

## Economia delle attività terziarie

### CLAUDIO FERRARI (6CFU)

attività molto diverse le une delle altre. Trovare argomenti unitari per discutere della produzione di servizi è difficile. Dal commercio ai servizi pubblici, alla scuola, ecc., rientra nelle attività terziarie. È un comparto che ha quasi l'80% degli occupati. Quasi lo stesso vale per il valore aggiunto. L'economia dei paesi più ricchi è composta in netta prevalenza da attività terziarie. Siamo fortemente spinti sulle attività terziarie e sono molto diverse le une dalle altre. Sono molto diverse nel modo in cui sono prodotte, e molto diverso anche il modo in cui si scambiano questi servizi. È un comparto molto variegato. Troviamo sia attività produttive fatte da imprese piccole sia fatte da imprese grandi. Molti servizi vengono scambiati sul mercato (domanda offerta, l'incontro fornisce il prezzo del servizio); ci sono poi una serie di altri servizi che vengono scambiati diversamente: i servizi pubblici che non hanno un prezzo (la difesa, il sistema sanitario – ticket quota modesta del reale valore del servizio che noi utilizziamo). Ci sono quindi diverse forme di produzione. Ci sono alcune caratteristiche comuni: i servizi si erogano soltanto a fronte di una domanda. Un servizio si produce se c'è una domanda. Noi non possiamo produrre per il magazzino se produciamo un servizio (cosa che si farebbe per la produzione di beni). Posso usare il prezzo per invogliare la domanda, quindi uso il prezzo come leva. Due caratteristiche che accomunano questi servizi: presenza dell'utente e non poter accantonare la produzione. La produzione dei servizi è molto più complicata perché si trovano a dover scegliere quale dimensione della domanda soddisfare: quella di picco o quella normale. Per la produzione di servizi hanno più di un output da un unico impianto (mezzo di trasporto per le imprese del trasporto; macchinario per la sanità, sale operatorie che non sono specializzate per una sola attività ma possono essere usate per più attività; ecc.). Quella di avere impianti multiprodotto è sempre più diffusa, e ha un certo interesse dal punto di vista economico perché aiuta a capire come ripartire la capacità di impianto, a quale prodotto dedicare di più. Tipologie di costo nuovo: costi comuni, cioè non immediatamente attribuibili a una specifica produzione. Es. polo universitario di Via delle Fontane → edificio utilizzato per due servizi diversi: corsi magistrali e triennali, alcuni costi però sono comuni come la portineria, le pulizie, questo può presentare un problema perché noi possiamo chiederci come ripartire quel costo nelle diverse produzioni. Se ci sono le stesse ore di corso...non esiste una regola migliore di un'altra per ripartire i costi. Quando abbiamo costi comuni la regola di ripartizione è artificiosa che possiamo cambiare in ragione dell'obiettivo che vogliamo conseguire, quindi qualunque regola potrebbe essere corretta. Io potrei cambiare la contribuzione a seconda dell'anno di iscrizione (la tua domanda rispetto al servizio universitario è più rigida – alzo le tasse e tanto non rinunci) ed è un modo per distribuire un costo comune. In base alla regola che applico avrò anche un cambiamento della domanda. Io potrei tarare questa distribuzione in base all'elasticità della domanda.

Distinzione tra **servizi scambiati sul mercato** e **beni pubblici**, per beni pubblici si intendono i beni per i quali non vi è rivalità nel consumo e non vi è escludibilità nel consumo, cioè è difficile evitare che un soggetto fruisca di un determinato servizio (lampioni ci illuminano la strada e quel servizio è utilizzabile da tutti). Sia che io paghi le tasse, che non le paghi o le paghi in un altro paese, quel servizio è offerto a tutti indistintamente. Per non rivalità si intende il fatto che quando un utente consuma un'unità di quel servizio non sottrae quell'unità a qualcun altro. Non è detto che tutti i servizi offerti da un servizio pubblico siano beni pubblici.

Evoluzione della struttura economica dei paesi più ricchi. Sviluppo delle catene globali del valore e perché oggi sono importanti. Processo di servitizzazione delle attività produttive, cioè il crescente sviluppo dei servizi anche nel mondo della manifattura.

Esternalità sociali come influiscono sui comportamenti d'acquisto dei singoli, pricing statico e dinamico; caso della disoccupazione tecnologica.

Caratteristiche generali delle attività terziarie

Come è cambiata la percezione del significato della produzione terziaria nel pensiero economico. Questo insieme di attività produttive, questo insieme di industrie (usiamo il termine industria in senso marshalliano: come insieme di attività economiche che producono un bene sostanzialmente simile, quindi anche in riferimento al settore del terziario). Il terziario prende questo nome perché tradizionalmente il sistema produttivo viene diviso in tre settori principali: primario, secondario (industria manifatturiera) e terziario. Di fatto è un settore definito in maniera residuale. Questa caratteristica emerge nel vedere la composizione delle attività economiche di questo settore, sono attività molto diverse tra di loro. Diverse caratteristiche dei beni rendono complicato dare un'unità al settore.

Per molto tempo gli economisti hanno fatto distinzione tra lavoro produttivo e quello improduttivo e in quello improduttivo rientrava quello dei servizi in quanto non si realizza nulla di nuovo. Quindi questo tipo di produzione viene considerato non interessante dal punto di vista di arricchire il sistema economico. In questo momento storico per gli economisti era importante che facessero arricchire la comunità. Agli inizi del 1700, i fisiocratici pensano a un ordine economico naturale basato su leggi fisiche e leggi morali che l'uomo deve seguire. Il compito dell'economia e degli economisti è quello di scoprire queste leggi. Bisogna evitare di disturbare tale ordine, quindi non ci deve essere un ente esterno tipo lo stato che configura un equilibrio diverso. Solo la natura produce ricchezza e moltiplica i beni, e conseguentemente solo l'agricoltura è un'attività economica produttiva, tutte le altre attività sono considerate improduttive (cioè sterili perché si limitano a trasformare i beni prodotti, non si crea nulla di nuovo secondo la visione dei fisiocratici).

Dopo i fisiocratici arrivano gli economisti classici, il primo è Adam Smith. Lui introduce anche la manifattura tra le attività produttive perché riconosce che attraverso il lavoro dell'artigiano, del manifatturiero si ottiene un prodotto il cui prezzo è maggiore della somma della spesa supportata per acquisire gli input di produzione. Di conseguenza porta a un aumento della ricchezza. L'obiettivo di Smith era comprendere le ragioni che portavano alla ricchezza degli stati. Il settore terziario resta lavoro improduttivo perché il lavoro incluso non si applica in genere nei servizi. Marx ha una visione simile a quella di Smith, secondo lui il lavoro produttivo è quello che produce il plus valore. Baumol, una caratteristica distintiva del secondario e del terziario sta nel livello di produttività. Secondo lui la produttività nel manifatturiero aumenta molto più velocemente rispetto al terziario, e poiché il livello di salario è legato alla produttività, spiegherebbe perché i salari nelle attività manifatturiere sono più alti rispetto alle terziarie. Poi questo ragionamento vale in generale, potrebbe anche esserci un'attività terziaria con salari più alti. Rapporto tra capitale e lavoro.

Anni 80 del '90, the coming of post-industrial society, si introduce per la prima volta il concetto di società post-industriale, ovvero dove prevalgono le attività terziarie rispetto a quelle manifatturiere. Si è di fronte a una modifica delle economie più ricche, c'è sempre meno manifattura. Alla fine degli anni 70/80, la condizione di lavoro di lavoro salariato non è più la condizione prevalente, ovvero non è anche quella che definisce anche i rapporti sociali.

#### Diversi tipi di utilizzi del termine servizio e terziario in economia

Una prima definizione ricorrente è quella di industria del terziario come industria il cui output è un output immateriale, cioè non è un bene fisico. Un'altra definizione dice che sono tutte le forme di lavoro che non coinvolgono direttamente la produzione fisica di beni. Per funzione terziarie si intende l'utilità che i consumatori traggono dal consumo di beni e servizi. A volte c'è confusione tra servizi e attività manifatturiere anche perché alcune attività terziarie possono contribuire a produrre beni fisici (franchising, un servizio direttamente applicabile a un bene fisico). Quali sono le principali attività terziarie? Attività finanziarie, assicurative, immobiliari, servizi all'impresa, architettura, pubbliche relazioni, consulenze, il settore dei trasporti, tutta l'attività commerciale, industria dell'intrattenimento, la pubblica amministrazione, attività no profit (quelle che producono con finalità che non è un profitto). Da questo elenco emerge la diversità di attività presenti in questo comparto, sia per la presenza di finalità diverse sia perché cambia a chi si rivolgono.

### Sevizi alla persona vs servizi alla merce:

1. Fattore produttivo prevalente è il lavoro, la componente capitale è relativamente modesta. Sono gli utenti di questi servizi ad essere i diretti beneficiari. Servizi per il consumatore e i servizi al consumatore (diagnostica, università, servizi sanitari)
2. Insieme di attività in cui il diretto beneficiario è un bene fisico.

I servizi si possono classificare in base a:

- Lavoro:

Intensità di lavoro che comporta diverse tipologie di servizi. Possiamo distinguere a seconda che utilizzino dei professional, dei skilled labour o degli unskilled.

White e blue collars. La retribuzione del lavoro ha a che fare con le attività e le capacità del lavoratore. È più facile sostituire un lavoratore che non richiede particolari abilità.

Servizi di mercato e di non mercato:

1. Servizi scambiati sul mercato con prezzi unitari
2. Servizi non trattati dal mercato per le particolari condizioni di questi servizi

Dipende dalla possibilità che vengano o meno trattati dal mercato e ancora i servizi non di mercato sono offerti dal servizio pubblico, possono dare luogo a comportamenti opportunistici da parte degli utenti.

Due modi diversi per misurare i servizi:

- Producer side approach: misura dei servizi data dalla somma del valore aggiunto, o da un altro aggregato macroeconomico, degli occupati di un'impresa. Secondo questo approccio i servizi non scambiati sul mercato entrano in questa valutazione (PIL) con un valore pari al costo dei fattori. Questo introduce una differenza significativa in questo comparto: quando noi guardiamo i servizi scambiati sul mercato il valore del servizio è dato dal prezzo di scambio, ma può non coincidere con il prezzo di produzione. Nei servizi non scambiati sul mercato si misura il valore con il costo, ma dove il costo di produzione aumenta noi leggiamo l'incremento di costo come incremento della produzione, ma non sempre è così, potrebbe anche solo essere che è aumentato il costo di un servizio.
- Final user-side approach: guarda come viene speso il reddito. Si cerca di risalire a come i consumatori usano il reddito disponibile. La gran parte del reddito dei consumatori finali si rivolge ad attività di servizio, anche quando si vuole acquistare un bene fisico. Quindi il valore del terziario è ancora maggiore se si usa questo approccio.

### Le slide 14 15 riportano un'ulteriore suddivisione dell'attività terziaria di Jansson

Servizi per il tempo libero, servizi sanitario, diretti al consumatore come persona fisica. Servizi che si rivolgono o al consumatore o alle imprese (servizi legali). Servizi alla merce come i servizi B2B. settore housing quello di affitti e utenze. Infine, la distribuzione commerciale, trasporto, logistica. Tutti i servizi sono trattati dal mercato tranne i servizi al consumatore che sono finanziati attraverso la fiscalità.

### Caratteristiche comuni alle attività terziarie

Non cumulabilità: non possono lavorare per il magazzino, il servizio si produce a seguito di una domanda. Non lo si può accumulare, c'è un problema della variabilità della domanda e c'è necessità di adattarsi alla domanda.

Localizzazione gerarchica: possiamo individuare per diverse categorie di servizi diversi livelli di importanza e di pregio. Servizio scolastico, elementari molto diffuse, man mano che il livello si alza i punti di offerta si diradano e si riducono.

Non trasportabilità: in molti casi il servizio viene offerto in un posto e occorre che la domanda si manifesti nel posto in cui c'è il servizio.

Presenza del cliente: se non c'è il cliente non può esserci il servizio.

Economie di rete: feedback positivi. Caratteristica particolare che fa sì che il valore del bene offerto aumenti all'aumentare della diffusione del bene sul mercato. Hanno a che fare con la domanda, dipendono dalla diffusione del servizio sul mercato.

### Il terziario avanzato

Attività ad alto contenuto di conoscenza rivolte alle imprese. Servizi particolarmente spinti dal punto di vista della conoscenza che includono.

#### Relazione reddito-servizi

Come è cambiata nel tempo in relazione agli occupati e al reddito. Riporta quello che è storicamente successo: a seguito dell'incremento del reddito medio pro capite si è avuto a seguito di una contrazione netta del settore dell'agricoltura, iniziale incremento della manifattura cui segue una progressiva riduzione e una continua crescita dell'attività terziaria. Oggi ci troviamo nella parte destra di questo schema.

### Si potrebbe pensare che in futuro ci sarà un'economia basata solo sui servizi

Alcuni economisti sono stati abbastanza critici: Jansson – illusione statistica: quello che si osserva oggi come crescita enorme delle attività terziarie è in parte un risultato illusorio perché è cambiato il processo organizzativo delle imprese. Alcuni decenni fa era normale che un'azienda manifatturiera si occupasse della distribuzione del suo prodotto. Ora si fa in modo diverso perché ci sono due cose diverse che si occupano della cosa, quindi aumentano i servizi.

Soilen – problema della crescita enorme del settore pubblico. Altra critica è l'eccessiva finanziarizzazione dell'attività produttiva e terziaria.

### Altre critiche all'economia dei servizi

Servizi spesso visti come qualcosa di positivo perché in materiali sostenibili. Ma anche la produzione dei servizi può avere questa caratteristica. Servizi alla produzione per definizione si applicano alla produzione e se questa viene a mancare possono sparire i servizi alla produzione. I servizi sono più facilmente copiabili, non si possono proteggere con brevetti o copyright. Le economie basate sui servizi tendono a subire una maggiore competizione.

Enorme crescita del comparto terziario dalla seconda guerra in avanti. I servizi da soli non sono forse sufficienti a garantire il benessere o la ricchezza delle nazioni.

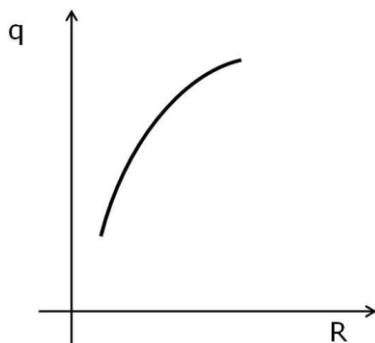
### La curva di Engel

Esplosione della domanda di servizi conseguente ad un raggiungimento di un livello di benessere della società generale a partire dal secondo dopo guerra. Questa migliore condizione economica, quindi un maggior reddito medio pro capite porta a domandare una maggiore quantità di servizi rispetto ad altri beni. Questa

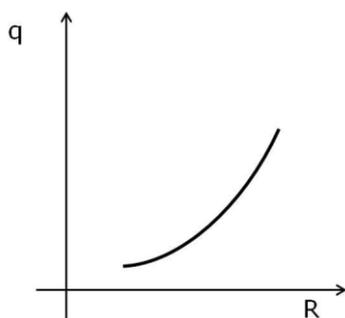
osservazione ci introduce ad una relazione chiamata curva di Engel. Le curve di Engel rappresentano le relazioni causali tra livello di reddito e le spese di consumo per un certo bene. La quantità consumata di un certo bene è funzione di  $r$ , cioè il reddito disponibile. Questa relazione può assumere diverse forme. Il nome delle curve deriva dal nome di uno statista tedesco che iniziò a studiare queste relazioni nell'800. Osservò un fenomeno strano, inatteso rispetto alle relazioni causali, questo a significare che queste relazioni cambiano in funzione della tipologia di beni.

#### Due relazioni tipiche: beni normali e beni di lusso

- **Beni normali:** la relazione causale è una relazione crescente, all'aumentare del reddito aumenta la quantità consumata, con tasso del reddito decrescente. Cioè per incrementi costanti del reddito, le quantità acquistate di quel bene aumentano in misura via via più piccola. Si dovrebbe arrivare a una stazionarietà. Relazione detta normale: quantità aggiuntive di uno stesso bene generano un'utilità via sempre più piccola fino ad annullarsi o diventare addirittura negativa. A parità di incremento del reddito l'incremento di acquisto aumenta ma sempre meno.

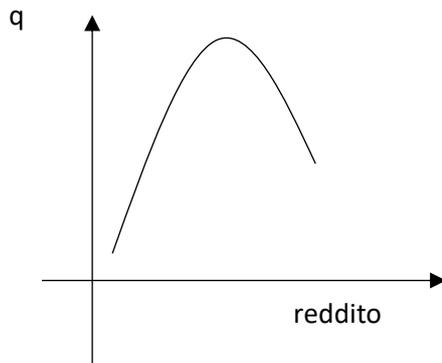


- **Beni di lusso:** aumenta il reddito e aumentano le quantità acquistate, ma qui aumentano in modo via via crescente, all'aumentare del reddito la domanda sarà via via crescente. Relazione che caratterizza i beni di lusso, cioè quei beni che si acquistano solo da un certo livello di reddito in poi. Alcune attività terziarie rappresentano una relazione con il reddito di questo tipo. Alcuni servizi sanitari per esempio, maggiore è il reddito maggiore è la spesa per controlli. Nel periodo di crisi economica una spesa che viene tagliata è quella della sanità non necessaria (tutto quello che non mette a rischio la vita dell'uomo).



### Il caso dei beni inferiori

Per reddito disponibile si intende il reddito al netto delle tasse. Beni inferiori perché la relazione è diversa dai beni in precedenza: abbiamo una prima fase in cui al crescere del reddito disponibile le quantità aumentano, si raggiunge un limite massimo dopo il quale le quantità diminuiscono. Come mai succede questo? Perché si tratta di beni che possono essere sostituiti da altri beni. Per successivi aumenti di reddito si smette di consumare quel bene per acquistare altri beni. Un esempio sono i trasporti pubblici locali: per livelli di redditi molto alti diminuisce il consumo del servizio perché si sostituisce con un altro bene per esempio la macchina.



### Elasticità reddito consumo

La relazione causale studiata da Engel introduce questo concetto di elasticità reddito consumo: rapporto tra la variazione proporzionale di consumo di un bene e la variazione proporzionale del reddito, cioè come varia il consumo al variare del reddito.

$$\eta_R = \frac{\Delta C}{C} \bigg/ \frac{\Delta R}{R} = \frac{\Delta C}{\Delta R} \cdot \frac{R}{C}$$

R si riferisce al reddito, ed è uguale a un rapporto di rapporti, variazione percentuale del consumo e variazione percentuale del reddito. Come il consumo reagisce alla variazione del reddito. Dal secondo uguale è perché la formula può essere scritta in un altro modo. Delta c su delta r è la propensione marginale al consumo, mentre r su c è la propensione media al consumo (quota di reddito destinata al consumo). Il reddito disponibile può essere usato soltanto in due modi dalle persone: per acquistare beni di consumo o per risparmiare, cioè rimandare il consumo per una spesa successiva.  $R = C + S$  (save = risparmio, che viene letto come la scelta di rimandare ad un successivo momento il consumo). La propensione marginale al consumo è come varia il consumo al variare del reddito. Per comprendere il significato di elasticità: l'elasticità è una misura adimensionale, molto utilizzata in economia perché permette facili confronti sia all'interno di uno stesso mercato sia in mercati diversi, ed è ad unità di misura adimensionale. In genere si applica a domanda e offerta, e mostra come una variabile risponde alle variazioni dell'altra. Si immagina una variazione causale tra due variabili e attraverso la misura di elasticità possiamo capire come risponde una variabile al variare dell'altra. Di fatto misura la variazione percentuale di una deriva dalla variazione percentuale di un'altra variabile. Nella curva reddito consumo possiamo trovare valori di elasticità maggiori di uno che stanno ad indicare un bene di lusso, tra 0 e 1 e qui siamo di fronte a un bene normale, minore di 0 sta a indicare la presenza di beni inferiori.

### Ulteriore classificazione di beni e servizi: Nelson

Distingue le produzioni in base alla capacità del consumatore di comprendere il reale valore di ciò che acquista. In economia assumiamo che gli agenti siano perfettamente razionali, cioè che attuano sempre un comportamento ottimizzante. Nel caso specifico parliamo di consumatori: un consumatore acquista un bene a patto che la soddisfazione che trae da quel bene sia maggiore o pari al prezzo che gli viene chiesto di pagare.

Se il consumatore è perfettamente razionale non accetterà mai di comprare un bene per il quale otterrà una soddisfazione inferiore al prezzo che dovrà pagare per acquistarlo. Se la disponibilità a pagare è minore del prezzo non deve acquistare – comportamento irrazionale. Partendo da questa assunzione generale di agenti economici razionali, possiamo distinguere i beni come beni ricerca, beni per i quali è sufficiente il confronto perché il consumatore si faccia un'idea buona del valore di questi beni, quindi qual è l'utilità che può trarre da questi beni; beni experience, cioè beni/servizi che vengono apprezzati realmente solo dopo aver effettuato l'acquisto, prima del consumo o prima di fare esperienza di quel bene il consumatore può farsi un'idea che però è soggetta ad un'incertezza (es. cinema, musica); beni credence per i quali nemmeno l'esperienza permette di apprezzare totalmente il valore di quei beni, solo nel lungo periodo si capisce se quel bene è valso il prezzo che è stato pagato oppure no (es. istruzione), qui è presente una forte asimmetria informativa tra chi acquista il bene e chi lo produce. I servizi rientrano molto di più nella seconda e terza categoria di beni piuttosto che nella prima. Quindi abbiamo a che fare con produzioni che hanno un'asimmetria informativa, perché il consumatore non è mai certo su quello che vorrebbe acquistare. Quando un consumatore si trova in una situazione di asimmetria informativa per cautelarsi abbassa il proprio prezzo di riserva (la disponibilità a pagare per l'acquisto di quel bene). Se l'asimmetria informativa è molto forte possiamo anche trovarci con nessun consumatore disposto a pagare per un certo servizio. Ci può quindi essere una selezione nel mercato di beni/servizi di qualità inferiore. Si può ovviare, per ridurre sull'asimmetria informativa occorre lavorare sulla fiducia, perché è proprio la fiducia, la conoscenza tra chi offre la domanda e chi la riceve che permette l'acquisto anche in condizioni di asimmetria informativa. Quando parliamo di produzione o servizi il consumatore non è quasi mai in grado di valutare ex ante il valore di questi servizi.

### **Beni pubblici e beni di merito**

Bene privato: si intende un bene con rivalità nel consumo, cioè un soggetto consuma un'unità di un bene generico, quell'unità non è più disponibile per un altro soggetto, quindi i consumatori sono rivali nel consumo. Un'altra caratteristica del bene privato è l'escludibilità dal consumo che implica il fatto che il prezzo permette l'acquisto soltanto a coloro che sono disposti a pagare quel prezzo. Se disposti a pagare un prezzo inferiore non si può acquistare quel bene, quindi il prezzo esclude tutti coloro che hanno una disponibilità a pagare inferiore al prezzo.

Non tutti i beni presentano queste caratteristiche, Hume individua una serie di beni la cui produzione non è vantaggiosa per il singolo individuo ma per la società nel complesso, e quindi questa categoria di beni può essere offerta solo tramite un'azione collettiva. Il singolo non ha incentivo a realizzare quel tipo di attività e di beni. Occorre attendere la metà del 900 per definire i beni pubblici puri: beni consumati collettivamente, se viene meno la caratteristica dell'escludibilità è possibile mettere in atto dei comportamenti di free riding, soggetti che utilizzano comunque il bene ma non manifestano alcuna disponibilità a pagare, e si può fare in quanto non è un bene escludibile. Tipico esempio: illuminazione pubblica.

Una parte dei servizi finanziati dalla fiscalità generale presentano queste due caratteristiche di non escludibilità e non rivalità nel consumo. Il costo marginale è pari a 0. Inoltre, si considerano beni di merito tutti i servizi offerti dalla collettività ma che non hanno le due caratteristiche contemporaneamente.

Incrociando le due caratteristiche di non escludibilità e non rivalità si ottengono quattro tipi di beni:

- Beni privati
- Beni pubblici
- Beni tariffabili (beni di club, per i quali non vale la caratteristica di rivalità e c'è la possibilità di escludere dal consumo, la tariffa garantisce l'escludibilità, tuttavia non vi è rivalità nel consumo, non generano congestione, non sottraggono risorse. Es. piscina, tariffa per accedere ma in condizioni

normali se ci sono più persone che usufruiscono del servizio non limitano il modo in cui fruiscono di quel servizio)

- Beni comuni (vale il principio di non escludibilità ma vi è rivalità nel consumo, es. l'aria pulita)

### **Classificazione di Sandler**

Classificazione dei beni pubblici:

- Puri: non rivalità e non escludibilità dal consumo (impossibilità, estrema difficoltà dell'escludere qualcuno dal servizio), quindi il costo marginale (costo determinato dall'incremento unitario di produzione) è pari a zero, possiamo offrire il bene a tutti, es. servizio della difesa.
- Impuri: non presentano sempre le due condizioni. Sono tipo i beni di club e i beni comuni. I beni comuni vengono per la prima volta nel '68 (the tragedy of commons) rinnovabili ma potenzialmente esauribili (es. ambiente naturale)
- Beni a produzione congiunta: la possibilità di produrre un bene pubblico contemporaneamente alla produzione di un altro bene (non necessariamente pubblico), un esempio è la coltivazione di un terreno in montagna che è sia attività privata, ma sia preserva il territorio da possibili frane.

[Alcuni esempi dei beni pubblici...slide n.6]

Domanda di mercato nel caso di beni rivali

Ascisse quantità scambiate e ordinate i prezzi. Sono presenti due curve Q1 e Q2, sono due soggetti interessati all'acquisto di uno stesso bene. Hanno disponibilità diverse a pagare e quindi ci sono due curve di mercato. L'acquisto di una o più unità da parte di un soggetto toglie la disponibilità di acquisto di un altro soggetto. Il soggetto 1 e 2 competono per accaparrarsi il bene. La curva di domanda di mercato è data dalla relazione prezzo quantità che somma in senso orizzontale le domande dei singoli individui (curva di colore rosso). Per ogni livello di prezzo si sommano le quantità domandate dal soggetto 1 e 2, questa somma sarà la domanda di mercato per quel livello di prezzo. Questo è il motivo per cui c'è un tratto di questa curva che coincide con la domanda del soggetto 2, perché per quel livello di prezzo il soggetto 1 non acquista. Qui è come si forma la domanda per i beni rivali.

Se non vi è rivalità di consumo vuol dire che la stessa quantità può essere fruita sia da uno che dall'altro. È sempre la somma della domanda 1 e 2, ma è una somma verticale perché la stessa quantità può essere fruita da entrambi i soggetti, quindi si somma il valore assegnato. Questo fa sì che la curva presenti un tratto coincidente con quella di uno dei due soggetti. Quando siamo di fronte a beni non rivali, il valore della singola unità del bene è dato dal valore che tutti assegnano a quell'unità. Se abbiamo tantissimi soggetti sposterà la curva di domanda di mercato molto in alto nel nostro grafico.

### **Beni di merito**

Nel '59 introducono un'ulteriore specificazione: distinzione tra beni sociali e beni di merito, cioè i beni che possono essere offerti dal mercato ma che i consumatori acquistano in misura inferiore in quanto più interessati ad altri tipi di acquisto. I beni di merito sono divisibili. Questi diventano beni pubblici se vengono ritenuti così meritevoli che la loro soddisfazione si provvede con la finanza pubblica. E vengono offerti in misura superiore rispetto a quanto farebbe il mercato. Rendendoli pubblici i soggetti potrebbero acquistarli in maggior misura. Un esempio è l'istruzione: non c'è la necessità di produrre il servizio come bene pubblico, ma ci sono delle preferenze dei consumatori che porterebbe i singoli a usufruire del servizio in maniera inferiore rispetto a quello che sarebbe utile. Un altro esempio è il sistema pensionistico. Si impone una modifica delle scelte individuali perché si ritiene che il singolo non sia in grado di fare la scelta più giusta nel lungo termine. Dietro a questa visione c'è un atteggiamento paternalistico. Questo modo di intendere è alla base del concetto di welfare state: insieme di comportamenti di regole e servizi che lo stato dispone con

l'obiettivo di migliorare la qualità di vita dei propri cittadini. Le scelte errate dei singoli individui dipendono da un'errata informazione.

Il prelievo pensionistico è un bene di merito – perché accantoneremo molto meno se dovessimo scegliere noi quanto mettere da parte. Ci portano a fare delle scelte che diversamente forse non avremmo fatto. L'intervento pubblico cerca di agire sulle scelte individuali non ottime per l'individuo stesso. C'è una visione paternalistica del soggetto pubblico che ritiene di potersi sostituire al soggetto privato imponendogli delle scelte e dei comportamenti.

### **Forme di mercato**

Ci sono 4 forme di mercato:

Agli estremi le forme di mercato più conosciute: concorrenza e monopolio (sono una il contrario dell'altra). Monopolio ha tanti acquirenti perché o si è obbligati a rivolgersi a quello o esiste solo quello. Altre due forme: oligopolio e concorrenza monopolistica.

Quando vogliamo definire il mercato guardiamo il lato della produzione, come è composta la domanda, l'esistenza di eventuali barriere di ingresso o uscita del mercato. Barriere all'ingresso è difficile per un nuovo entrante entrare sul mercato (magari deve fare grossi investimenti per entrare sul mercato). Queste barriere possono incidere sulle forme di mercato. Un'altra cosa che si va a vedere è l'output del mercato, se è un bene omogeneo o non omogeneo.

### **Concorrenza**

Il mercato di concorrenza o concorrenza perfetta, dal lato dell'offerta abbiamo tante imprese tutte uguali tra loro in termini di dimensione ma tutte molto piccole. Se una di queste imprese chiude o entra una nuova impresa di fatto se guardiamo l'offerta complessiva non ci accorgiamo di questa variazione. Una piccola variazione non va a variare l'offerta di mercato. Anche dal punto di vista della domanda è così: ci sono tutti consumatori molto piccoli e il fatto che ci sia un consumatore in più e uno in meno non cambia la domanda. Perché la concorrenza tra le imprese si espliciti non ci devono essere barriere all'ingresso e barriere in uscita. È importante che si sappia che chiunque può entrare nel mercato. L'operare della concorrenza deve permettere alle imprese di confrontarsi tra loro, ciascuna impresa sa cosa produce il concorrente, ed è molto importante che sia facile entrare o uscire (per esempio non aver bisogno di un grande investimento iniziale). La concorrenza tra imprese è molto più forte dove le imprese producono un servizio omogeneo. Quanto più il bene è omogeneo quanto più la concorrenza è alta. Le imprese competono fortemente le una con l'altra. Cercano di offrire al prezzo più basso possibile, ottenendo un profitto.

### **Monopolio**

Una sola impresa dal lato dell'offerta, mentre dal lato della domanda pochi consumatori. Alte barriere in uscita. Alte barriere perché è un servizio che può essere offerto da una sola impresa, non c'è modo per altri di entrare. Oppure è un'impresa monopolistica perché è l'unica che può produrre un certo bene perché ha un brevetto. Oppure è un'impresa monopolistica perché per produrre per quel bene ci sono degli investimenti così onerosi che solo quell'impresa la può sostenere. Il prodotto ovviamente è unico. Il prezzo è molto più alto perché c'è una sola impresa che lo offre. Se io voglio quel bene o vado da quell'impresa o non lo posso acquistare. Quindi quell'impresa gioca sul suo potere di mercato.

### **Concorrenza monopolistica**

Dal lato dell'offerta abbiamo tante imprese relativamente piccole, l'output però è differenziato, c'è una produzione con caratteristiche differenziate. Dal lato della domanda abbiamo tanti consumatori piccoli come il mercato. Si ritiene che non vi siano barriere all'ingresso e all'uscita del mercato. Il prezzo che si viene a

formare è un prezzo intermedio tra la concorrenza e il monopolio. Un esempio sono i vari tipi di pasta, un bene che non possiamo dirci omogeneo perché probabilmente ciascuno di noi ha la propria pasta preferita ma se vogliamo mangiare pasta e troviamo un tipo solo lo prendiamo. Sono beni differenziati ma che soddisfano comunque il consumatore. Sono dei monopoli ma che competono anche tra loro.

## Oligopolio

Imprese poche, domanda sempre tanti consumatori piccoli. Ci sono barriere elevate in ingresso e uscita. Prodotto molto differenziati. Prezzo intermedio.

### La curva di domanda per la singola impresa

In monopolio corrisponde alla domanda di mercato.

Per la concorrenza la domanda di mercato avrebbe un'inclinazione negativa, mentre per la singola impresa è orizzontale: una riduzione infinitesima del prezzo porterebbe un incremento della domanda infinito. Non ha molto senso per il singolo però perché non può soddisfare tutta la domanda. Gli conviene offrirlo allo stesso prezzo, ma non a un po' di più perché se no gli altri preferirebbero andare da altri. La curva piatta indica che non c'è convenienza né a vendere a un po' meno né a vendere a un po' di più.

Differenza tra mercato di concorrenza e monopolistici

In ascissa le quantità scambiate e in ordinata i prezzi, curva D è la domanda di mercato (sia in concorrenza che in monopolio).

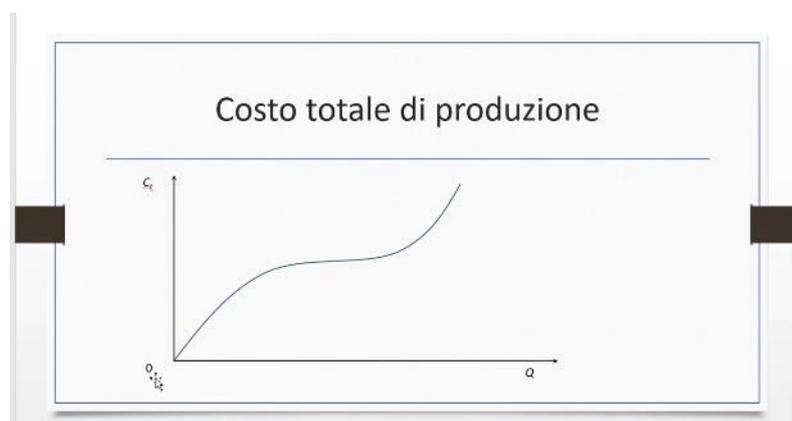
Domanda:  $Q = 50 - P \rightarrow$  la quantità aumenta se il prezzo diminuisce.

La domanda inversa:  $P = 50 - Q$

Curva di ricavo totale: prezzo per quantità vendute. Lo possiamo ricavare andando a sostituire la componente Q, scrivendo  $50 - P$ . Il ricavo totale viene quindi una parabola rovesciata. Il ricavo marginale è la derivata prima della funzione ricavo totale. Pendenza doppia quella del ricavo marginale.

Curva del costo marginale per le imprese: passa dal produrre un'unità o due non significa avere a che fare con costi costanti. Ci sono buone ragioni per ritenere che il costo di produzione, quindi che il costo totale aumenti all'aumentare delle quantità prodotte. Ma all'inizio il tasso di crescita è crescente poi via via decrescenti.

Costo totale di produzione per una singola impresa: all'aumentare della produzione il costo totale aumenta. Fino al punto di flesso l'incremento è via via sempre più piccolo (le quantità aumentano ma l'incremento di costo è una quantità via via sempre più piccola), sempre positiva ma sempre meno perché l'impresa riesce a restituire meglio alcuni costi fissi. Es. apro un bar, per avviare l'attività ho bisogno di alcune cose, se la mia produzione è di un caffè al giorno quel caffè mi costa un'enormità; nel momento in cui produco due caffè al



giorno non ho bisogno di un altro locale, quindi il costo di produzione si riduce via via. Questo ci spiega perché passare da volumi molto bassi a molto alti porta il costo di produzione a sempre meno. Quando però il numero di clienti aumenta magari serve che qualcuno ci aiuti, o aumentare il periodo di apertura dell'attività, quindi possibile che produrre sempre di più porti a far