ISTITUZIONI D'ECONOMIA (MICRO)

SCRITTO: 2 FOGLI: MICROECONOMIA / MACROECONOMIA
6 esercizi: 4 con dati, 2 teorici

micro: MARTEDI' (Brunetti)

macro: SABATO (Bonaccorsi)

MASTER ECC
Tel. 050 8312126
Cell. 388 9837745

LIBRO: Dorbusch-Fisher 5° ED. "Economia"
"Microeconomia" Wariam (CONSULTAZIONE)

RICEVIMENTO SU APPUNTAMENTO (CON EMAIL)
ireneb@ec.unipi.it

DA APRILE: ore in più con Bonaccorsi: esercitazione

micro:
ANALISI DEL COMPORTAMENTO DEI SINGOLI (PERSONA O IMPRESA)

macro:
COME SI DETERMINA IL PRODOTTO NAZIONALE, PREZZI ECC.

04.03.17

ECONOMIA: DISCIPLINA CHE STUDIA QUEI PROCESSI ATTRAVERSO I QUALI LE SOCIETA' CERCANO DI RISPONDERE A ESIGENZE

- PRODUZIONE
- CONSUMO
- DISTRIBUZIONE DI BENI E SERVIZI

ECONOMIA, NO SCIENZA PURA MA SOCIALE → COME SI COMPORTANO I SOGGETTI TRA DI LORO

- LAVORO
- DISOCCUPAZIONE
- INFLAZIONE

L'ECONOMIA RIGUARDA PROBLEMI DI SCELTA

FATTORI PRODUTTIVI: INPUT, CIO' CHE MI SERVE PER PRODURRE:
- → materie prime
- → capitale fisico: macchinari, fabbriche...
- → lavoratori

DETERMINARE I FATTORI PRODUTTIVI E' UNA SCELTA DELL'IMPRESA.
PROBLEMA DI SCELTA DEL CONSUMATORE: OFFERTA.

SCELTE DELLO STATO:
- servizi da mettere a disposizione, quanti e quali servizi offrire
- come finanziare i servizi:
  SCIENZA DELLE FINANZE → imposizione di tasse

NON TUTTI I PROBLEMI DI SCELTA SONO ECONOMICI!!

PER ESSERE ECONOMIA DEVE SODDISFARE BISOGNI UMANI CHE SIANO OGGETTI DI DIRITTI. (SIA INDIVIDUALI CHE COLLETTIVI)

SOLO QUESTI SONO PROBLEMI DI SCELTA ECONOMICA

LE SCELTE DEI SOGGETTI (PERSONE, IMPRESE, STATO) NON SONO SCELTE LIBERE.

SIAMO CONDIZIONATI DAI <u>VINCOLI DEL CONSUMATORE</u>

→ PREFERENZE: (Preferenze dei gusti individuali)

→ PREZZI (P)

→ REDDITO (R/M)

<u>VINCOLI DELL'IMPRESA</u>

→ LAVORO (L) (N) (di persone)

→ CAPITALE FISICO (k) (macchinari ecc.)

→ TECNOLOGIA (mi dice come questi due fattori devono essere combinati). ... lo sviluppo tecnologico cambia!

VINCOLO DI BILANCIO INTERTEMPORALE: le scelte vanno anche in funzione del tempo.

UN SOGGETTO ECONOMICO SCEGLIE TRA ALTERNATIVE:

poiché le risorse sono scarse, non si possono usare in modo illimitato.

IN OGNI SCELTA SI DEVE RINUNCIARE A QUALCOSA.

OGNI BENE HA UN <u>COSTO OPPORTUNITÀ</u> (NON MONETARIO) DATO DALLA MISURA DI QUELLO A CUI SI DEVE RINUNCIARE OGNI VOLTA CHE SI SCEGLIE UNA DETERMINATA ALTERNATIVA

ex. IL COSTO OPPORTUNITÀ DI ESSERE ANDATI ALL'UNIVERSITÀ È LA MANCANZA DI UN SALARIO.

SCELGO TRA ALTERNATIVE
↓
RISORSE SCARSE
↓
PER OTTENERE X DEVO RINUNCIARE A Y
↓
COSTO OPPORTUNITÀ

MACROECONOMIA: COMPORTAMENTO DELLO STATO NEL SUO COMPLESSO

MICROECONOMIA: SCELTE DEL SINGOLO.

<u>INFLAZIONE</u>: TASSO DI INFLAZIONE NEGATIVO: IL DENARO PRODUCE UN REDDITO. NON C'È ECONOMIA, NON SI COMPRA, NON SI INVESTE

OGGI GLI STATI HANNO TASSO DI INFLAZIONE LEGGERMENTE POSITIVO.

MASTER COPY
Tel. 050 8312126
Cell. 388 9837745

FORME DI MERCATO:

CONCORRENZA PERFETTA: non si verifica quasi mai

SI PARLA DI CONCORR. PERFETTA SE:

1) SUL MERCATO DEVONO ESISTERE TANTE IMPRESE CHE PRODUCANO UNO STESSO TIPO DI BENE
2) IL BENE DEVE ESSERE OMOGENEO: STESSO IDENTICO BENE PRODOTTO DALLE IMPRESE
3) NON CI SONO BARRIERE NE' ALL'ENTRATA, NE' ALL'USCITA (es. dazi, brevetti di una marca, funzione di costo → es costo di avvio delle imprese alto (automobile))
4) TUTTI HANNO LO STESSO LIVELLO D'INFORMAZIONE (INFORMAZIONE PERFETTA) (tra chi compra e chi vende)
   es. clide di assicurazione; mutui; ie "venditore" non ha le stesse informazioni di chi compra)

SE C'E' CONCORRENZA PERFETTA IL PREZZO E' DATO ($\bar{P}$)

MONOPOLIO: UNICA IMPRESA CHE PRODUCE QUEL BENE

L'AZIENDA SCEGLIE QUANTO PRODURRE (↓Q) E DECIDE IL PREZZO IN BASE ALLA DOMANDA

OLIGOPOLIO (DUOPOLIO): DUE IMPRESE CHE INTERAGISCONO TRA DI LORO E DECIDONO QUANTITA' E PREZZO.

POTENZA: ZERO → CONC. PERF / POTENZA MASSIMA → MONOPOLIO

TEORIA DEI GIOCHI: (analisi dei piccioni)

ANALIZZA IL MODO IN CUI I SINGOLI INTERAGISCONO

PRINCIPI CARDINE DELL'ECONOMIA:

→ SI PRENDE IN CONSIDERAZIONE UN INDIVIDUO RAZIONALE DEVONO ESSERE COERENTI CON UN PRINCIPIO CHE VIENE UTILIZZATO PER DETERMINARE UNA SCELTA.

IL PRINCIPIO E' LA MASSIMIZZAZIONE → MASSIMIZZARE L'UTILITA', LA SODDISFAZIONE DEL BISOGNO (PER IL CONSUMATORE) SCELTA DI QUANTO PRODURRE (PER L'IMPRESA). L'IMPRESA VUOLE MASSIMIZZARE IL PROFITTO.

IL SOGGETTO RAZIONALE RAGIONA "AL MARGINE":

OSSERVA LA CONSEGUENZA DI PICCOLE VARIAZIONI E CONFRONTA BENEFICI E COSTI MARGINALI.

BENEFICIO MARGINALE > COSTO MARGINALE → CONVIENE AVERE UNA VARIAZIONE.

GLI INVESTIMENTI SI BASANO SU
- BENEFICI MARGINALI
- COSTI MARGINALI

I SOGGETTI RAZIONALI DECIDONO SULLA BASE DI INCENTIVI

AMMINISTRAZIONE PUBBLICA E PRIVATA SONO BASATE SU TIPI DI INCENTIVI DIVERSI.

GIUSTI INCENTIVI → MASSIMIZZAZIONE DELL'UTILE.

SCAMBIO: PREVEDE UN VANTAGGIO

MERCATO: LUOGO IN CUI DOMANDA E OFFERTA SI INCONTRANO. L'ELEMENTO CENTRALE E' IL PREZZO.

NEOCLASSICI: SE IL MERCATO E' LASCIATO LIBERO DI AGIRE RAGGIUNGE IL SUO MASSIMO OBIETTIVO: MASSIMO BENESSERE SOCIALE. LO STATO, O COMUNQUE DELLE REGOLE NON INTERVENGONO.

FALLIMENTI DEL MERCATO: QUESTO NON MASSIMIZZA IL BENESSERE E QUINDI DEVE INTERVENIRE LO STATO. SERVE RIEQUILIBRARE IL MERCATO.

TRADE OFF: COMPROMESSO: EFFICIENZA / EQUITA'.

L'ECONOMISTA PROCEDE PER MODELLI:

→ ADOTTA UN PROCEDIMENTO IPOTETICO-DEDUTTIVO, E DELLE PROPOSIZIONI (MODELLO)

E' DIFFICILE MODELLIZZARE IL COMPORTAMENTO UMANO.

DA DELLE IPOTESI SI DEVONO FORMULARE PROPOSIZIONI E VERIFICARE CHE SIANO GIUSTE ATTRAVERSO DATI.

MERCATO: LUOGO FISICO E NON SOLO DOVE AVVENGONO GLI SCAMBI.

- L'INSIEME DEI COMPRATORI RAPPR. LA DOMANDA.
- L'INSIEME DEI VENDITORI L'OFFERTA

FUNZIONE ECONOMICA DEL MERCATO E' QUELLA DI DETERMINARE I PREZZI IN CORRISPONDENZA DEI QUALI SI HA CHE LA DISPONIBILITA' A PAGARE DEI COMPRATORI SIA UGUALE ALLA DISPONIBILITA' A VENDERE.

SI DEVE CREARE UN EQUILIBRIO.

LA CONCORRENZA PERFETTA E' IMPORTANTE PERCHE' ANCHE SE NON SI VERIFICA SEMPRE, IN MOLTI CASI SI RITROVANO ALCUNE DELLE SUE CARATTERISTICHE.

CONCORRENZA MONOPOLISTICA → es. VINI

DOMANDA: DATO UN CERTO LIVELLO DI PREZZO (P) CHE NON PUO' ESSERE NEGATIVO.
LA DOMANDA DI UN CERTO BENE E' LA QUANTITA' CHE L'INSIEME DEI COMPRATORI DESIDERANO COMPRARE A QUEL PREZZO DATO.

D: Q(P) → LA DOMANDA E' LA QUANTITA' IN FUNZIONE DEL PREZZO.
D: D(P)
(FUNZIONE DIRETTA DI DOMANDA)

MASTER COPY
Tel. 070 8312126
Cell. 388 9837745

COME VARIA IL PREZZO IN FUNZIONE DELLA QUANTITA'? (DOMANDA)

$P_1 = P$

$P_2 = P + \Delta P$

$\Delta q_D = D(P+\Delta P) - D(P)$ → $\boxed{\frac{\Delta Q}{\Delta P} < 0}$

QUESTA IPOTESI E' GIUSTA MA NON SEMPRE VERA.

PER I <u>BENI DI GIFFEN</u>: SE AUMENTARE DEL PREZZO LA DOMANDA AUMENTA

<u>LEGGE DI DOMANDA</u>

AU' AUMENTARE DEL PREZZO LA QUANTITA' DEL BENE DOMANDATA SI RIDUCE E VICEVERSA.

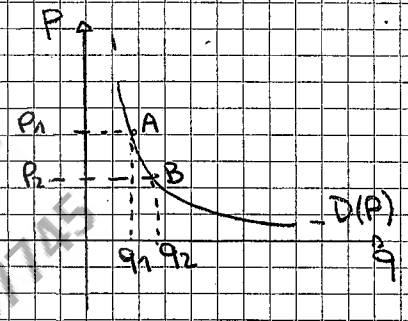
GRAFICO (prezzo-domanda)

Q(P) → e' in funzione del prezzo.

P(Q) → L'INVERSA DI Q(P)

<u>CURVA DI DOMANDA</u> (decrescente)

ci dice la quantità domandata dai compratori



IN QUESTO CASO IL PREZZO E' UNA VARIABILE ENDOGENA PERCHE' IL PREZZO E' DENTRO IL MODELLO STESSO. (E' LA VARIABILE DI RIFERIMENTO)

<u>VARIABILI ESOGENE</u>: ESTERNE AL MODELLO DI DOMANDA E OFFERTA, MA HANNO COMUNQUE EFFETTO SULLA DOMANDA (spostamenti parallelo del grafico):

- → REDDITO / RICCHEZZA
- → PREZZI DEGLI ALTRI BENI
- → PREFERENZE
- → ASPETTATIVE

VARIA IL PREZZO: SPOSTAMENTO LUNGO LA CURVA (DA A A B)

VARIA UNA DI QUESTE 4 QUANTITA' → SPOSTAMENTO //.

PER RAPPRESENTARE IL GRAFICO VARIO UNO SOLO DI QUESTI 4 FATTORI E NE TENGO FISSI 3.

esercizi di statica comparata:
varia un solo fattore.

MASTER COPY
Tel. 050 8312136
Cell. 388 9837745