POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020
ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)

Corso ITS VII Ciclo
"Tecnico superiore per il Marketing dei Prodotti Agroalimentari"
(Acronimo: TE.M.PR.A)

Docente: Prof. Francesco Bozzo

AREA: Economia di base

UF: Economia dei mercati

IL MERCATO

Il mercato è un sistema di strumenti istituzionali (mezzi di pagamento, contratti, organismi di risoluzione delle controversie ecc.) e di infrastrutture (mezzi di comunicazione, rete logistica e distributiva ecc.) che consentono ad acquirenti e venditori di entrare in contatto al fine di realizzare scambi regolari e ricorrenti di beni e servizi.

I caratteri essenziali del mercato sono il comportamento degli acquirenti (domanda) e quello dei venditori (offerta).

DOMANDA

La domanda è una relazione tra la quantità di un bene o servizio che gli acquirenti sono disposti ad acquistare e il prezzo al quale l'acquisto è realizzabile.

OFFERTA

L'offerta è una relazione tra la quantità di un bene o servizio che i venditori sono disposti a vendere e il prezzo ricavabile dalla vendita.

IL PREZZO DI EQUILIBRIO DI MERCATO

Il *prezzo di equilibrio di mercato* è quel prezzo in corrispondenza del quale la quantità domandata dagli acquirenti eguaglia la quantità offerta dai venditori. Questa quantità è detta *quantità di equilibrio di mercato.*

Si ha un *eccesso di offerta* quando la quantità offerta eccede la quantità domandata al prezzo corrente di mercato. Si ha, al contrario, un *eccesso di domanda* quando la quantità domandata eccede la quantità offerta al prezzo corrente di mercato.

CURVA DI DOMANDA E LA CURVA DI OFFERTA

CURVA DI DOMANDA

La curva di domanda rappresenta graficamente la relazione tra prezzo e quantità di mercato di un bene o servizio, nell'ipotesi in cui le altre determinanti della quantità domandata siano costanti.

Figura n. 1 : curva di domanda

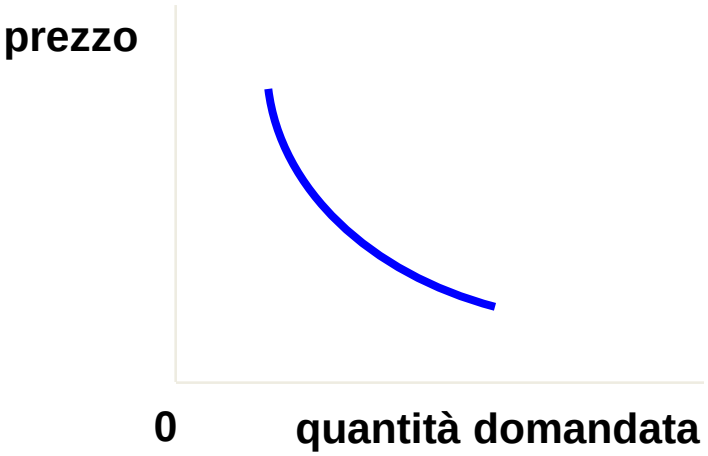
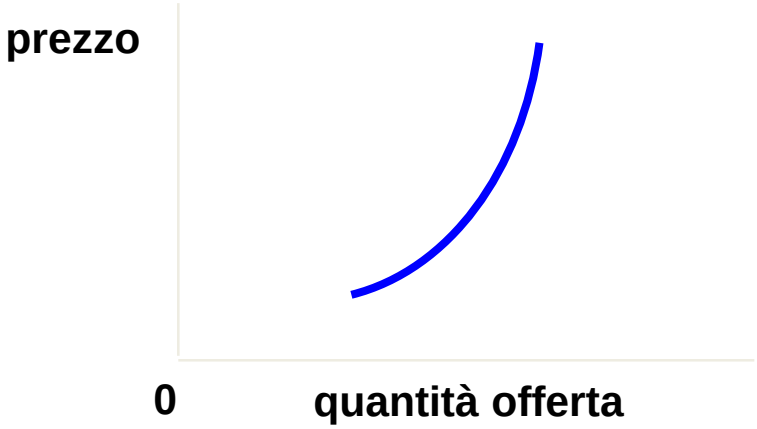


Figura n. 2 : curva di offerta



CURVA DI OFFERTA

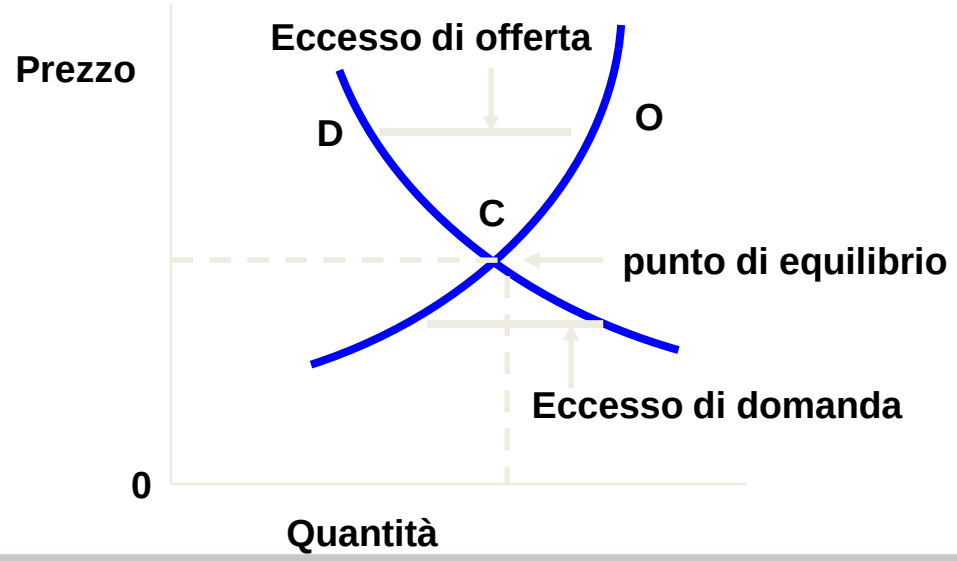
La curva di offerta rappresenta la relazione tra prezzo e quantità offerta di un bene o servizio, a parità di altre condizioni.

EQUILIBRIO DI MERCATO

L'equilibrio di mercato è dato dal prezzo e della quantità in corrispondenza dei quali le forze dell'offerta e della domanda si bilanciano; al prezzo di equilibrio la quantità che i consumatori desiderano acquistare è pari alla quantità che i produttori desiderano vendere. Tale situazione viene definita di equilibrio poiché, quando domanda e offerta si uguagliano, non sussistono motivi per un rialzo o un ribasso dei prezzi, a condizione che gli altri elementi rimangano invariati.

Figura n. 3: equilibrio di mercato

Graficamente l'equilibrio di mercato è dato dal punto di intersezione delle curve di domanda e di offerta. Il prezzo e la quantità di equilibrio si trovano a quel livello in cui la quantità offerta corrisponde alla quantità domandata.



UNO SGUARDO DIETRO LA CURVA DI DOMANDA

Una serie di fattori determinano quale sarà la quantità domandata ad un dato prezzo: livelli medi di reddito, numero di abitanti, prezzi e disponibilità di beni correlati, gusti personali, convenzioni sociali e altre influenze particolari.

- **Il reddito medio dei consumatori è un fattore determinante per la domanda. Se il reddito degli individui aumenta, essi tendono ad acquistare maggiori quantità di tutti i beni, anche se il prezzo non subisce variazioni.**
- **Le dimensioni del mercato, supponendo che esse dipendano dal numero di abitanti, hanno un chiaro effetto sulla curva di domanda.**
- **I prezzi e la disponibilità di beni correlati influenzano la domanda di un bene. Una relazione particolarmente importante si ha tra i beni sostitutivi, beni cioè che tendenzialmente hanno la medesima funzione.**
- **A questi elementi oggettivi va aggiunto un insieme di elementi soggettivi, definiti gusti o preferenze. I gusti esprimono una varietà di influenze culturali e storiche; possono riflettere reali bisogni con un effettivo fondamento psicologico o fisiologico (cibo, acqua, affetto), oppure possono includere desideri creati artificialmente (automobili sportive, abbigliamento alla moda, ecc.) infine, sono influenzati da elementi tradizionali o religiosi.**

Infine, la domanda di alcuni beni spesso dipende da influenze particolari: es. la pioggia influisce sulla domanda di ombrelli. Anche le aspettative relative alle future condizioni dell'economia, in particolare al livello futuro dei prezzi, possono esercitare una notevole influenza sulla domanda.

SPOSTAMENTI DELLA CURVA DI DOMANDA

Variazione della quantità domandata **: rappresenta un cambiamento della quantità che i compratori sono disposti ad acquistare in risposta a un mutamento del prezzo. Graficamente una variazione della quantità domandata si riferisce a un *movimento lungo la curva di domanda.***

Variazione della domanda : **un aumento di domanda sta a significare che per ogni prezzo la quantità domandata risulta più alta che in precedenza. Graficamente una variazione della domanda consiste in uno *spostamento dell'intera curva di domanda.***

Figura n. 4: Variazione – aumento – della quantità domandata

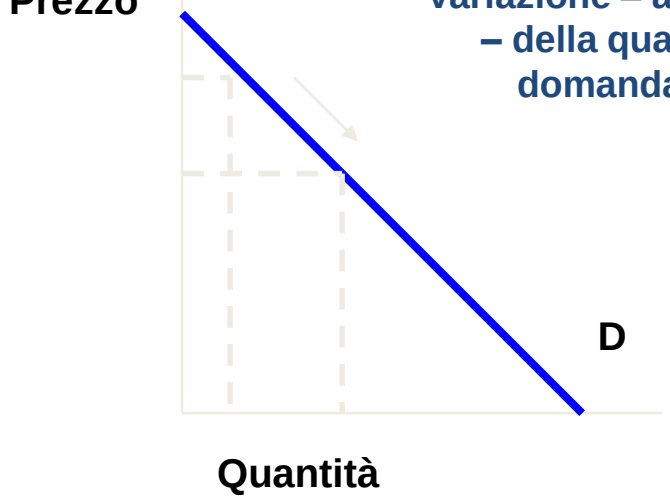
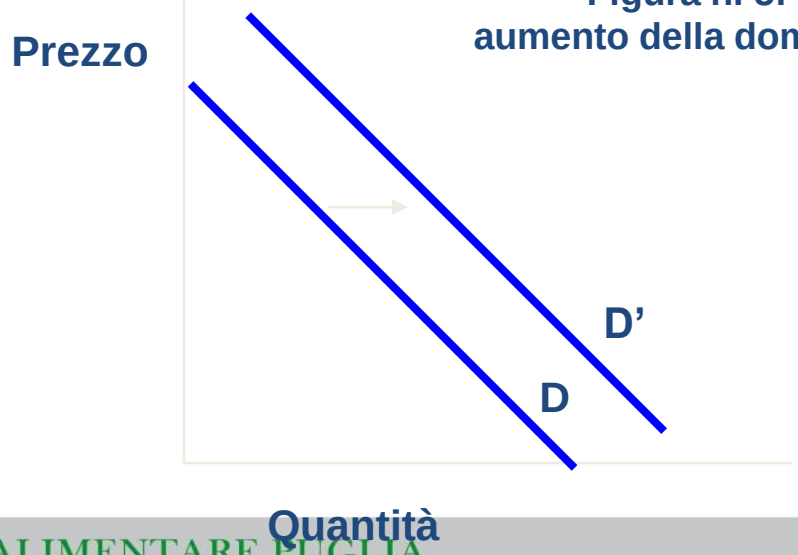


Figura n. 5: aumento della domanda



FATTORI CHE CAUSANO UN AUMENTO DELLA DOMANDA

1. Una riduzione del prezzo dei beni complementari rispetto al bene o servizio in questione.
2. Un aumento del prezzo dei beni sostituti del bene o servizio considerato;
3. Un incremento del reddito (nel caso di un bene normale);
4. Un aumento nella preferenza dei consumatori per il bene o servizio in questione;
5. Un incremento del numero di potenziali compratori;
6. Aspettative di aumenti dei prezzi in futuro.

   Quando i suddetti elementi si muovono in direzioni opposte rispetto a queste, la curva di domanda si sposta verso sinistra (diminuzione della domanda).

Figura : riduzione della domanda

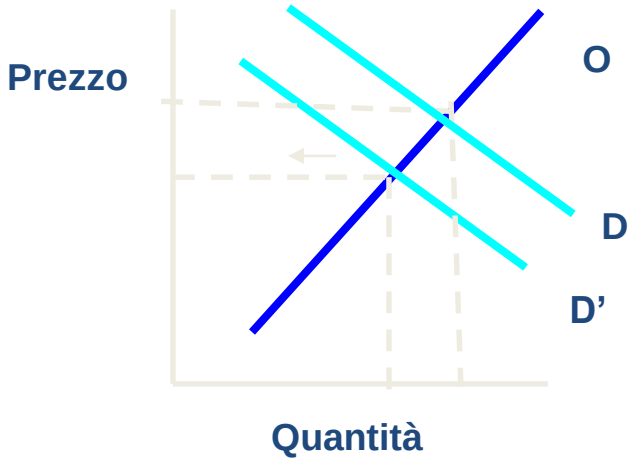
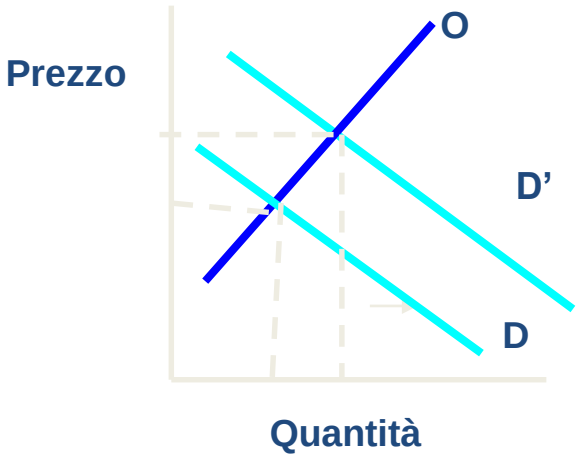


Figura : aumento della domanda



BENI COMPLEMENTARI E BENI SOSTITUTI

***Beni complementari (beni che hanno più valore quando vengono consumati insieme)*: una diminuzione del prezzo di uno provoca uno spostamento verso destra della curva di domanda dell'altro.**

***Beni sostituti (svolgono funzioni simili):* una diminuzione del prezzo di uno determina uno spostamento verso sinistra della curva di domanda dell'altro.**

Figura n. 6:
aumento della domanda di un bene complementare

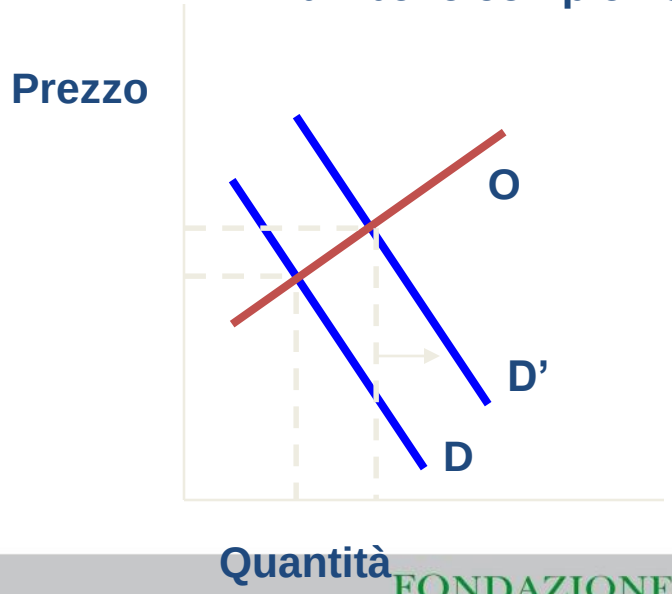
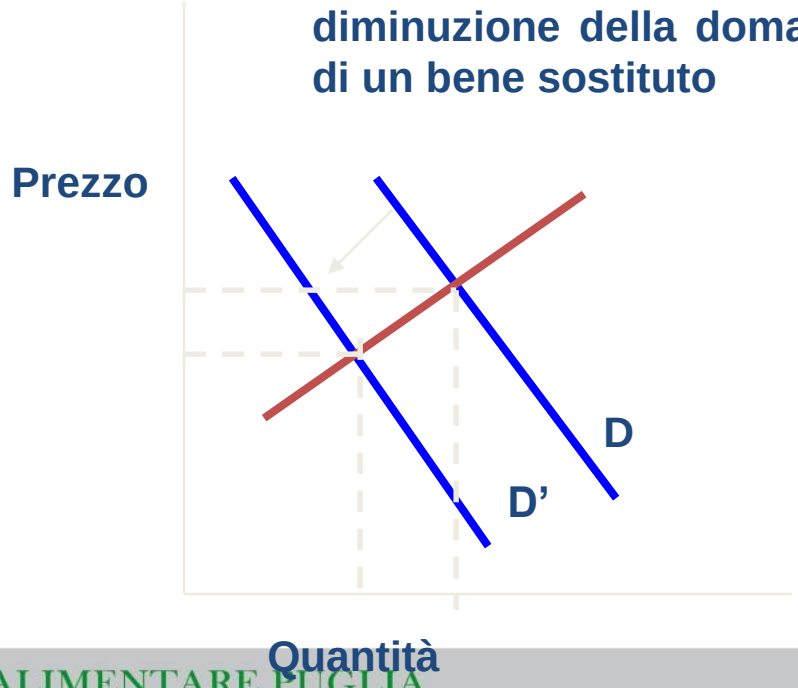


Figura n. 7:
diminuzione della domanda di un bene sostituto



UNO SGUARDO DIETRO LA CURVA DI OFFERTA

Prima di analizzare le cause degli spostamenti della curva di offerta, è opportuno definire più dettagliatamente il motivo per cui un aumento del prezzo di un bene aumenta l'offerta di quest'ultimo, a parità di altre condizioni. Al crescere del prezzo, anche i produttori meno efficienti e quindi con costi più elevati sono in grado di realizzare profitti e diventano perciò disponibili a vendere. Inoltre, le imprese esistenti possono espandere la produzione attraverso il lavoro straordinario o l'acquisto di impianti specializzati che non sarebbero convenienti in presenza di un basso prezzo di vendita del prodotto. In generale, un aumento del prezzo è un incentivo per le imprese ad accrescere la produzione. A parità di altre condizioni, le curve di offerta mostrano normalmente un andamento crescente rispetto al prezzo del prodotto offerto. In analogia a quanto osservato per la curva di domanda, è possibile identificare tre categorie di variabili – diverse dal prezzo del prodotto venduto – che influenzano l'offerta e sono ipotizzate come costanti nel definire la curva di offerta. Queste variabili sono la tecnologia di cui possono disporre i produttori, i prezzi dei fattori di produzione (lavoro, impianti, energia, materie prime) e la regolamentazione pubblica. Un cambiamento di ognuna di queste variabili sposta la curva di offerta di un bene o servizio, modificando la disponibilità dei venditori a venderlo quale che sia il prezzo corrente sul mercato.

SPOSTAMENTI DELLA CURVA DI OFFERTA

***Variazione della quantità offerta*: costituisce un movimento lungo la curva di offerta. E' dovuta alla reazione dei venditori a una variazione del prezzo di mercato.**

***Variazione dell'offerta:* una variazione dell'offerta indica uno spostamento dell'intera curva di offerta. Una riduzione dell'offerta è dovuta a cause come l'abbandono (per vincoli imposti alle imprese) di tecnologie efficienti ma inquinanti o l'aumento dei prezzi dei fattori produttivi, che provocano un aumento del prezzo di equilibrio nel mercato.**

Figura n. 8: riduzione della quantità offerta

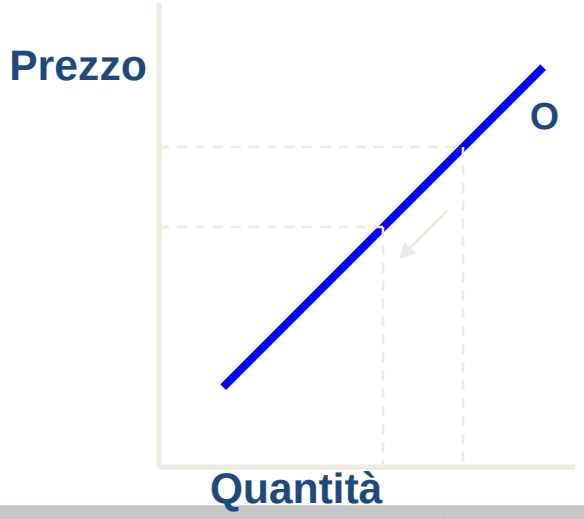
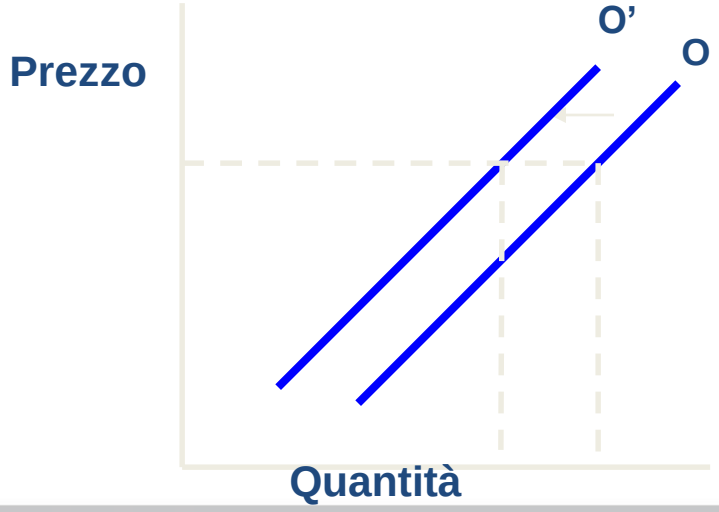


Figura n. 9: riduzione dell' offerta



FATTORI CHE CAUSANO UN AUMENTO DELL'OFFERTA

1. Una riduzione del costo dei materiali, del lavoro o di altri input impiegati nella produzione del bene o servizio in questione.
2. Un progresso nella tecnologia che riduce il costo di produzione del bene o servizio considerato;
3. Un miglioramento delle condizioni metereologiche (soprattutto nel caso di prodotti agricoli);
4. Un aumento del numero dei fornitori;
5. Aspettative di riduzioni dei prezzi in futuro.

   Quando i suddetti elementi si muovono in direzioni opposte rispetto a queste, la curva di offerta si sposta verso sinistra (diminuzione dell'offerta).

Figura n. 10: riduzione dell' offerta

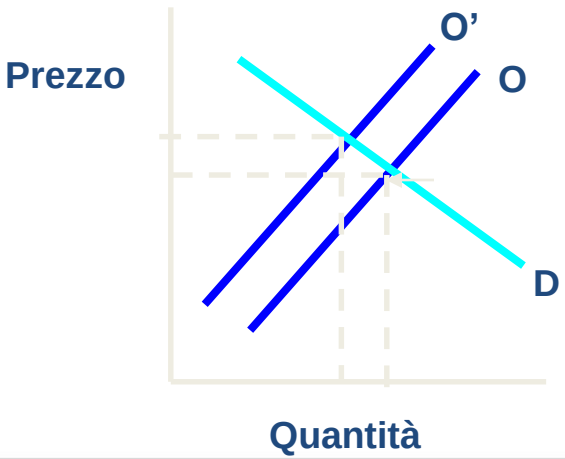
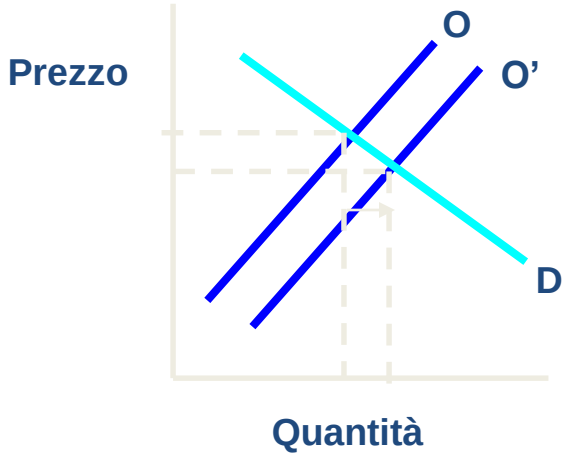


Figura n. 11: aumento dell' offerta



MERCATI LIBERI E CONTROLLI DEI PREZZI

In un mercato libero e concorrenziale, il prezzo è determinato esclusivamente dalla domanda e dall'offerta.

L'intervento pubblico può influire sulla domanda e/o sull'offerta di un bene o servizio in un mercato. Nei mercati liberi o non regolamentati, non vi è intervento pubblico diretto per il controllo dei prezzi. In un libero mercato la pressione dell'eccesso di offerta e la spinta dell'eccesso di domanda guidano il prezzo verso il livello di equilibrio.

I controlli sui prezzi sono regolamenti o leggi imposte dalla pubblica amministrazione o da altre autorità che impediscono l'aggiustamento dei prezzi che spinge i mercati verso l'equilibrio.

I controlli sui prezzi possono essere ricondotti a due categorie: la fissazione dei prezzi minimi e la fissazione dei prezzi massimi. La fissazione di un prezzo massimo rende illegale la vendita da parte degli offerenti di un bene o servizio a un prezzo superiore al massimo fissato per legge o regolamento.

La fissazione di un prezzo minimo ha come scopo l'aumento del prezzo a favore dei venditori.