolano domanda ed offerta del mercato
- e, infine, delle scelte del consumatore

Grazie per l'attenzione!