



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA**

Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-Forestali (TESAF)

**CORSO DI LAUREA IN TECNOLOGIE FORESTALI E
AMBIENTALI**

**ISTITUZIONI DI ECONOMIA AGRARIA, FORESTALE E
AMBIENTALE**

Elena Pisani
elena.pisani@unipd.it tel. 049-8272704

STRUTTURA DEL CORSO



**4 CFU. DOMANDA
E OFFERTA:
MERCATI E
BENESSERE.**

**Consumatori,
produttori ed
efficienza dei
mercati.**

Un'applicazione
pratica: il costo della
tassazione



**5 CFU. ECONOMIA
DEL SETTORE
PUBBLICO.**

Le esternalità.
I beni pubblici e le
risorse collettive.



**6 CFU. IL
COMPORTEMENTO
DELLE IMPRESE.**

I costi di produzione.
Le imprese in un
mercato
concorrenziale.
Il monopolio. La
concorrenza
monopolistica.
L'oligopolio.



Università
degli Studi
di Padova

 Dipartimento Territorio
e Sistemi Agro-Forestali

ECONOMIA DEL BENESSERE

- Finora abbiamo esaminato l'economia positiva (*ciò che è*) e non l'economia normativa (*ciò che dovrebbe essere*).
- In questa lezione introduciamo il concetto di **economia del benessere**: *lo studio della relazione che intercorre tra l'allocazione delle risorse e il benessere economico*.

BENESSERE SOGGETTIVO

Il benessere **soggettivo** si riferisce al modo in cui i singoli individui valutano la propria felicità

BENESSERE OGGETTIVO

Il benessere **oggettivo** si riferisce ad una misura della qualità di vita che viene misurato tramite indicatori (ad esempio speranza di vita alla nascita, livello di istruzione, tenore di vita)

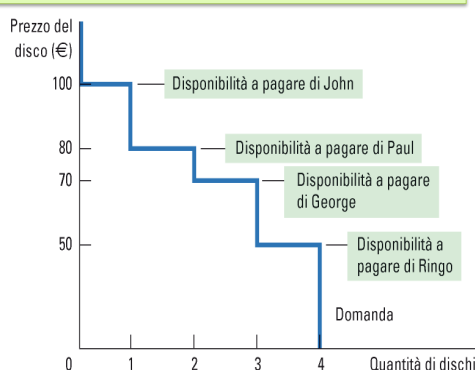
L'economia del benessere utilizza alcune tecniche microeconomiche per stimare l'**efficienza allocativa delle risorse**.

Un'allocazione delle risorse è efficiente quando il valore attribuito al prodotto dai venditori è uguale a quello che vi attribuiscono i compratori

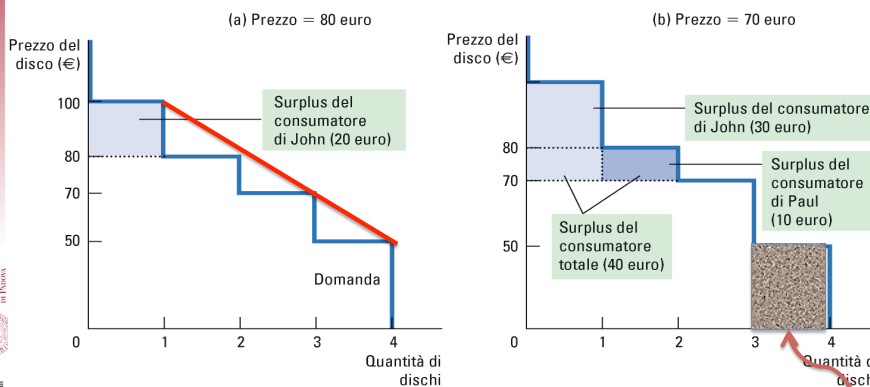
IL SURPLUS DEL CONSUMATORE

- Lo studio dell'economia del benessere prende l'avvio dall'analisi dei benefici che i compratori traggono dal partecipare al mercato.
- Il prezzo massimo che ciascun potenziale compratore è disposto a pagare per un determinato bene è chiamato **disponibilità a pagare (willingness to pay)**

Prezzo (€)	Compratori	Quantità domandata
> 100	Nessuno	0
tra 80 e 100	John	1
tra 70 e 80	John, Paul	2
tra 50 e 70	John, Paul, George	3
< 50	John, Paul, George, Ringo	4



Determinare il surplus del consumatore usando la curva di domanda



Per ogni data quantità, il prezzo definito dalla curva di domanda è uguale alla disponibilità a pagare del compratore marginale, cioè dal compratore che per primo lascerebbe il mercato se il prezzo fosse marginalmente più elevato

COME DETERMINARE IL SURPLUS DEL CONSUMATORE?

Consumer Surplus

$$\frac{Q^* \cdot (P^0 - P^*)}{2}$$

2

Se si considera una curva di domanda $P = 40 - 3Q$

Per $P^0 = 40$

Per $Q^* = 8$

$P^* = 40 - 3 \cdot 8 = 16$

Per cui $8(40-16)/2 = 96$

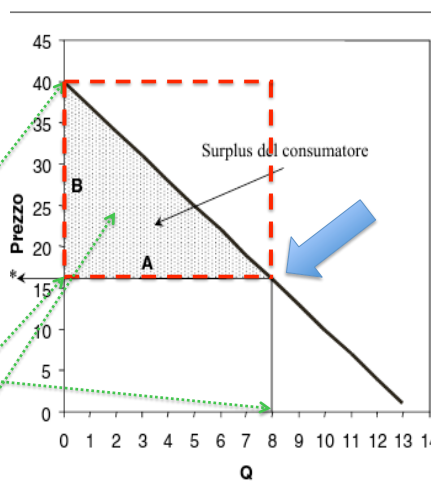
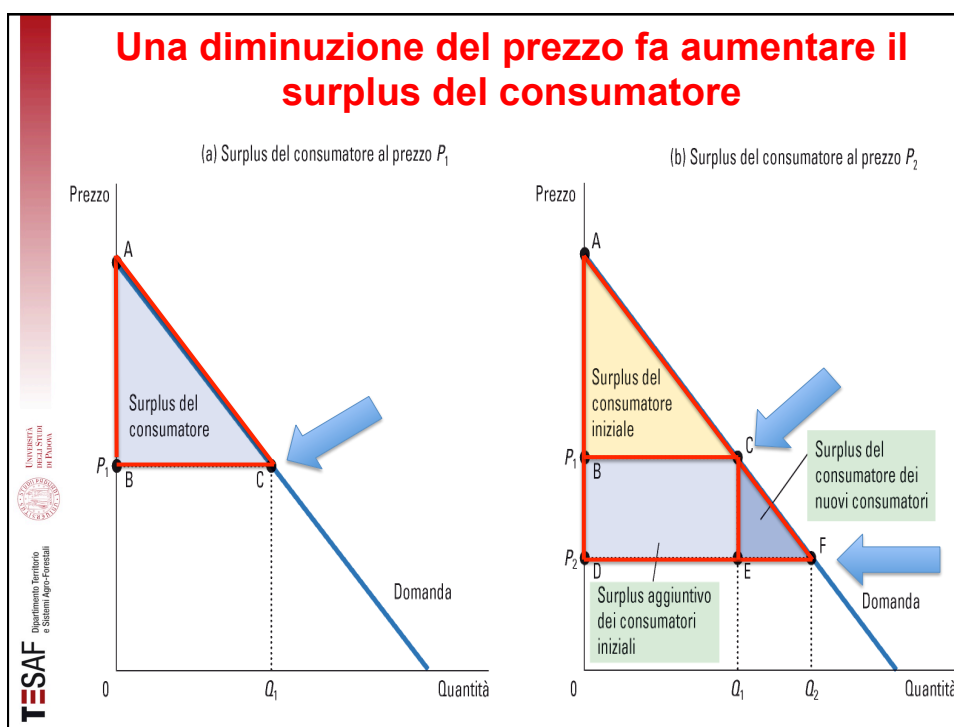


Figura 16 - Surplus del consumatore.



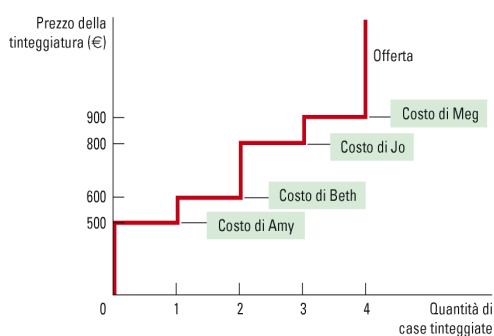
Surplus del consumatore è una buona misura del benessere

- Per i *policy makers* il surplus del consumatore è una **buona misura dell'efficienza nell'allocazione delle risorse** nel mercato e conseguentemente del **benessere sociale**.
- Attenzione vi sono mercati in cui il surplus del consumatore non è una buona misura (es. mercato di sostanze stupefacenti...)

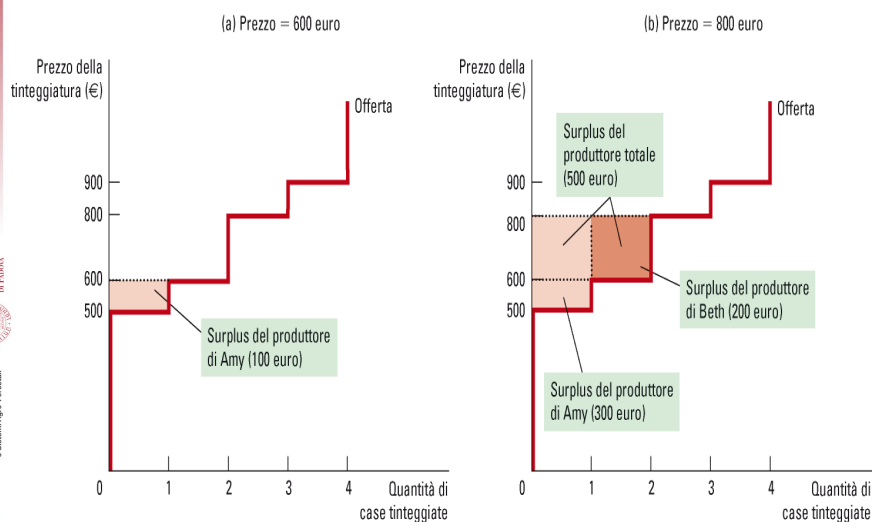
SURPLUS DEL PRODUTTORE

- Il surplus del produttore è la differenza tra il **prezzo pagato** al venditore e il suo **costo di produzione**; *tale differenza misura il beneficio di cui il venditore gode in virtù della sua partecipazione al mercato.*

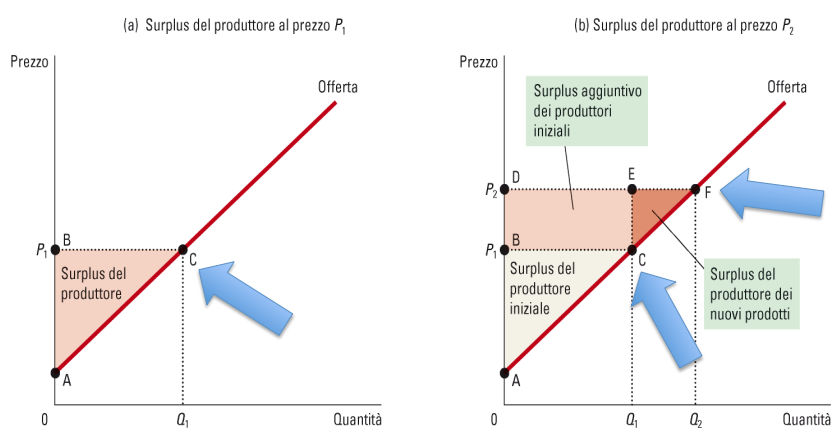
Prezzo (€)	Venditori	Quantità offerta
> 900	Meg, Jo, Beth, Amy	4
tra 800 e 900	Jo, Beth, Amy	3
tra 600 e 800	Beth, Amy	2
tra 500 e 600	Amy	1
< 500	Nessuno	0



DETERMINARE IL SURPLUS DEL PRODUTTORE USANDO LA CURVA DI OFFERTA



Come varia il surplus del produttore all'aumentare del prezzo



Per ogni data quantità, il prezzo definito dalla curva di offerta corrisponde al costo del venditore marginale, ovvero dal primo venditore che lascerebbe il mercato se il prezzo diminuisse ulteriormente.

L'efficienza del mercato

- Il surplus del consumatore e quello del produttore sono gli strumenti fondamentali a cui ricorrono gli economisti per studiare il benessere di compratori e venditori sul mercato.
- **Una possibile misura** del benessere della società viene data dalla **somma del surplus del consumatore e del produttore**, ovvero il **surplus totale**.



Il surplus totale

SURPLUS DEL CONSUMATORE = valore per i compratori – prezzo pagato dai compratori



SURPLUS DEL PRODUTTORE = prezzo ricevuto dai venditori – costi dei venditori



SURPLUS TOTALE = valore per i compratori – **prezzo pagato dai compratori** - **prezzo ricevuto dai venditori** – costi dei venditori



SURPLUS TOTALE = valore per i compratori – costo per i venditori



TESAF
Dipartimento Territorio
e Sistemi Agro-Forestali

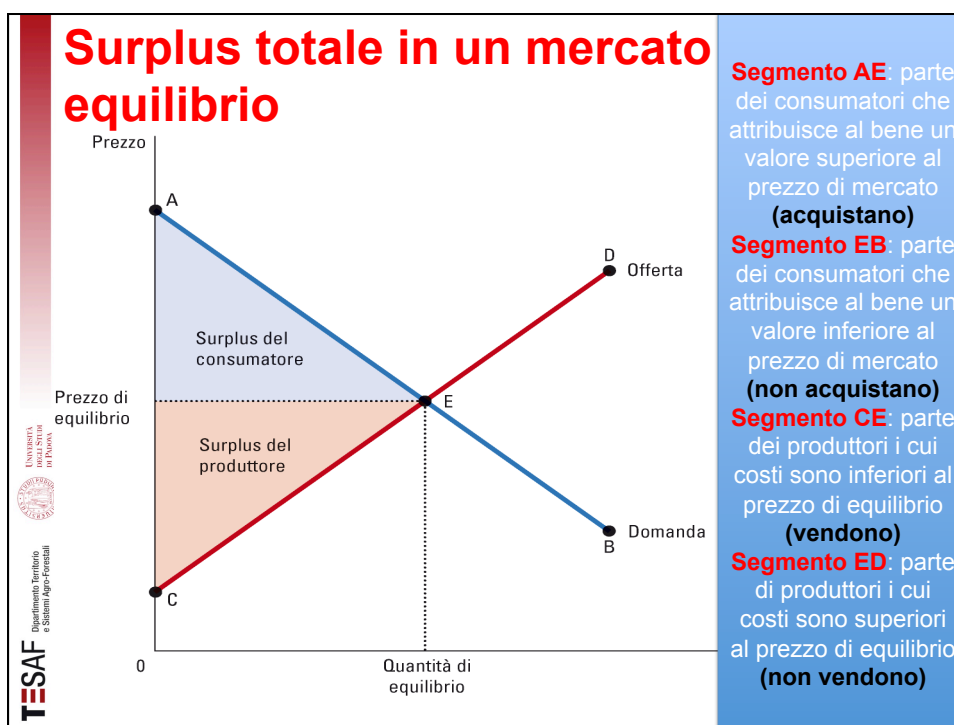
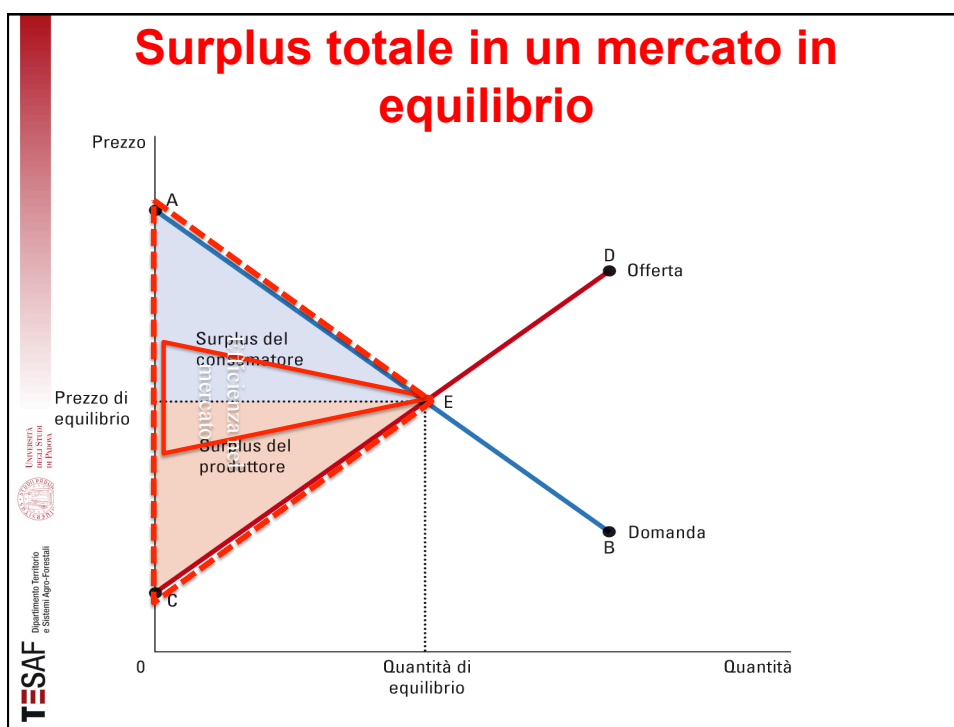
Efficienza

Se una data allocazione delle risorse massimizza il surplus totale, allora diciamo che ha caratteristica di efficienza.

Se un'allocazione non è efficiente alcuni dei benefici dello scambio tra compratori e venditori non si realizzano.

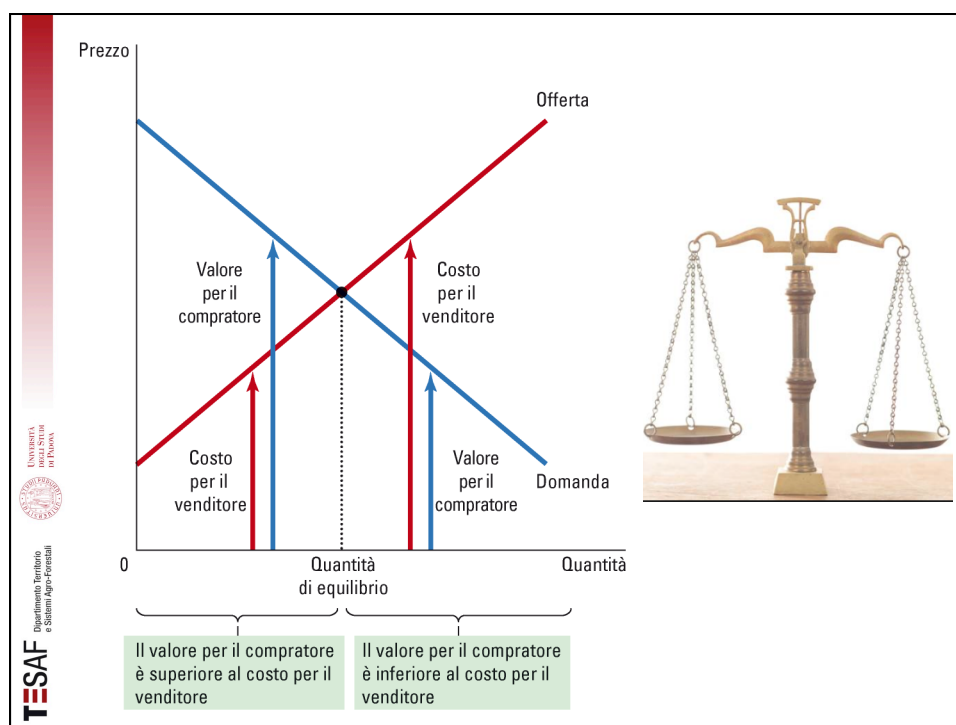


TESAF
Dipartimento Territorio
e Sistemi Agro-Forestali



Efficienza: in un libero mercato

- Il libero mercato alloca l'offerta di un bene ai compratori che gli attribuiscono il valore più elevato, misurato in termini di disponibilità a pagare
- Il libero mercato alloca la domanda di un bene ai venditori che possono produrlo al costo più contenuto
- Il libero mercato produce esattamente la quantità di bene che massimizza la somma del surplus del consumatore e del produttore



Attenzione!!! I fallimenti di mercato

Le condizioni precedenti valgono se siamo in mercato perfettamente concorrenziali.

Nel mondo reale la concorrenza è spesso lontana dall'essere perfetta (oligopoli, monopoli, concorrenza monopolistica, monopsoni, oligopsoni) ovvero dall'esistenza di **potere nel mercato**.

Le condizioni precedenti valgono se si analizza la situazione in cui i risultati del mercato riguardano soltanto i compratori o i venditori che vi partecipano.

Nel mondo reale vi sono però le decisioni di compratori e venditori influiscono anche su soggetti che non partecipano al mercato. Questi effetti collaterali sono detti **esternalità** e fanno sì che il benessere prodotto dal mercato non dipenda solo dal valore per il consumatore e dal costo per il produttore.



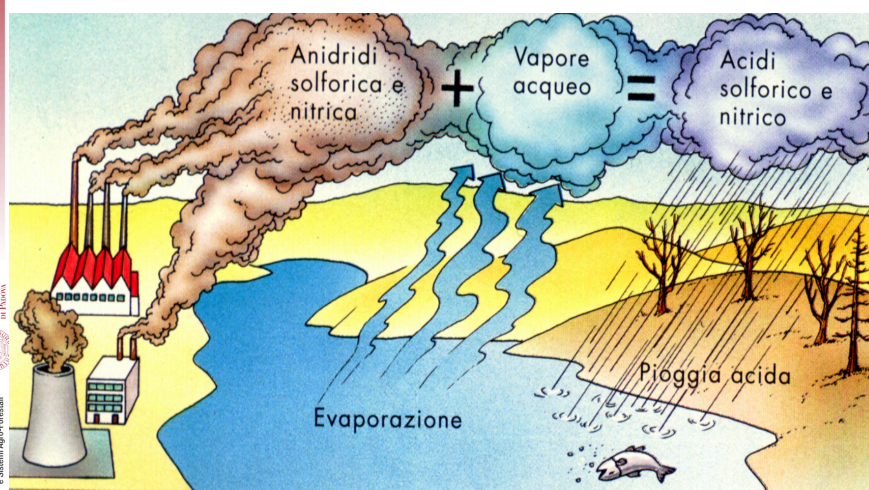
www.seppo.net

Potere di mercato: trust

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

TESAF
 Dipartimento Territorio
 e Sistemi Agro-Forestali
 Università
 degli Studi
 di Padova

Inquinamento: piogge acide

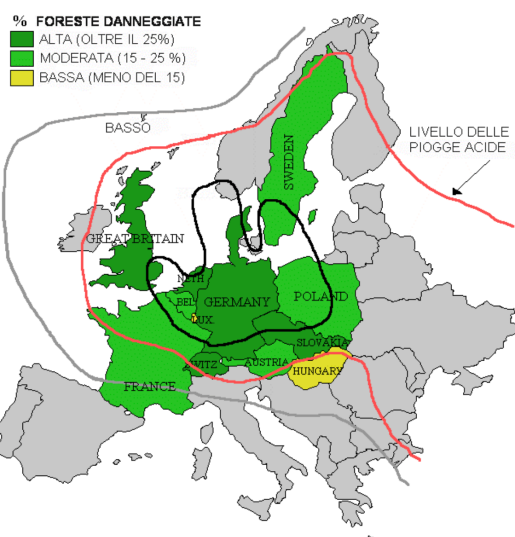


TESAF

Università
di Padova

Dipartimento Territorio
e Sistemi Agro-Forestali

Chi paga questo costo per la collettività?



TESAF

Università
di Padova

Dipartimento Territorio
e Sistemi Agro-Forestali