

Il mercato

“ Luogo fisico o virtuale dove offerta e domanda si incontrano e si scambiano i beni o fattori di produzione al fine di aumentare il proprio benessere (consumatori) o profitto (imprese) ”

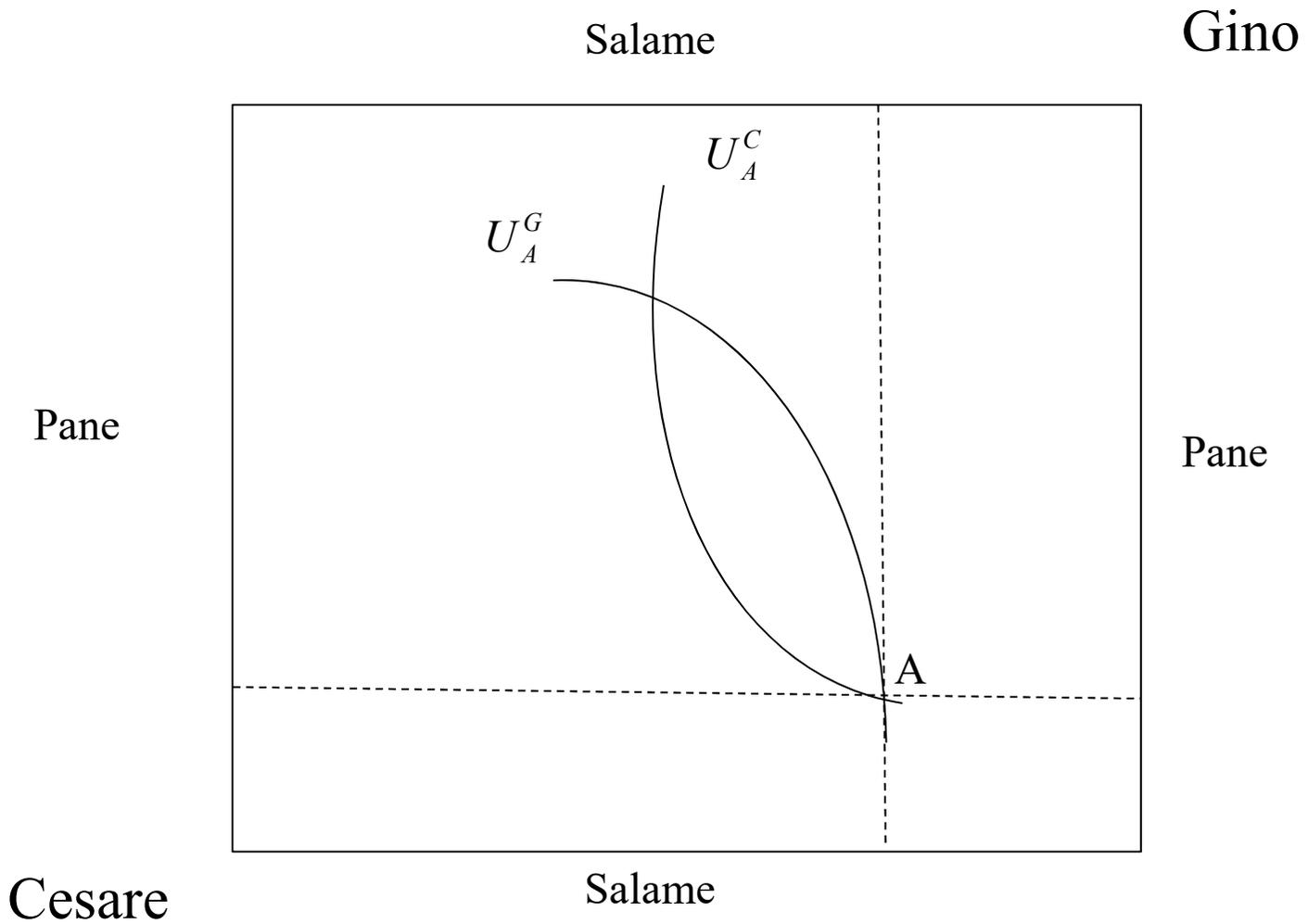
Lo scambio può avvenire:

1. In natura, senza l'uso della moneta (baratto): la ragione di scambio (prezzo unitario) di un certo bene è molteplice e definita rispetto a ciascuno dei beni con cui può essere scambiato;
2. Utilizzando la moneta intesa come tutto ciò che, in vari periodi e paesi funge da intermediario negli scambi di beni e da comune misura del loro valore di mercato.
3. Prezzo: la ragione di scambio è definita univocamente in una certa quantità di moneta.

Lo scambio di beni genera benessere (Edgeworth)

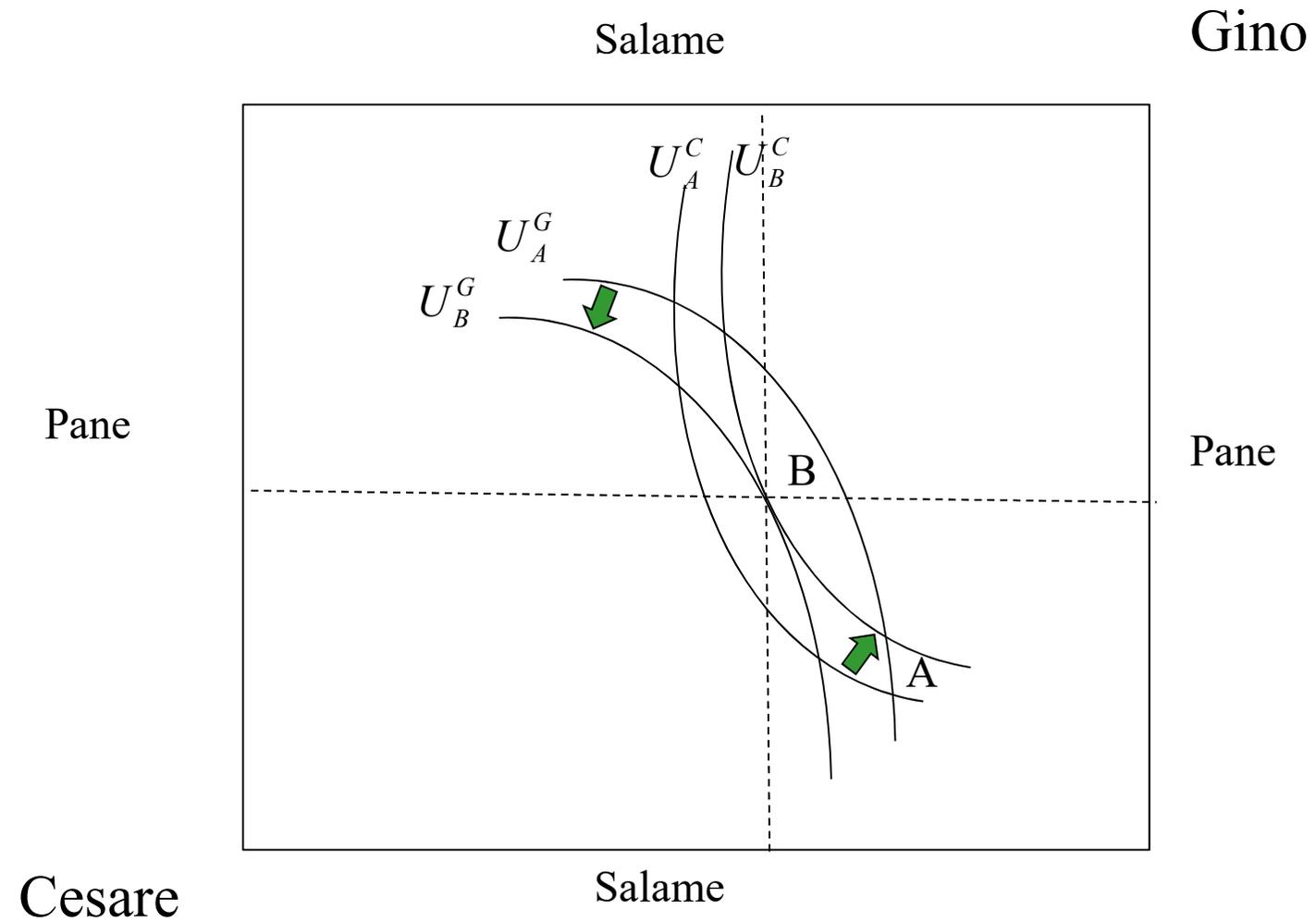
$$U_A^T = U_A^G + U_A^C$$

$$SMS_A^G \neq SMS_A^C$$



Lo scambio di beni genera benessere (Edgeworth)

$$U_B^G \succ U_A^G \quad U_B^C \succ U_A^C \quad U_B^T = U_B^G + U_B^C \quad U_B^T \succ U_A^T \quad SMS_B^G = SMS_B^C$$



Il mercato

Le principali forme di mercato

	Offerta			
Domanda		Molti operatori	Pochi operatori	Un solo operatore
	Molti operatori	Concorrenza libera	Oligopolio	Monopolio
	Pochi operatori	Oligopsonio	Oligopolio bilaterale	Quasi monopolio
	Un solo operatore	Monopsonio	Quasi monopsonio	Monopolio bilaterale

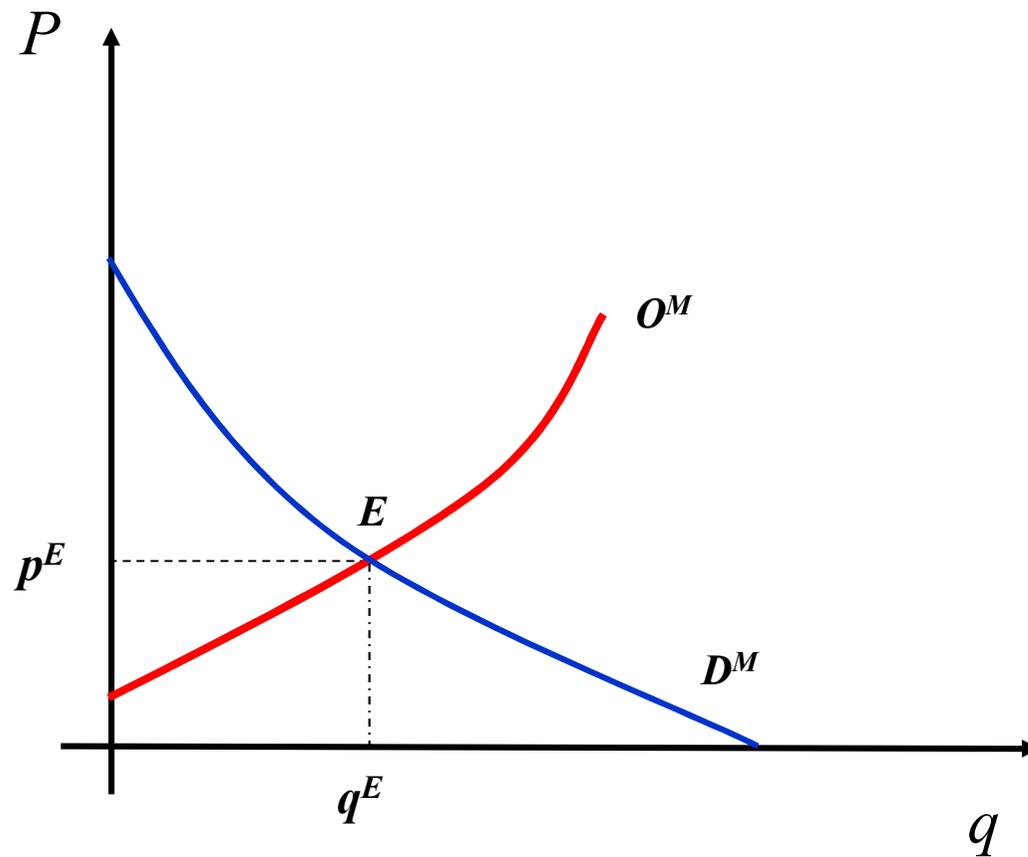
Il mercato di libera concorrenza

Forma di mercato ideale che massimizza il benessere totale prodotto dalle scambio e dove ciascun produttore e ciascun acquirente controllano una porzione infinitesima dei beni scambiati e quindi non possono influenzare il prezzo di mercato (*price taker*).

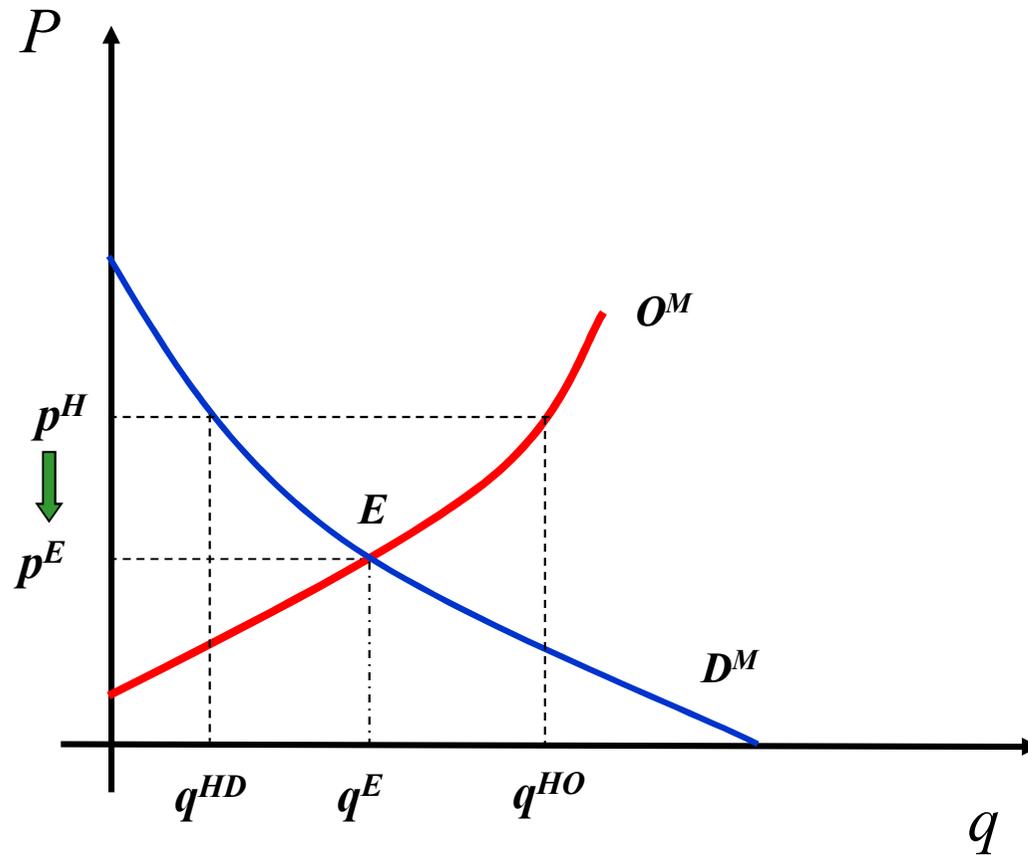
I prerequisiti:

1. Elevata numerosità degli attori
2. Merce suddivisibile
3. Flessibilità della domanda e dell'offerta
4. Gli operatori agiscono edonisticamente
5. Trasparenza del mercato (prezzi e quantità scambiate note a tutti gli operatori)
6. L'accesso al mercato è libero a offerenti e acquirenti

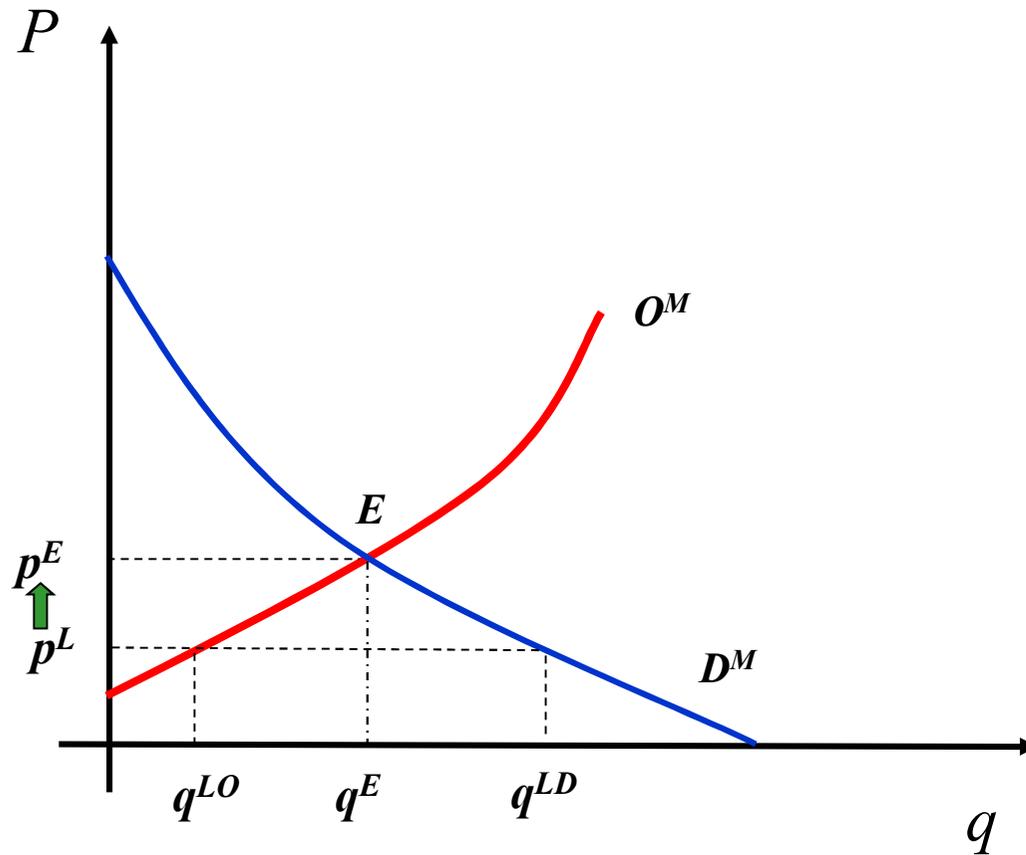
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza



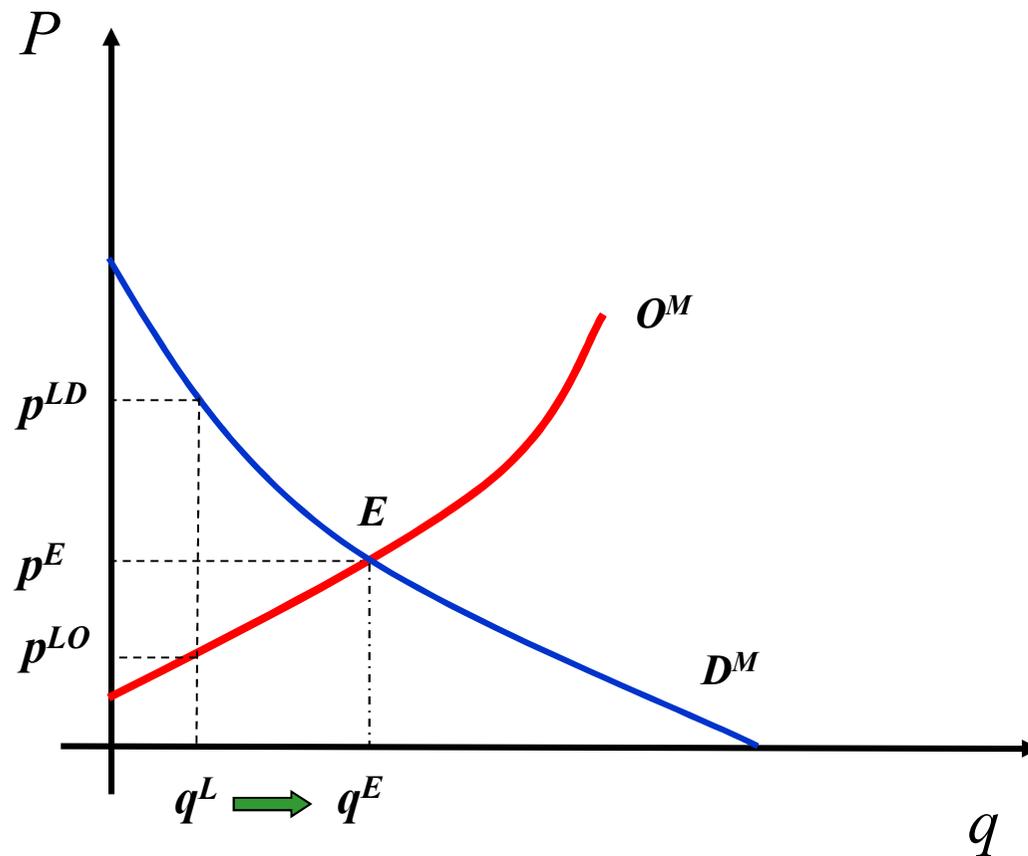
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di prezzo I



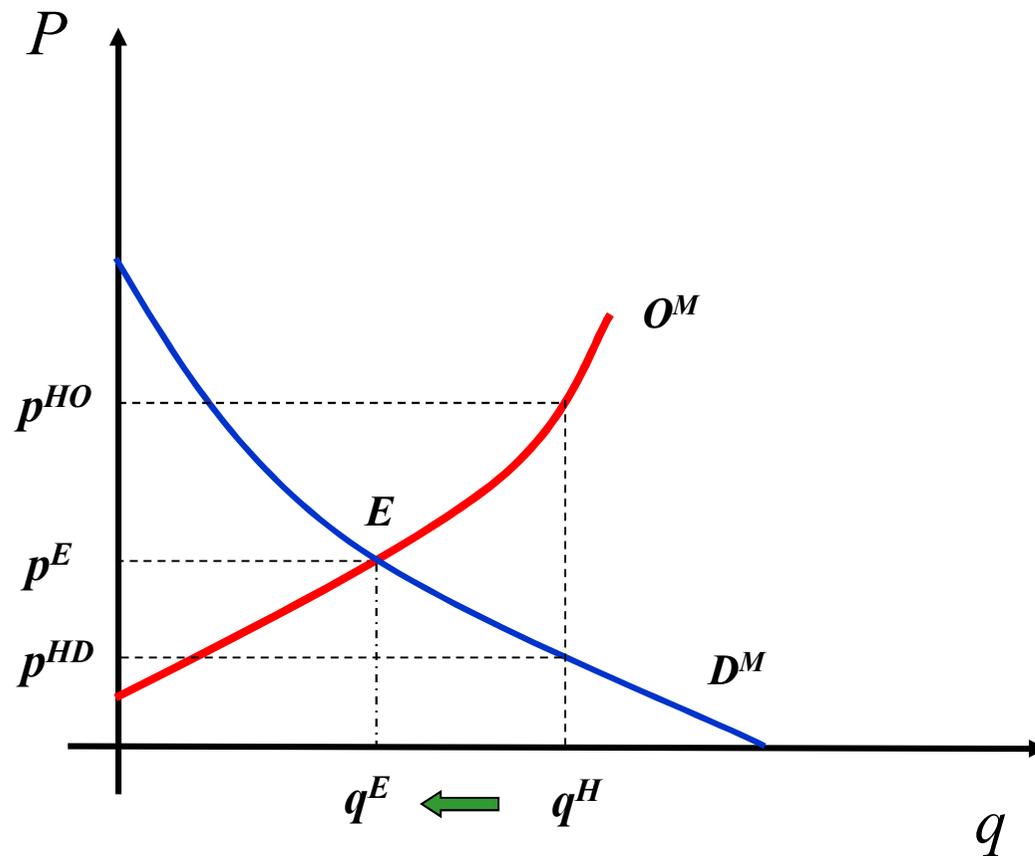
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di prezzo II



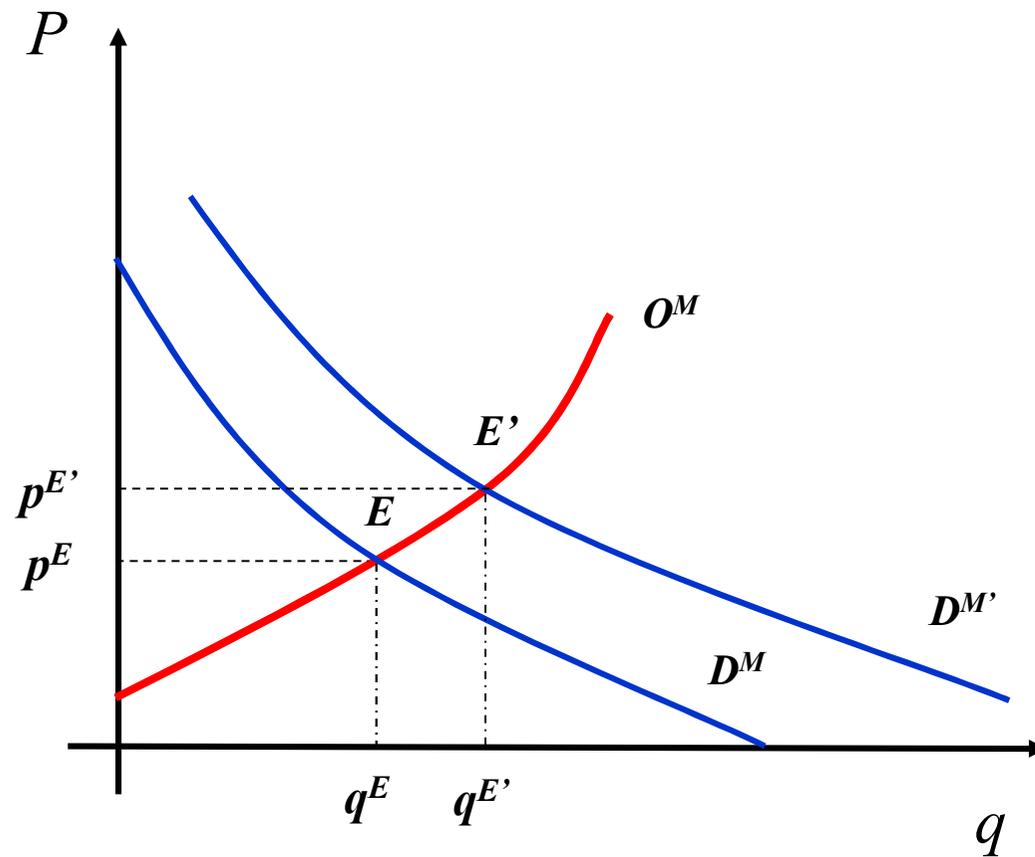
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di quantità I



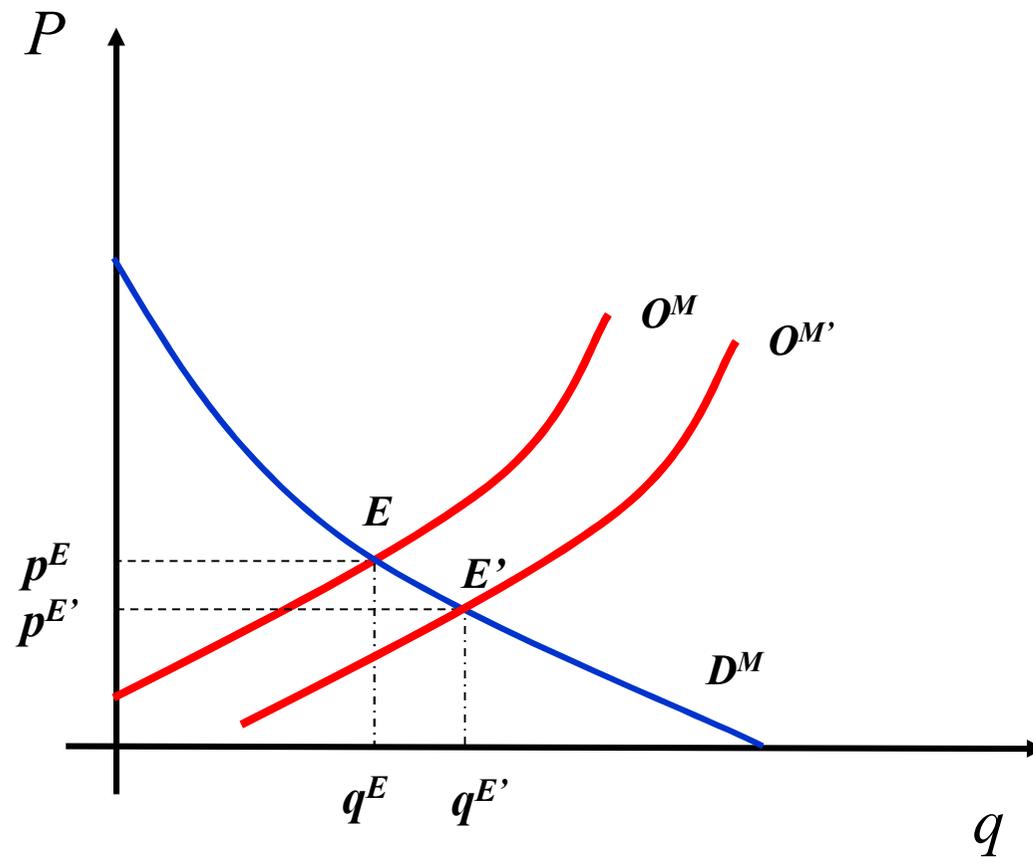
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di quantità II



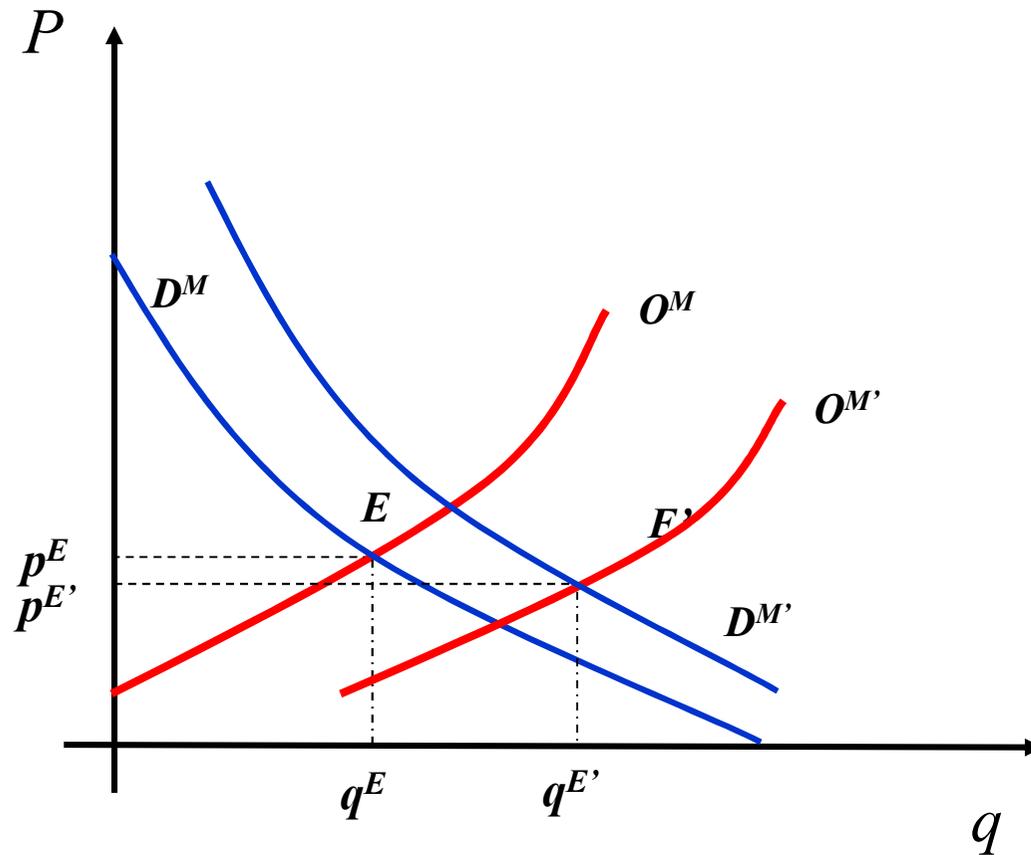
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e incrementi reddito



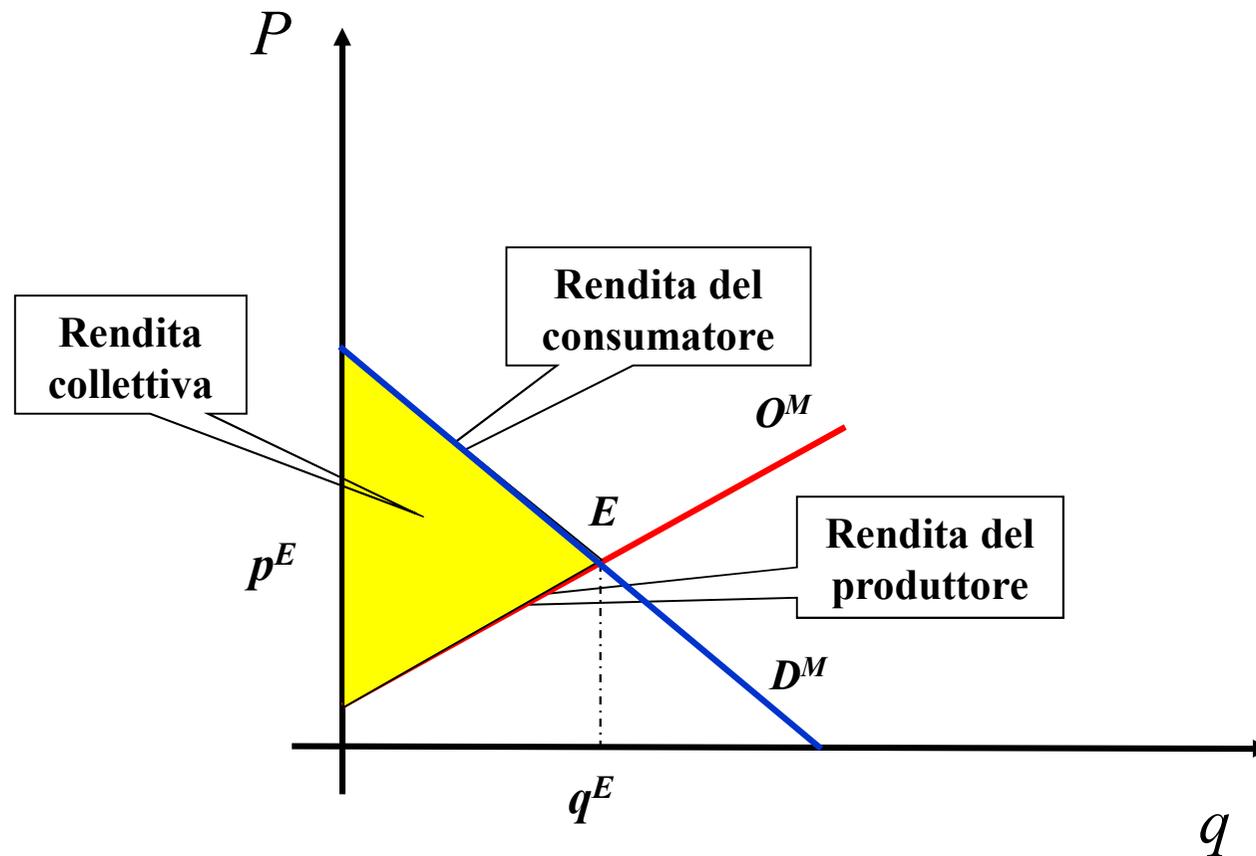
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e progresso tecnico



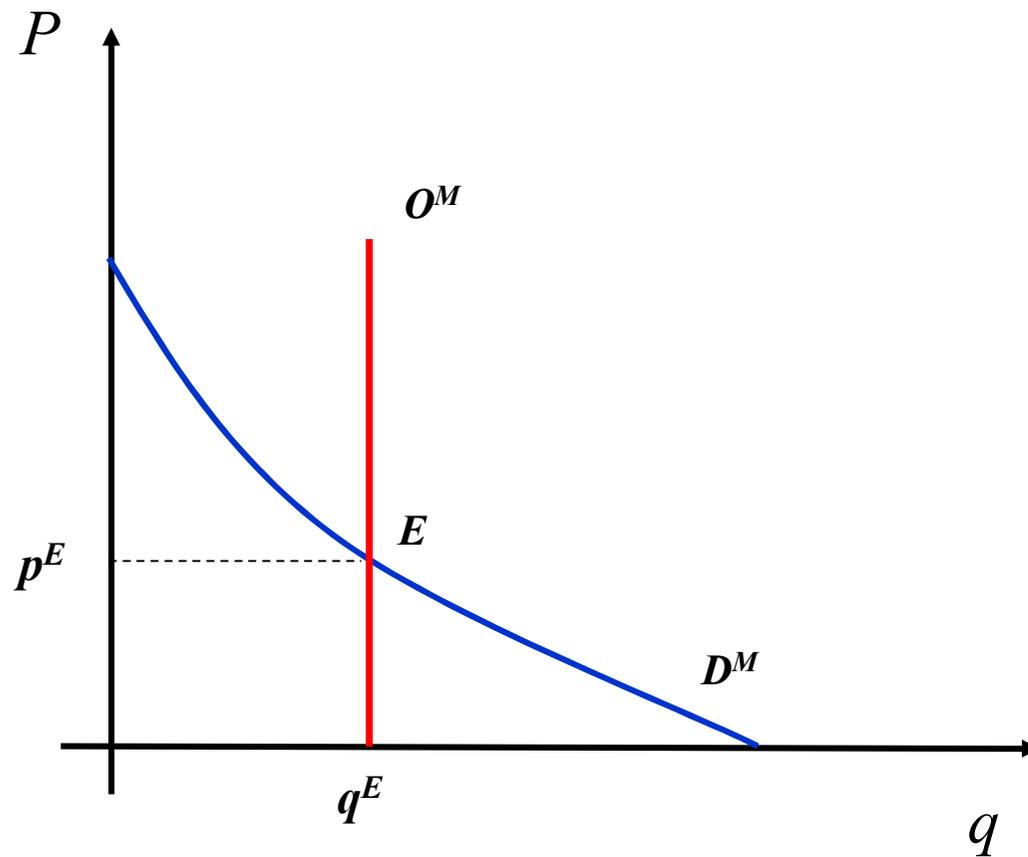
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza nell'evoluzione tecnica ed economica



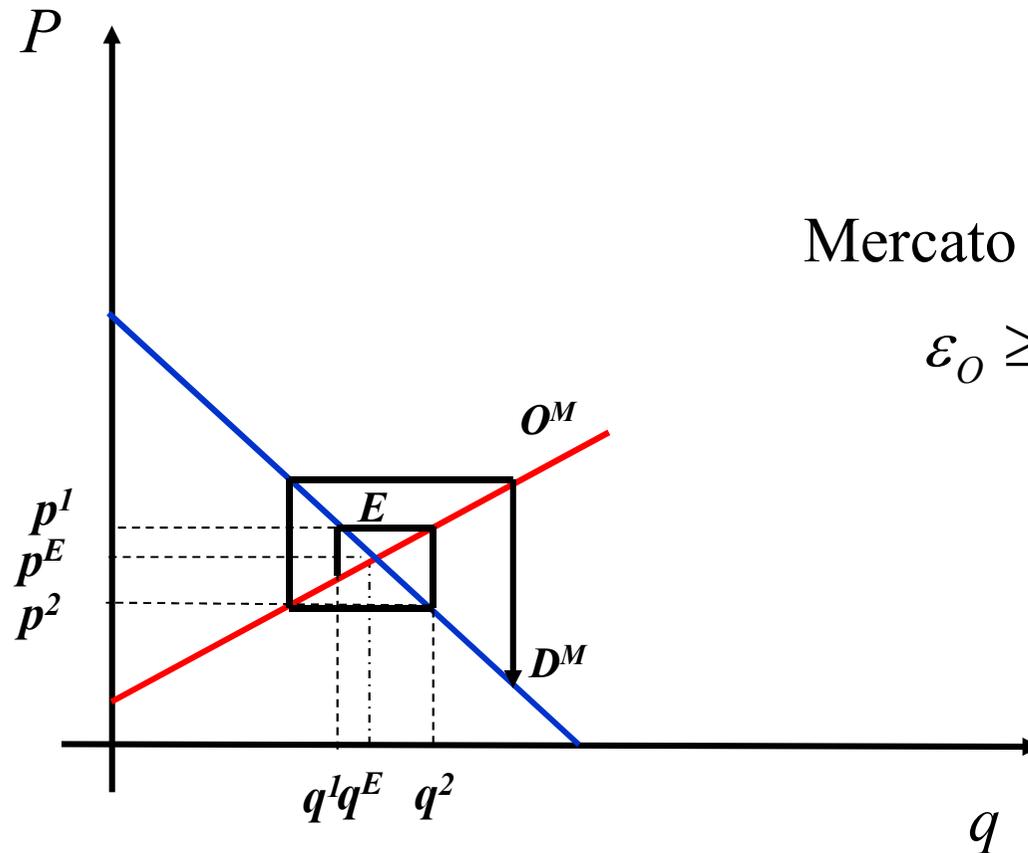
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e rendita collettiva



L'equilibrio del mercato di libera concorrenza nel brevissimo periodo



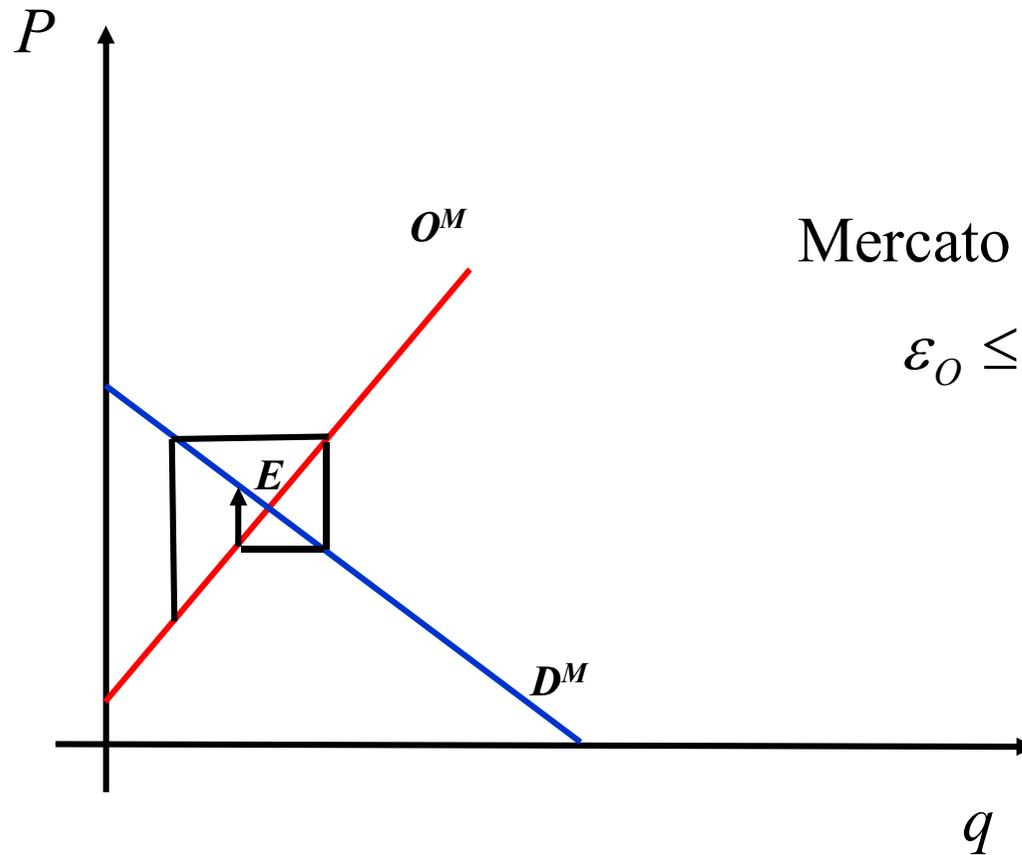
L'equilibrio del mercato concorrenziale con adattamento differito dell'offerta (ragnatela) I°



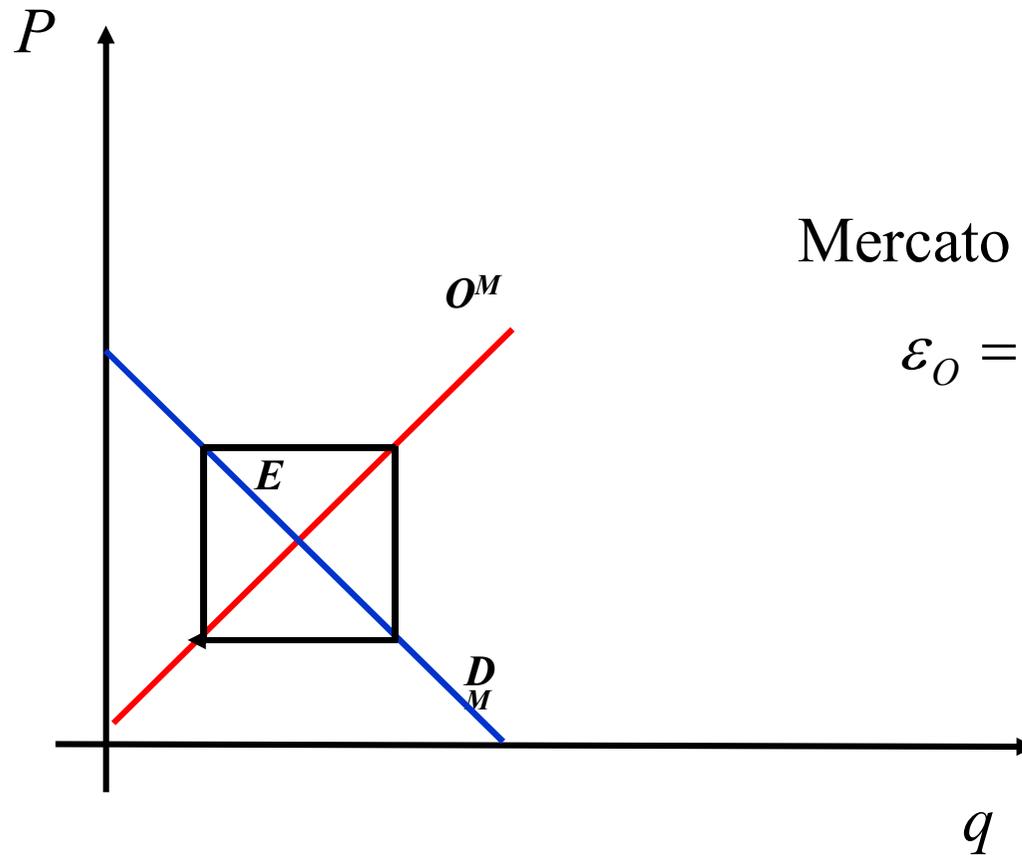
Mercato instabile

$$\varepsilon_O \geq \varepsilon_D$$

L'equilibrio del mercato concorrenziale con adattamento differito dell'offerta (ragnatela) II°



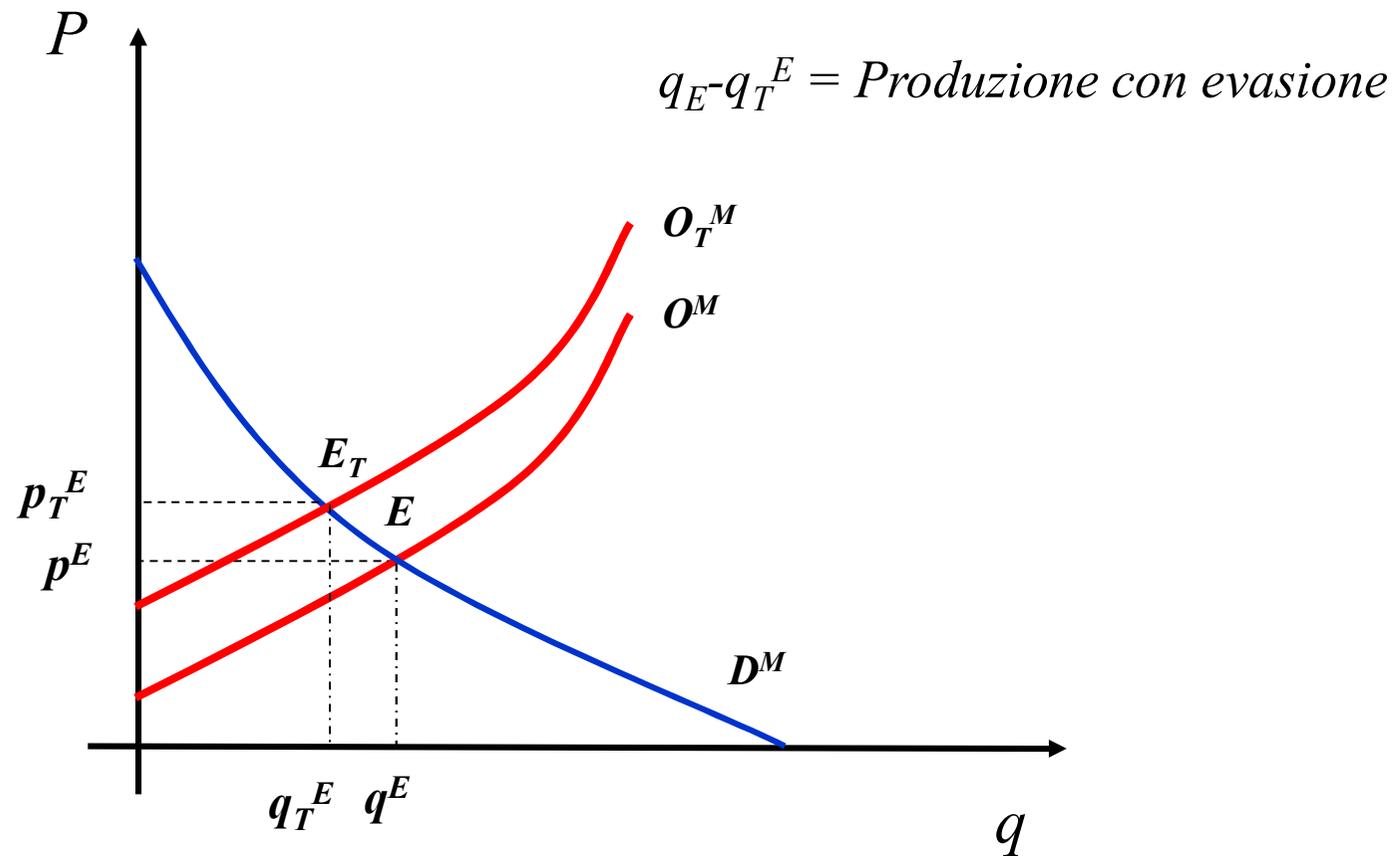
L'equilibrio del mercato concorrenziale con adattamento differito dell'offerta (ragnatela) III°



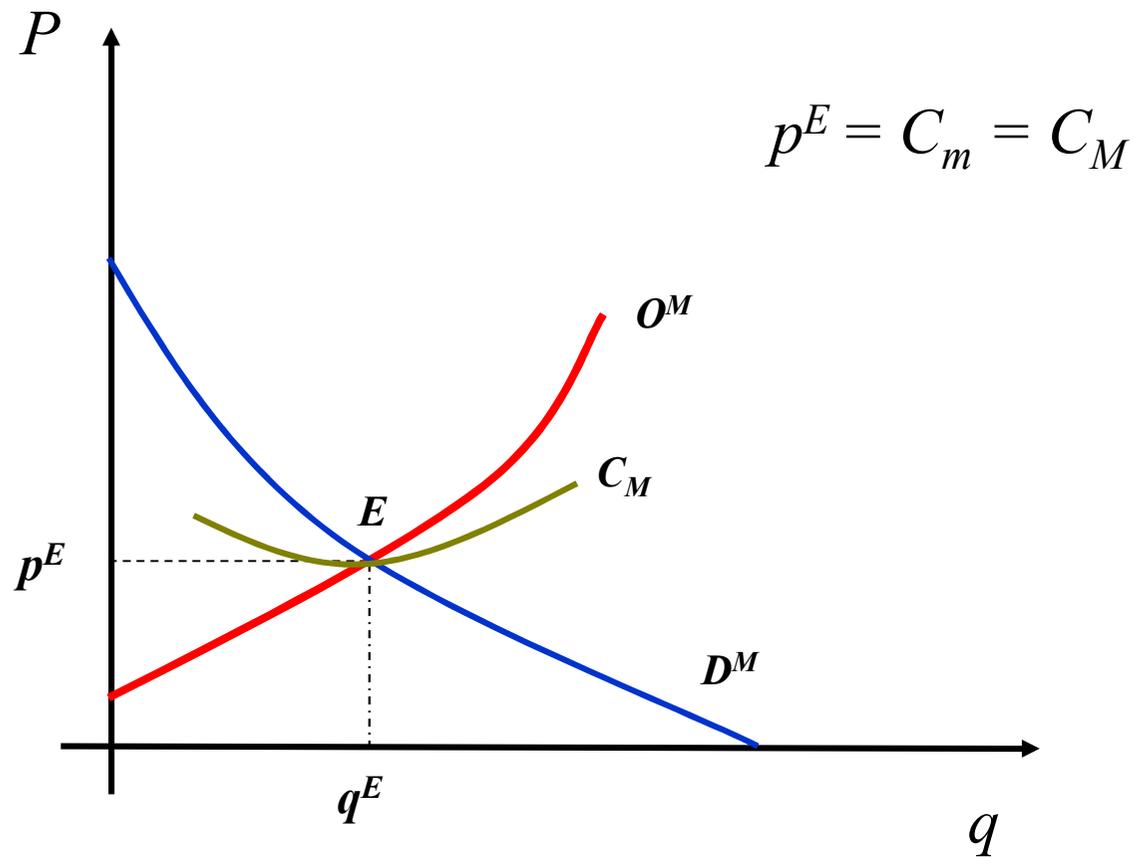
Mercato ciclico

$$\varepsilon_O = \varepsilon_D$$

L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e tassazione



L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e profitti dei produttori



Il mercato di monopolio

Forma di mercato caratterizzata dalla possibilità dell'offerta di stabilire il prezzo di vendita o la quantità collocata sul mercato. E' considerata una forma di mercato da contrastare poiché penalizza la domanda.

I prerequisiti:

1. Un solo offerente e numerosi acquirenti
2. Gli operatori agiscono edonisticamente
3. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
4. L'accesso degli acquirenti al mercato è libero
5. L'accesso di altri offerenti sul mercato è molto difficile

I monopoli

I monopoli possono essere:

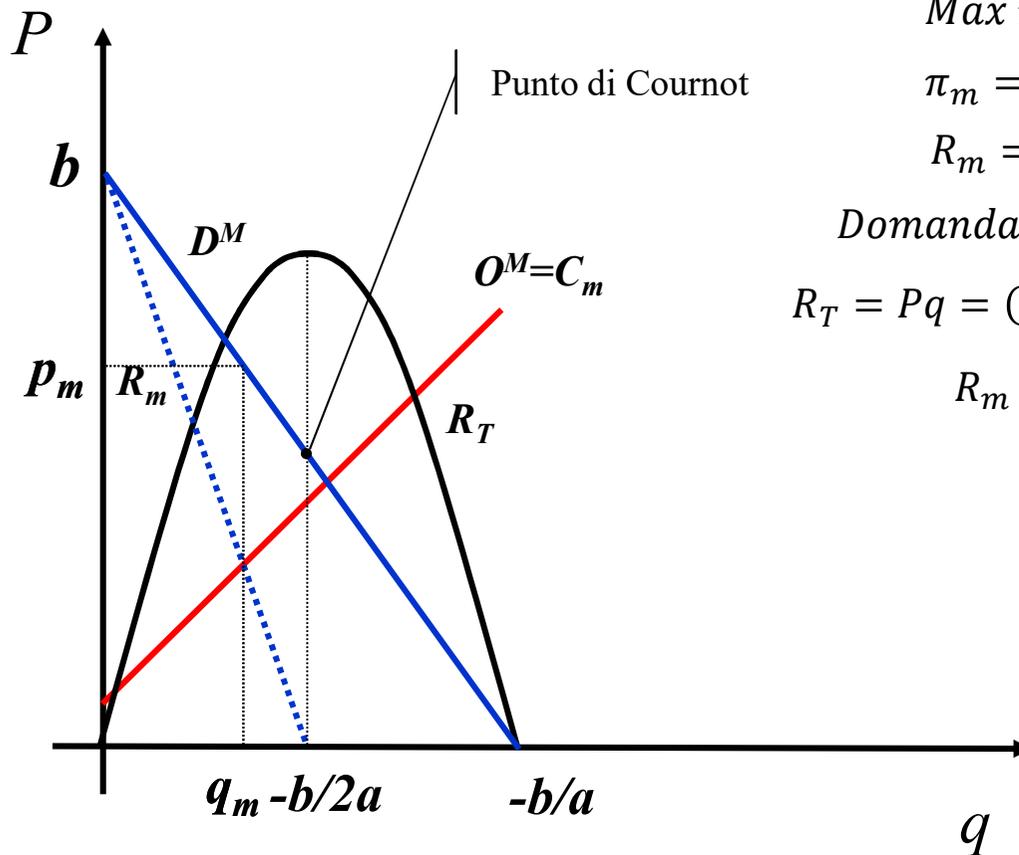
- **Naturali:** sono caratterizzati dal fatto che una singola impresa riesce a produrre ad un costo più basso (economie di scala) di una molteplicità di imprese e quindi in una strategia competitiva elimina progressivamente tutte le altre (chimica pesante, acciaierie, raffinazione, rete ferroviaria, rete di telecomunicazioni, distribuzione di energia elettrica). Possono anche costituirsi a causa delle «network externalities» vantaggi ad utilizzare un dato sistema operativo che deriva dalla sua diffusione (Windows, IOS).
- **Legali:** sono costituiti per legge per ragioni fiscali (tabacchi al consumo) o di interesse pubblico (il vecchio monopolio del sale).
- **Di fatto:** sono costituito da condizioni legali oggettive (brevetti, diritti d'autori) o sostanziali (De Beers per i diamanti)

I monopoli

Genesi:

- Economie di Scala/Rete
- Concentrazioni/Accordi
- Barriere all'ingresso di nuovi produttori
(brevetti, investimenti, ecc.)

L'equilibrio del mercato di monopolio



$$\text{Max } \pi = R_T - C_T$$

$$\pi_m = R_m - C_m = 0$$

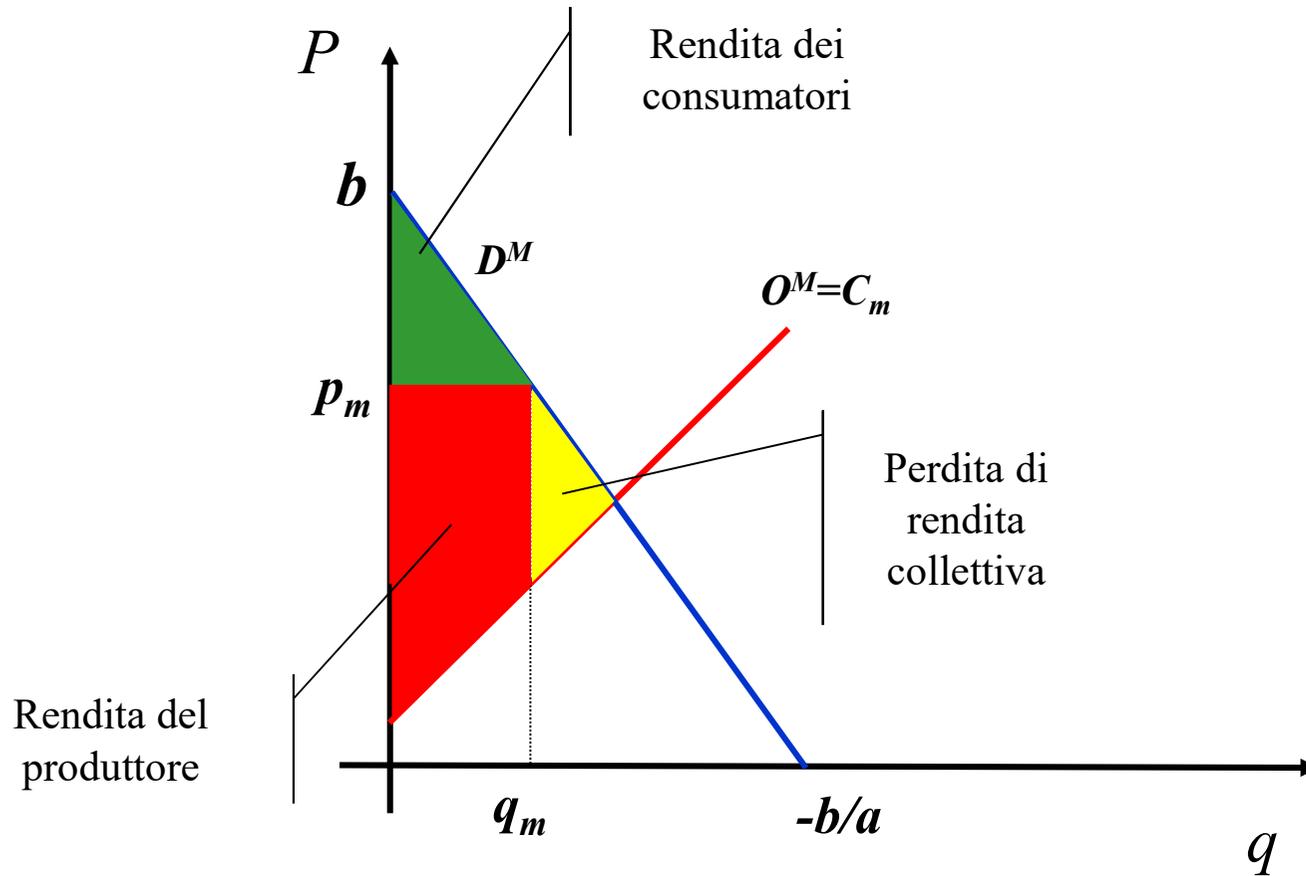
$$R_m = C_m$$

$$\text{Domanda: } P = aq + b$$

$$R_T = Pq = (aq + b)q = aq^2 + bq$$

$$R_m = 2aq + b$$

Le rendite nel mercato di monopolio



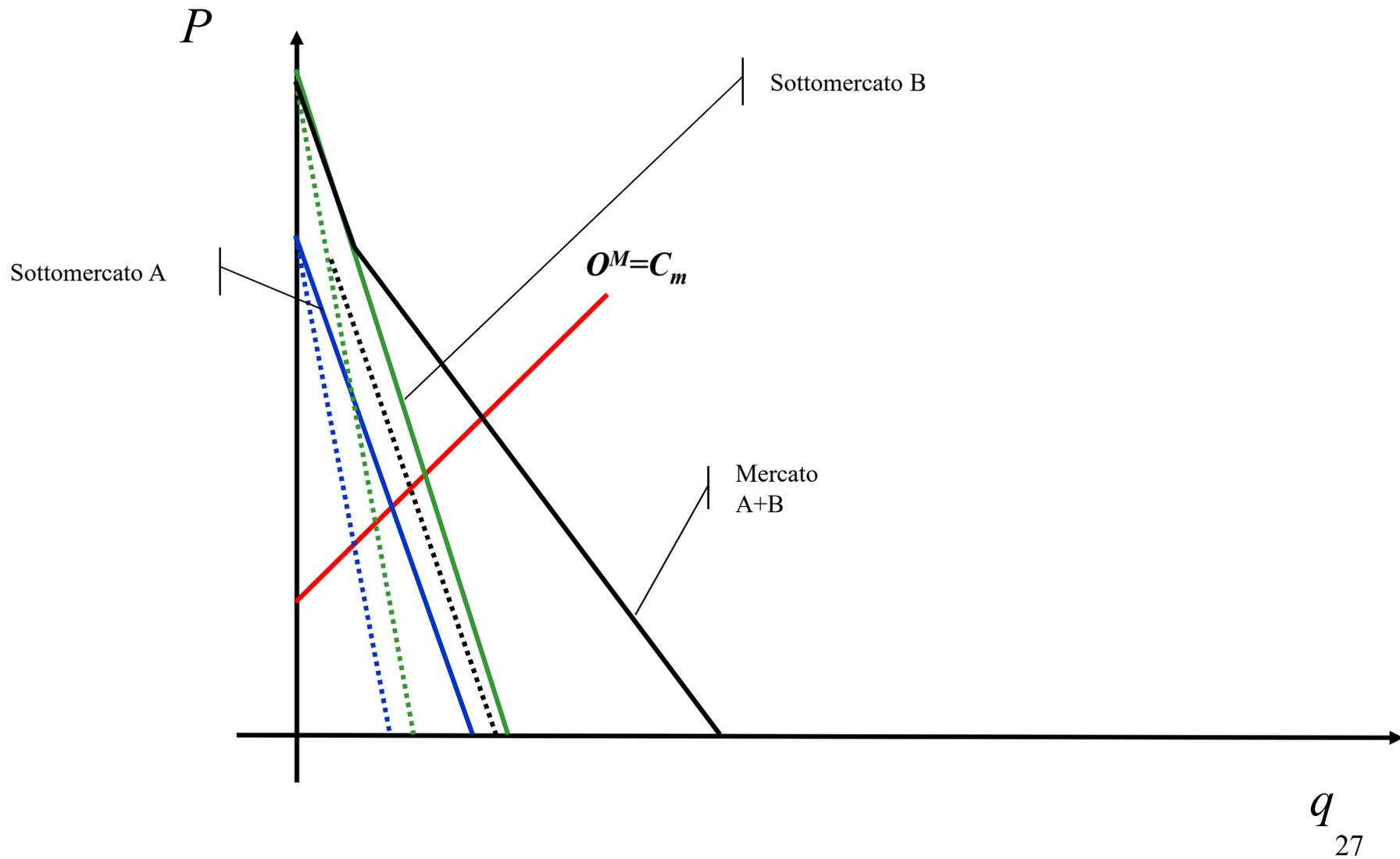
I monopoli con discriminazione di prezzo

Il monopolista, se ne ha la possibilità, tende a discriminare (differenziare) il prezzo per massimizzare i suoi profitti.

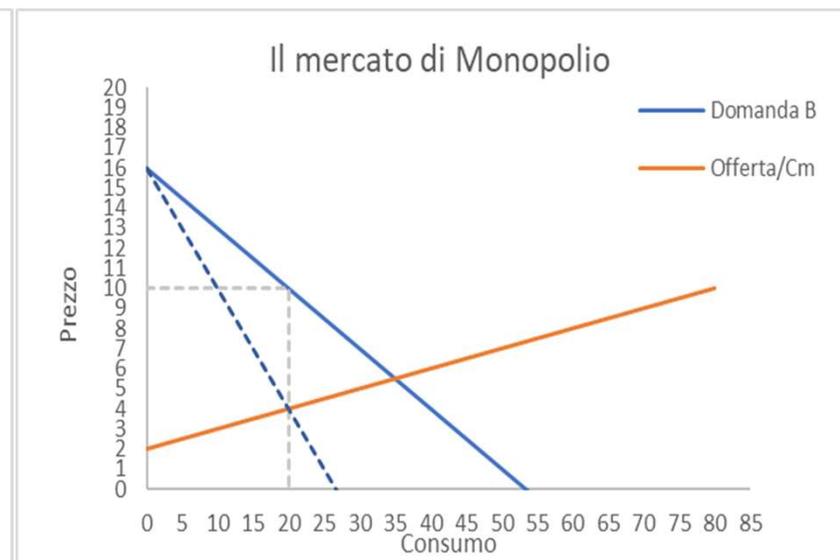
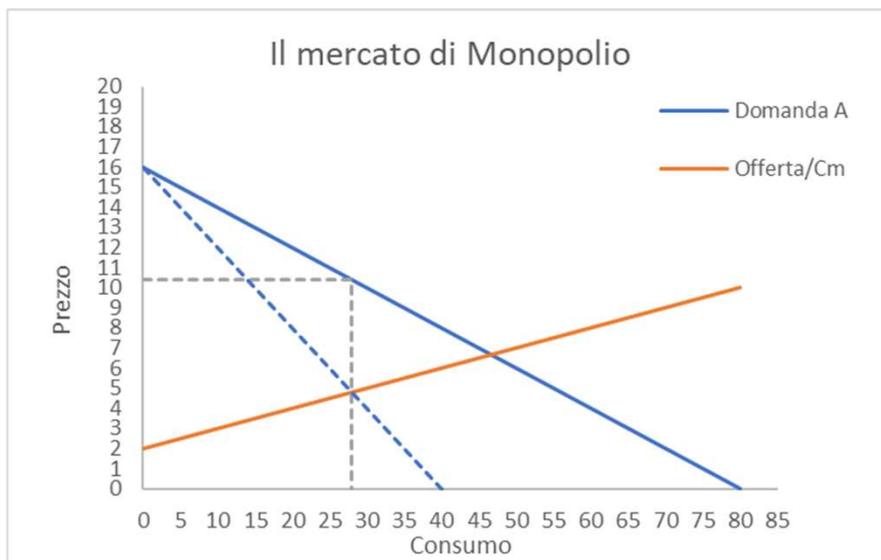
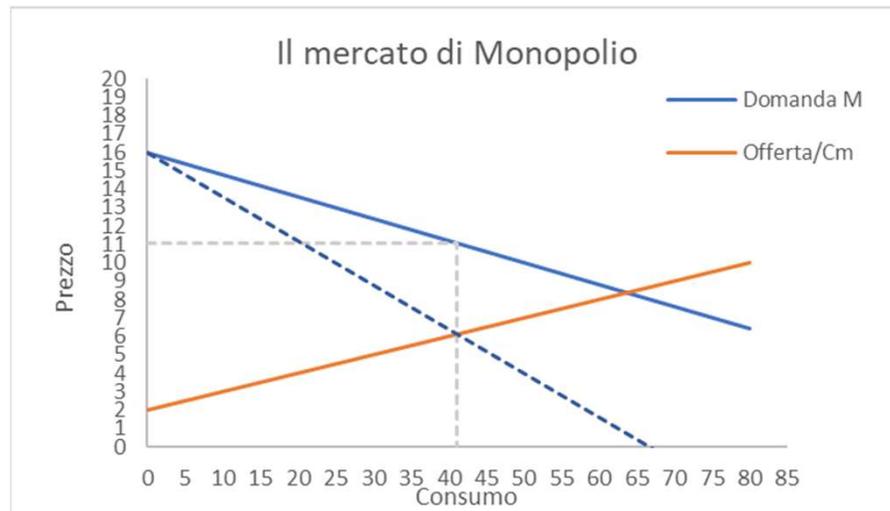
Strategie di differenziazione:

- *Primo grado*: il prezzo del bene/servizio è discriminato in funzione della disponibilità a pagare/reddito della domanda (prestazioni professionali, negoziazione da parte di un bravo venditore);
- *Secondo grado*: sconti sulla quantità acquistata (prezzi decrescenti in funzione della frazione acquistata);
- *Differenziazione apparente*: stesso prodotto e diversa confezione (tappo corona 4 €, tappo sughero raso 5 €, tappo sughero fungo 6 €);
- *Differenziazione temporale*: tariffa aeree crescenti con l'avvicinarsi della data di partenza; prime e seconde visioni; saldi con sconti crescenti nel tempo;
- *Tariffe a due componenti*; componente fissa più variabile a consumo.

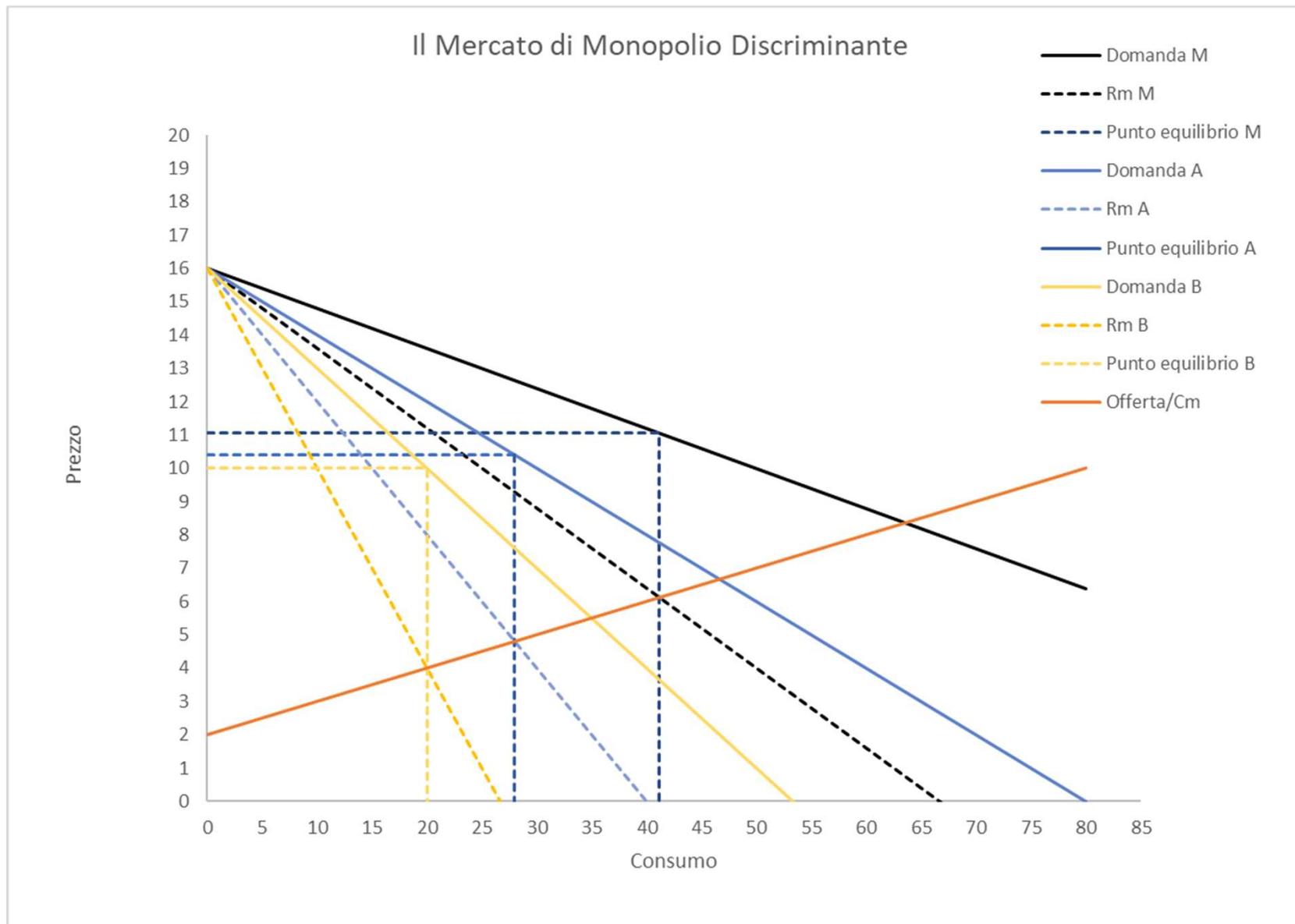
L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante



L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante



L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante



L'equilibrio del mercato di monopolio discriminante

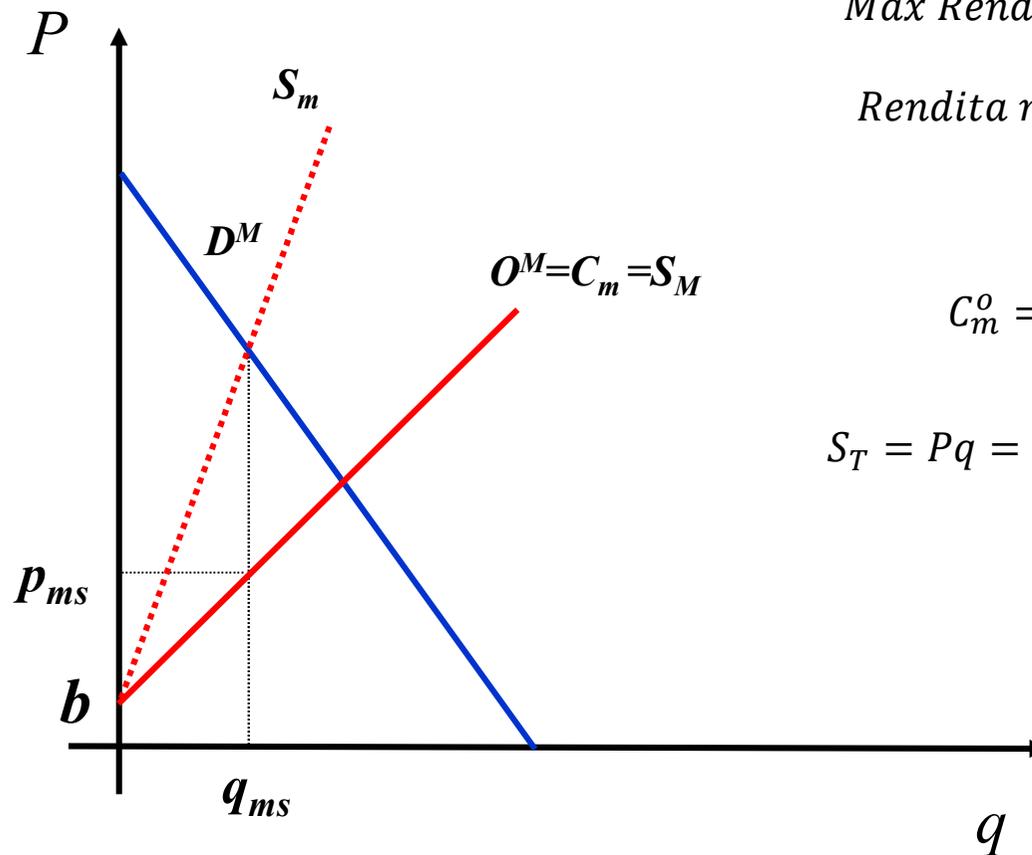
	A	B	A+B	M
DAP totale	370	260	630	557
Spesa Totale	291	200	491	455
Rendita consumatori	78	60	138	102
Ricavo totale	291	200	491	455
Costo totale	95	60	155	167
Rendita monopolista	196	140	336	288
Rendita totale	274,40	200,00	474,40	389,97

Il mercato di monopsonio

I prerequisiti:

1. Un solo acquirente e numerosi offerenti
2. L'acquirente ha la possibilità di stabilire il prezzo o la quantità domandata
3. Gli operatori agiscono edonisticamente
4. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità richieste)
5. L'accesso degli offerenti al mercato è libero

L'equilibrio del mercato di monopsonio



$$\text{Max Rendita} = DAP_T - S_T$$

$$\text{Rendita marginale} = 0$$

$$DAP_m = D^M = S_m$$

$$C_m^o = S_M^a = P = aq + b$$

$$S_T = Pq = (aq + b)q = aq^2 + bq$$

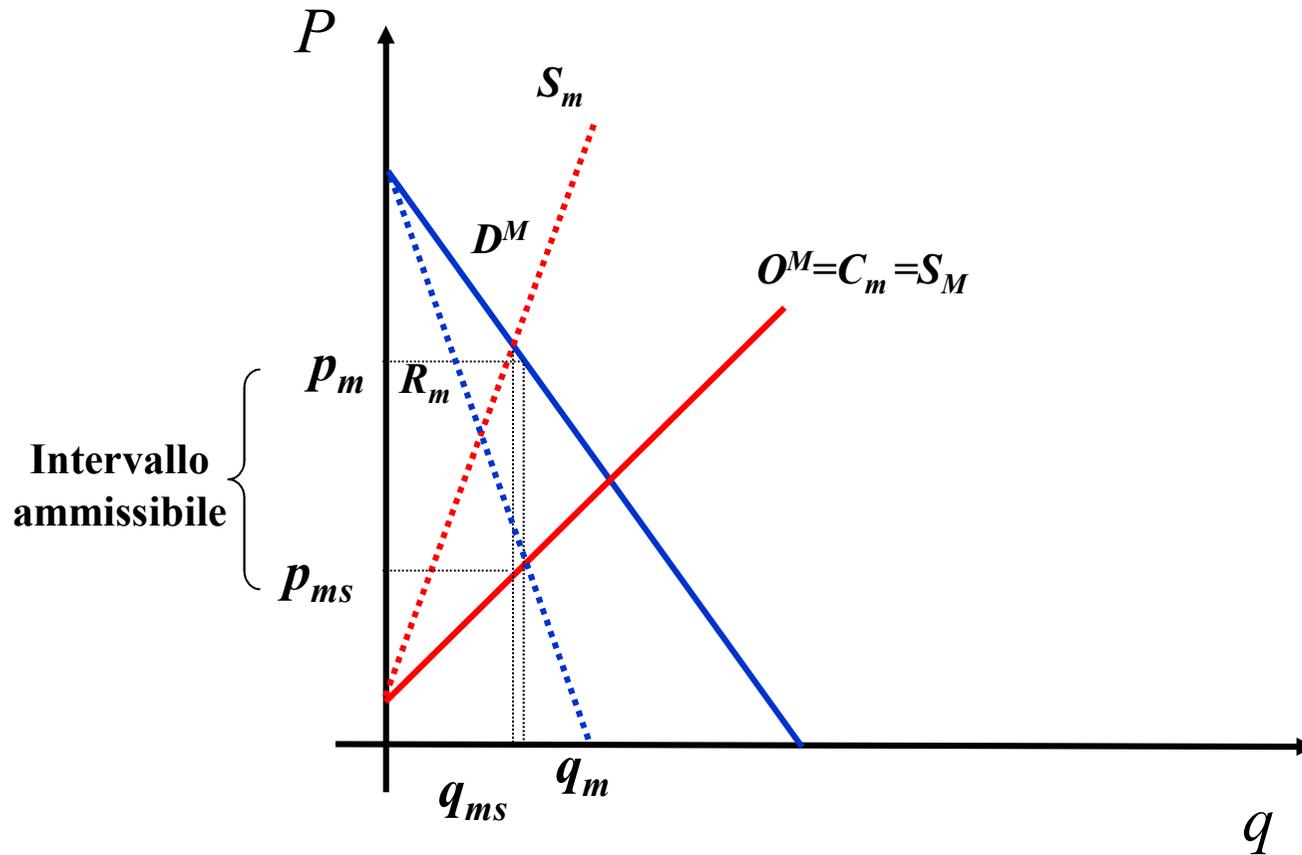
$$S_m = 2aq + b$$

Il monopolio bilaterale

I prerequisiti:

1. Un solo acquirente e un solo offerente
2. Gli operatori agiscono edonisticamente

L'equilibrio del monopolio bilaterale



L'oligopolio I°

I prerequisiti:

1. Pochi (minimo due) offerenti e numerosi acquirenti
2. Gli offerenti hanno la possibilità di influire sul prezzo o la quantità di mercato offerta
3. Gli operatori agiscono edonisticamente
4. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
5. L'accesso degli acquirenti al mercato è libero
6. L'accesso di nuovi offerenti è fortemente ostacolato

L'oligopolio II°

Tipi:

1. Puro
2. Differenziato

Genesi:

1. Economie di scala
2. Concentrazioni
3. Barriere all'ingresso
 1. marchi
 2. brevetti
 3. accesso limitato a risorse
 4. investimenti rilevanti

Teoria dei giochi scelte di duopolio

Teoria dei giochi: disciplina che studia le scelte in situazioni di interazione strategica dove il risultato ottenuto dalla scelta di un giocatore dipende dalle scelte dell'altro giocatore.

Gioco non cooperativo: gioco in cui ogni giocatore agisce in funzione del proprio interesse.

Gioco a informazione imperfetta: gioco dove ogni giocatore non conosce la scelta degli altri giocatori.

Strategia: insieme delle azioni messe in campo da un giocatore.

Risposta ottima: la scelta migliore in funzione di una scelta altrui.

Condizione di credibilità: una risposta è credibile se è nell'interesse del giocatore attuarla.

Strategia dominante: strategia che fornisce un risultato almeno pari a quello di qualsiasi altra strategia per qualsiasi altra strategia scelta dagli altri giocatori.

Equilibrio di Nash: situazione definita dalla combinazione delle strategie dominanti di tutti i giocatori cioè quando nessuno riesce a migliorare in maniera unilaterale il risultato della sua strategia.

Equilibrio perfetto: combinazione di strategie credibili che soddisfano la condizione di Nash

Il dilemma del duopolista

Scelte con informazione imperfetta

Aumento o non aumento la produzione in un mercato non saturo?

Matrice dei profitti di ciascun duopolista		Impresa B	
		Aumenta la produzione	Non aumenta la produzione
Impresa A	Aumenta la produzione	30	5
	Non aumenta la produzione	5	20

Matrice dei profitti totali del duopolio		Impresa B	
		Aumenta la produzione	Non aumenta la produzione
Impresa A	Aumenta la produzione	60 	35
	Non aumenta la produzione	35	40

Per entrambe le imprese la strategia dominante (e conveniente) è aumentare la produzione
Equilibrio di Nash!

Il dilemma del duopolista

Scelte con informazione imperfetta

Aumento o non aumento la produzione in un mercato saturo?

Matrice dei profitti di ciascun duopolista		Impresa B	
		Aumenta la produzione	Non aumenta la produzione
Impresa A	Aumenta la produzione	10	5
	Non aumenta la produzione	5	20

Matrice dei profitti totali del duopolio		Impresa B	
		Aumenta la produzione	Non aumenta la produzione
Impresa A	Aumenta la produzione	20 ←	35
	Non aumenta la produzione	35	40

Per entrambe le imprese la strategia dominante (anche se non conveniente) è aumentare la produzione
Equilibrio di Nash!

Il dilemma del duopolista

Scelte con informazione imperfetta
Aumento o non aumento la produzione?

Matrice dei profitti di ciascun duopolista		Impresa B	
		Aumenta la produzione	Non aumenta la produzione
Impresa A	Aumenta la produzione	10	20
	Non aumenta la produzione	20	50

Matrice dei profitti totali del duopolio		Impresa B	
		Aumenta la produzione	Non aumenta la produzione
Impresa A	Aumenta la produzione	20	80 ←
	Non aumenta la produzione	80 ←	100

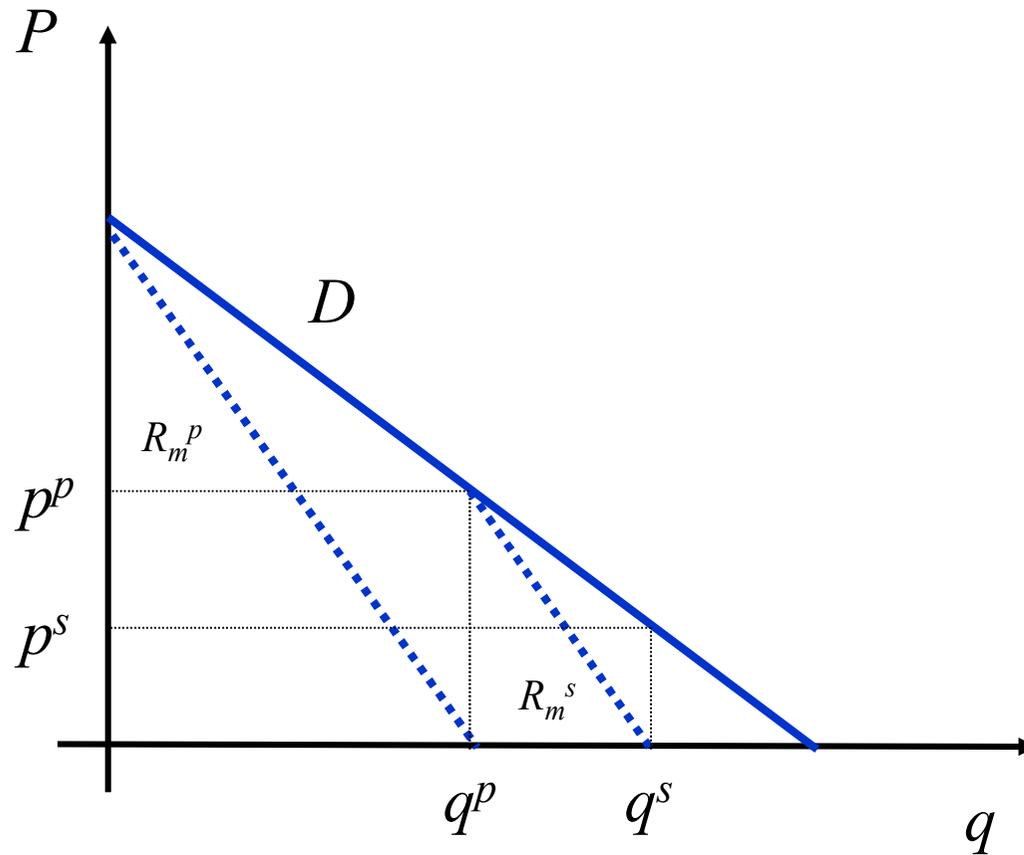
La strategia dominante di un'impresa dipende dalla scelta dell'altra
L'equilibrio di Nash è multiplo e sono entrambi perfetti poiché non
è credibile per ciascuna impresa cambiare strategia!

Duopolio non collusivo sequenziale

I prerequisiti:

1. Due offerenti che si dividono un mercato omogeneo;
2. L'offerta si rinnova ciclicamente a causa dei tempi di produzione;
3. L'offerta di ciascuna impresa al tempo t deve tener conto dell'offerta della concorrente al tempo $t-1$;
4. Due possibilità:
 1. Una impresa è dominante (vantaggio della prima mossa)
 2. Le due imprese sono ugualmente competitive

Duopolio non collusivo sequenziale ($Cv = 0$)



Duopolio non collusivo sequenziale e quote di mercato ($Cv = 0$)

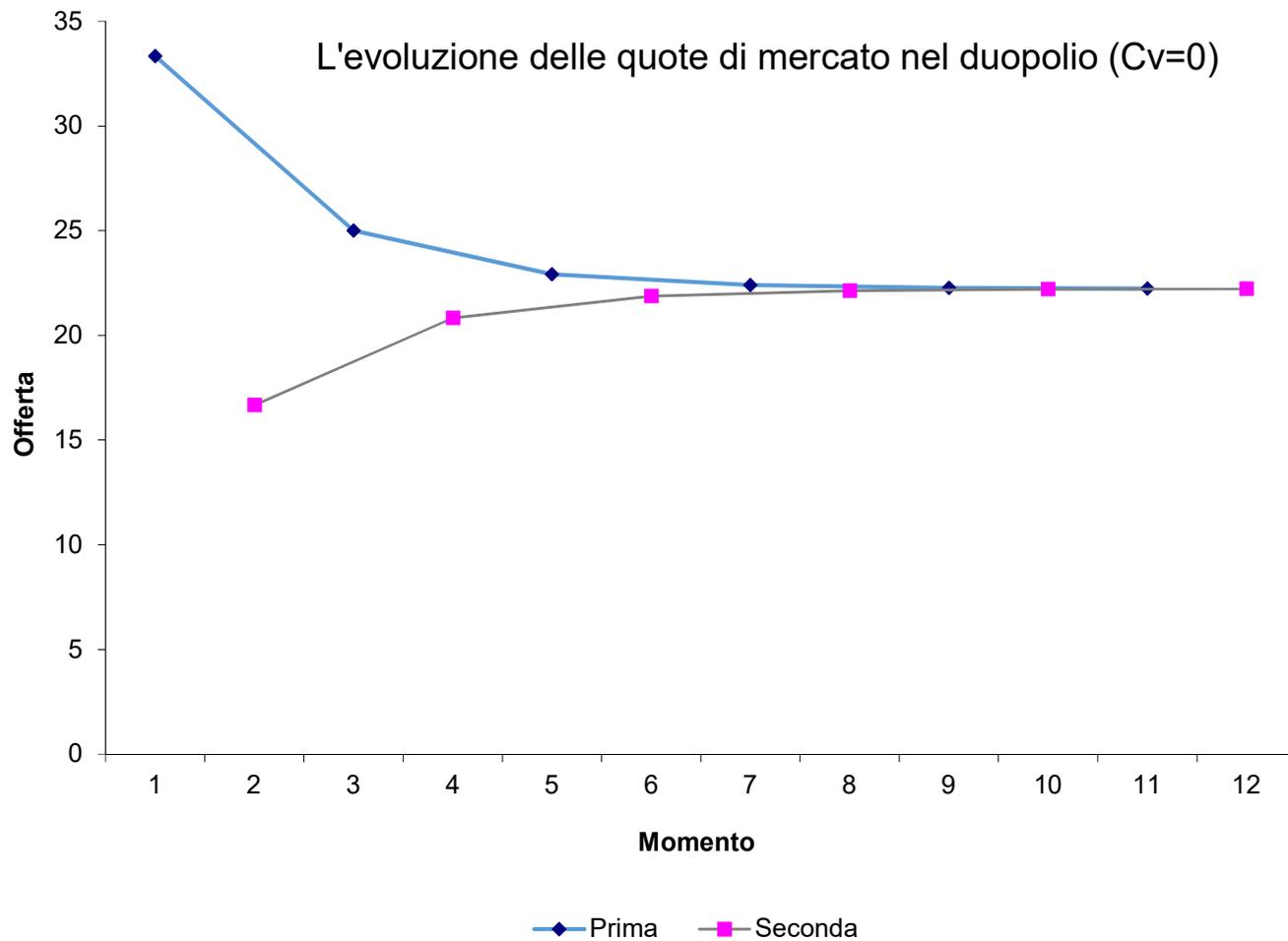
Momento	Prima impresa	Seconda impresa
1	$1/2$	
2		$1/2(1-1/2)=1/4$
3	$1/2(1-1/4)=3/8$	
4		$1/2(1-3/8)=5/16$
5	$1/2(1-5/16)=11/32$	
6		$1/2(1-11/32)=21/64$

Duopolio non collusivo sequenziale e quote e prezzi di mercato ($C_v = 0$)

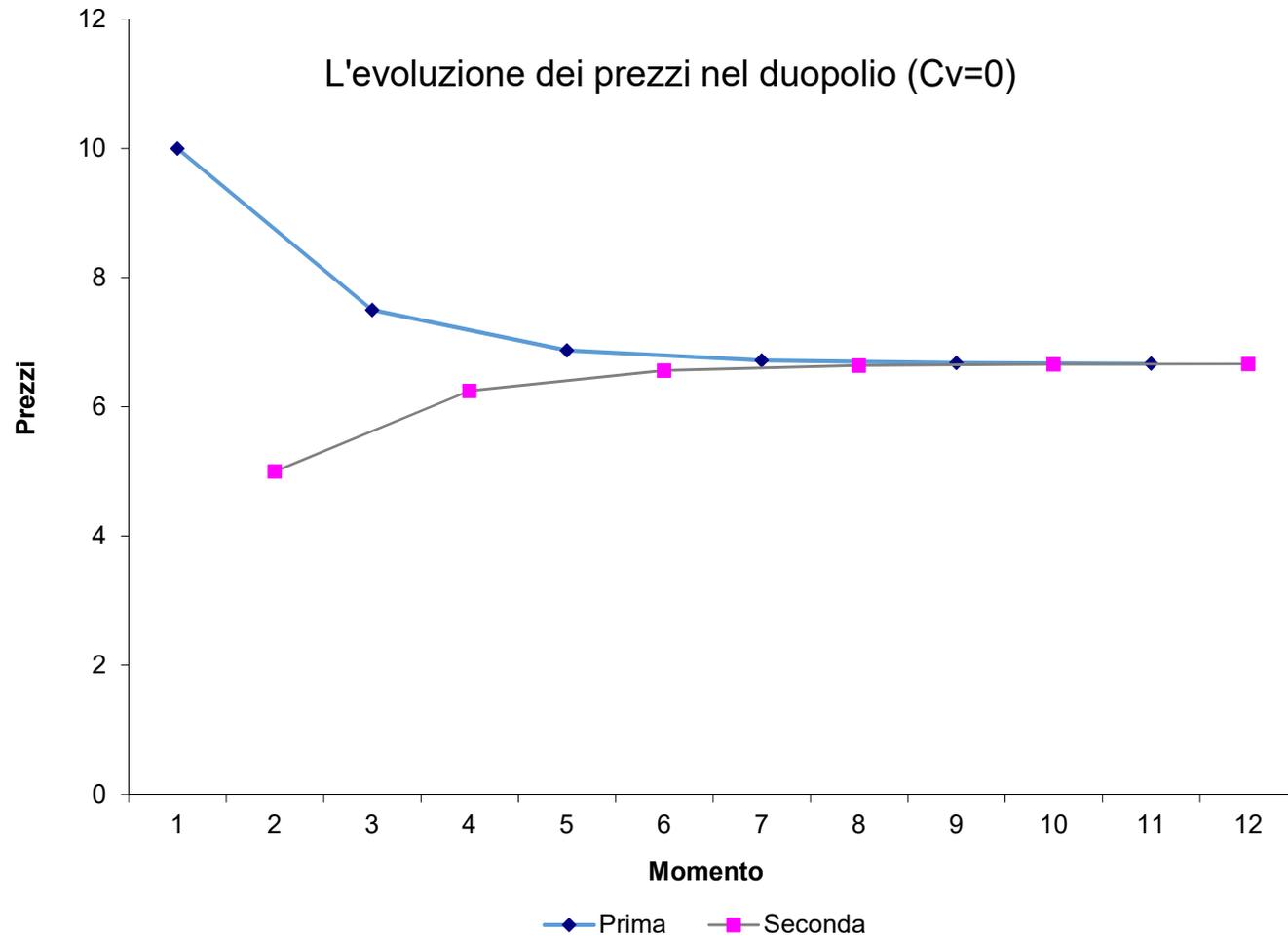
Funzione di domanda lineare	
Prezzo proibitivo	20,0
Pendenza	-0,3
Quantità massima domanda	66,7

Momento	Offerta impresa		Domanda insoddisfatta	Prezzo offerta impresa	
	Prima	Seconda		Prima	Seconda
1	33,3		33,3	10,0	
2		16,7	50,0		5,0
3	25,0		41,7	7,5	
4		20,8	45,8		6,3
5	22,9		43,8	6,9	
6		21,9	44,8		6,6
7	22,4		44,3	6,7	
8		22,1	44,5		6,6
9	22,3		44,4	6,7	
10		22,2	44,5		6,7
11	22,2		44,4	6,7	
12		22,2	44,4		6,7

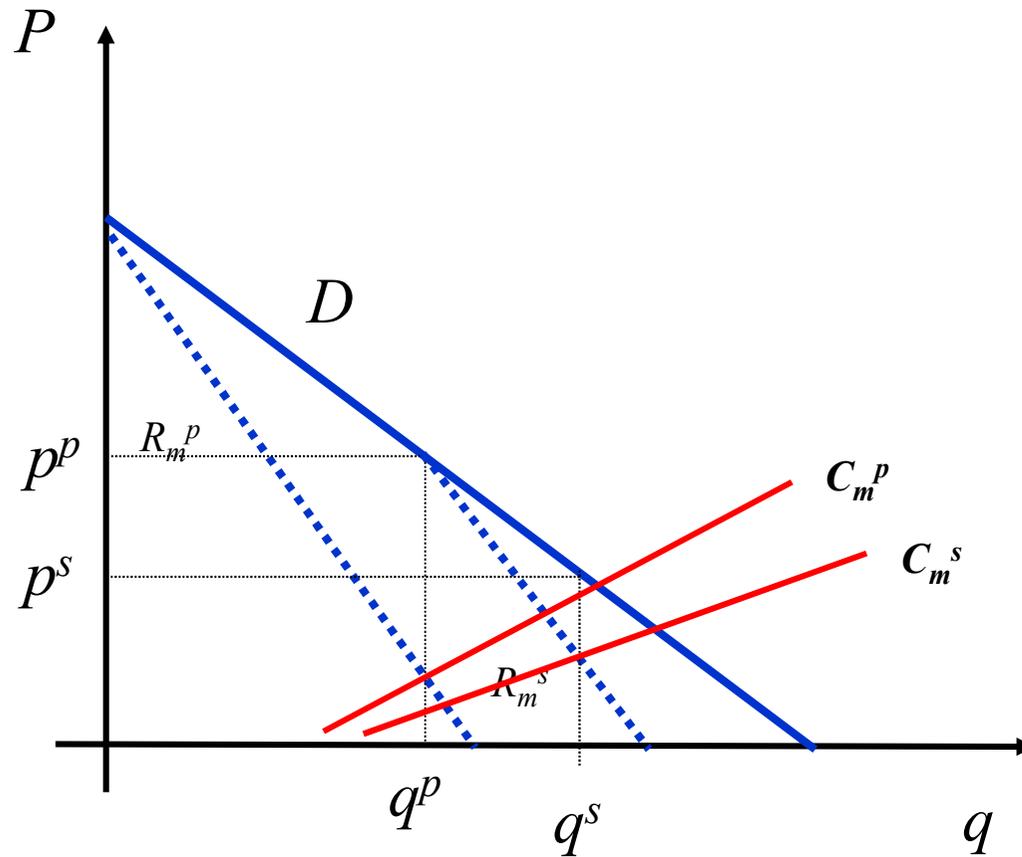
Duopolio non collusivo sequenziale e quote di mercato ($Cv = 0$)



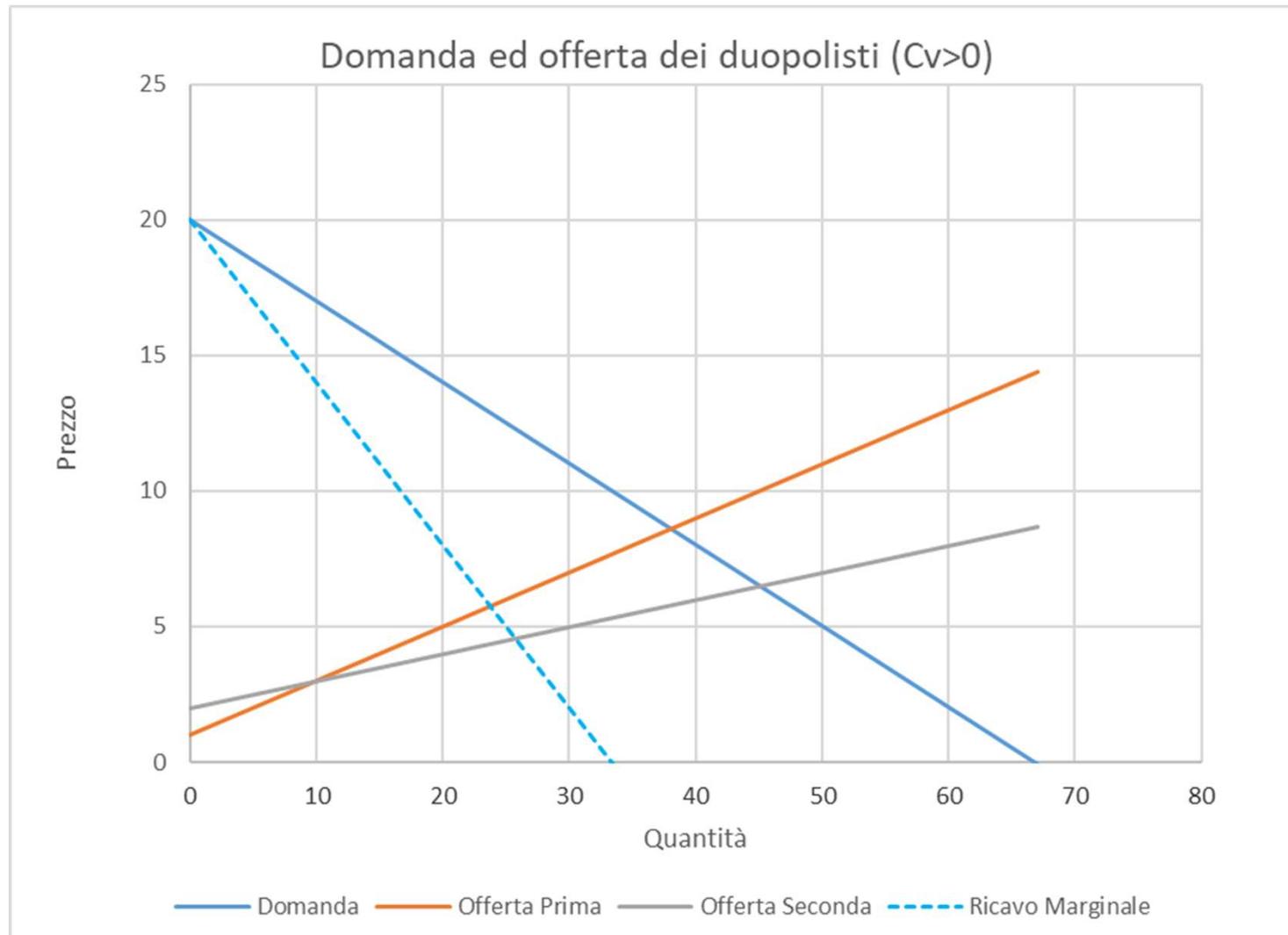
Duopolio non collusivo sequenziale e prezzi ($C_t = 0$)



Duopolio non collusivo sequenziale ($C_v > 0$)



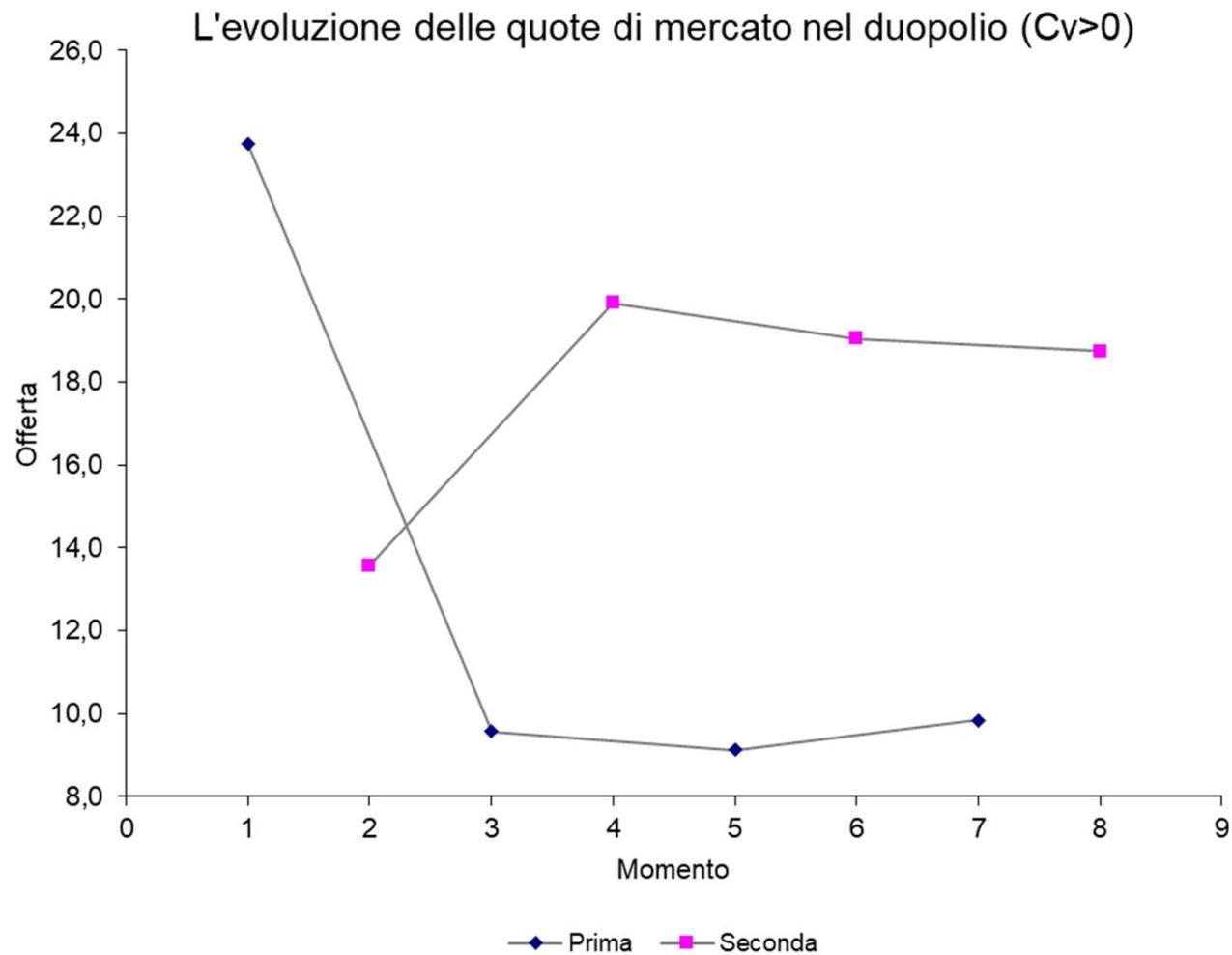
Duopolio non collusivo sequenziale ($C_v > 0$)



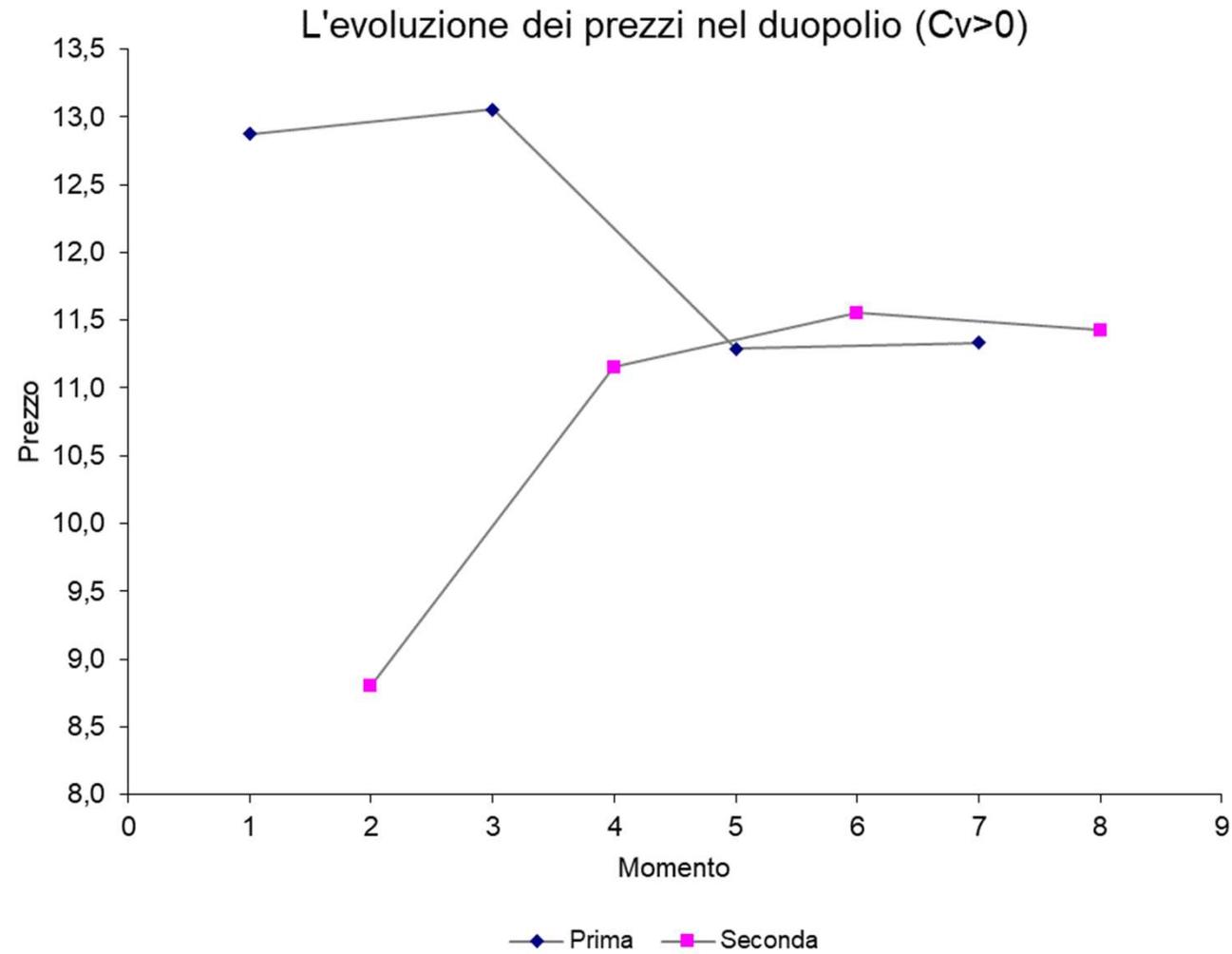
Duopolio non collusivo sequenziale ($Cv > 0$)

Tornata	Quantità		Prezzo		Ricavi	
	Prima	Seconda	Prima	Seconda	Prima	Seconda
1	23,8		12,9		305,8	
2		13,6		8,8		119,5
3	9,6		13,1		125,0	
4		19,9		11,2		222,1
5	9,1		11,3		102,9	
6		19,1		11,6		220,0
7	9,8		11,3		111,5	
8		18,7		11,4		214,1

Duopolio non collusivo sequenziale ($C > 0$)



Duopolio non collusivo sequenziale ($C_v > 0$)



Duopolio ed equilibrio di Nash-Cournot

Ipotesi di base:

- Sul mercato agiscono due imprese
- Le due imprese offrono una merce omogenea
- La funzione di domanda di mercato è unica
- Le due imprese competono sul mercato rispetto alla quantità offerta
- Ciascuna delle due imprese sceglie la quantità che massimizza il profitto eguagliando il suo ricavo marginale con il suo costo marginale in funzione della quantità offerta dall'altra impresa (domanda residuale)
- Ciascuna impresa sceglie la quantità ipotizzando che l'altra impresa non vari la produzione

Duopolio ed equilibrio di Nash-Cournot

La funzione di domanda di mercato

$$P = a(q_1 + q_2) + b$$

Si prenda in considerazione il ricavo totale della prima impresa

$$R_{T1} = P \cdot q_1 = [a(q_1 + q_2) + b] \cdot q_1$$

$$R_{T1} = aq_1^2 + aq_1q_2 + bq_1$$

$$R_{m1} = 2aq_1 + aq_2 + b$$

$$\pi_{m1} = 2aq_1 + aq_2 + b - C_{m1} = 0$$

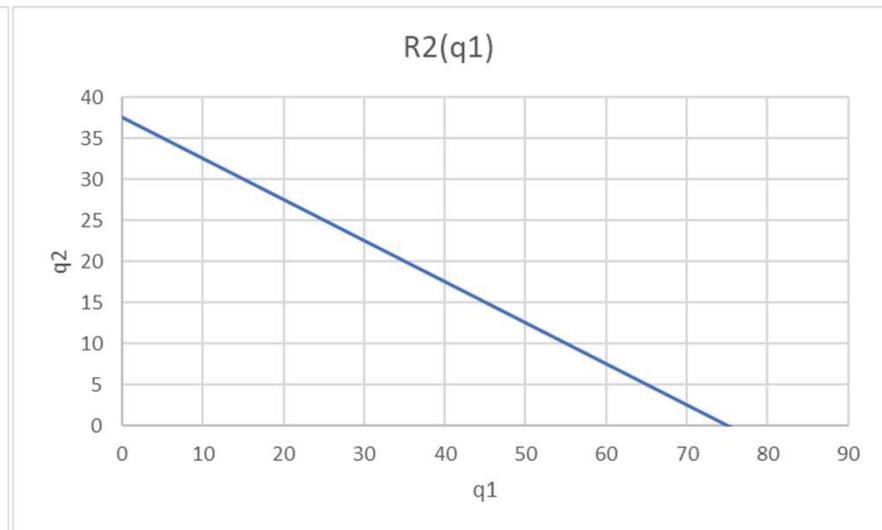
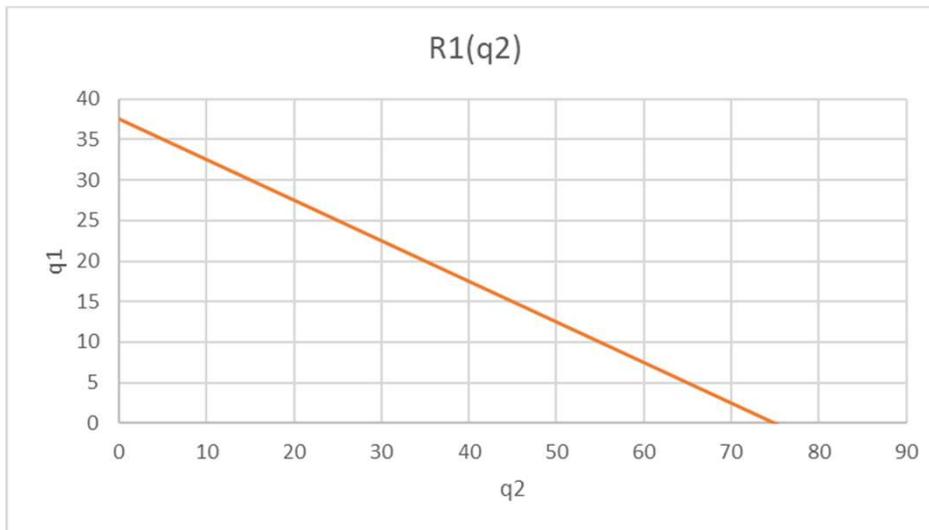
$$q_1 = \frac{C_{m1} - aq_2 - b}{2a}$$

Duopolio ed equilibrio di Nash-Cournot

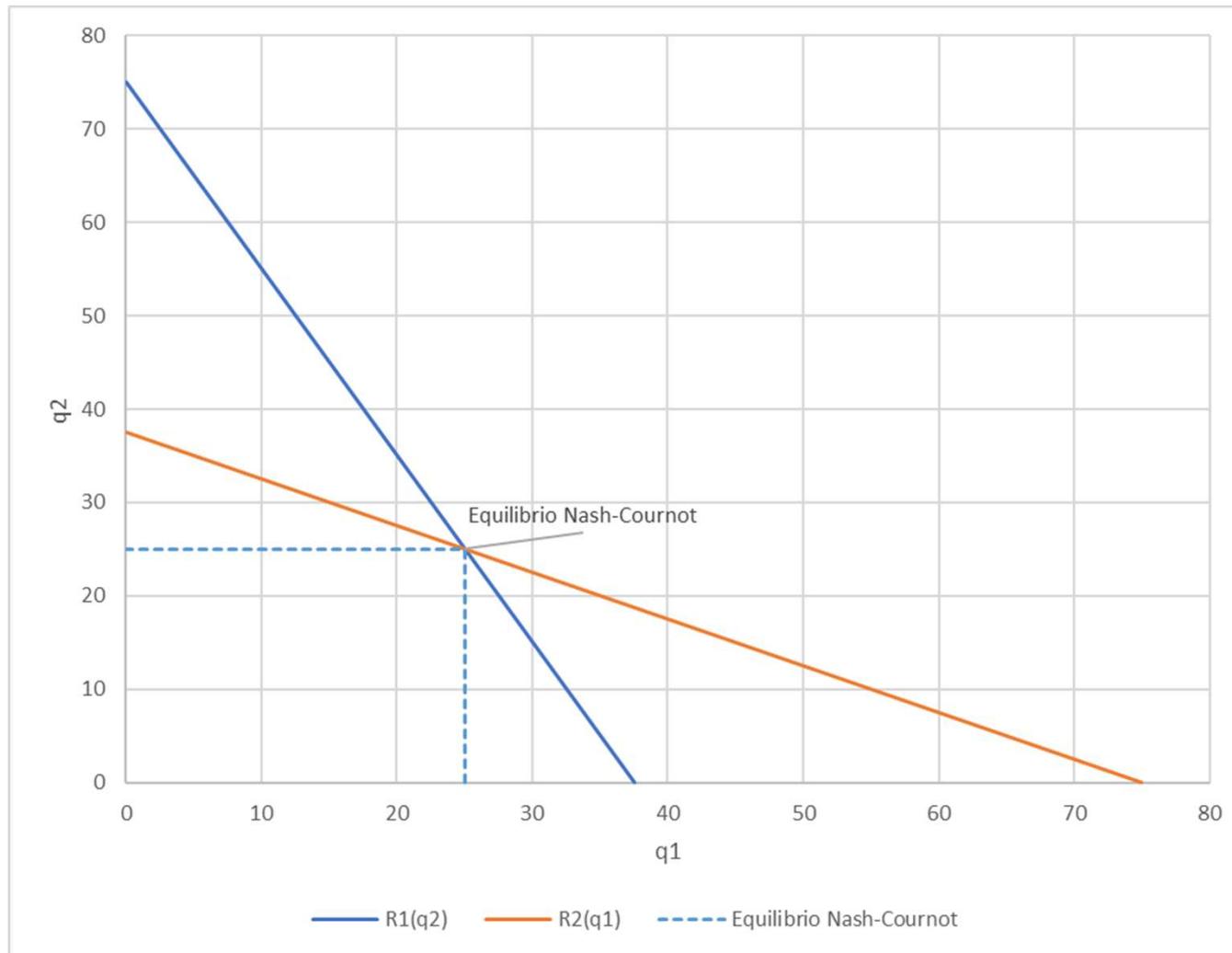
Le funzioni di reazione (R) delle due imprese

$$R_1(q_2): q_1 = \frac{C_{m1} - aq_2 - b}{2a}$$

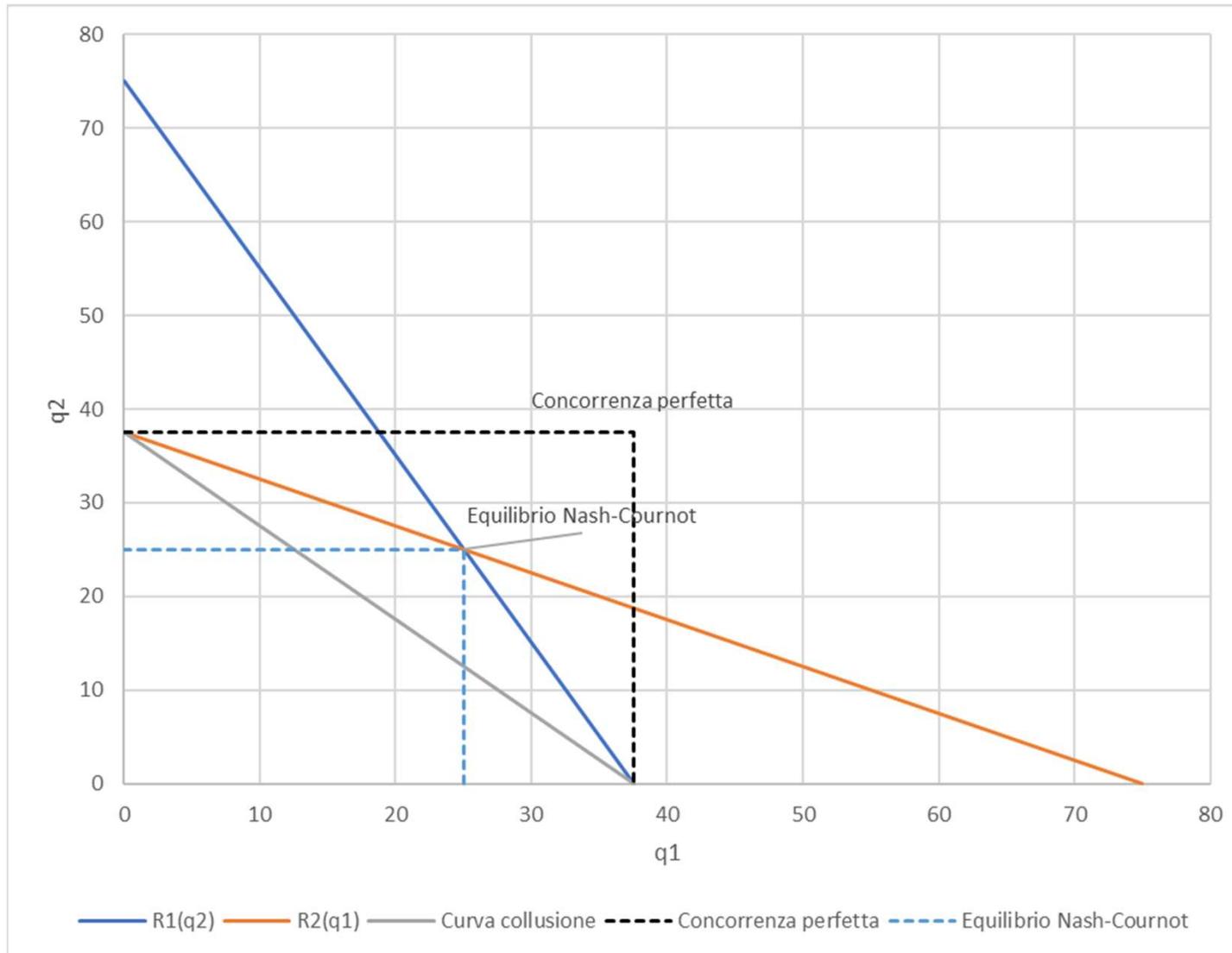
$$R_2(q_1): q_2 = \frac{C_{m2} - aq_1 - b}{2a}$$



Duopolio ed equilibrio di Nash-Cournot



Duopolio, Nash-Cournot e Collusione

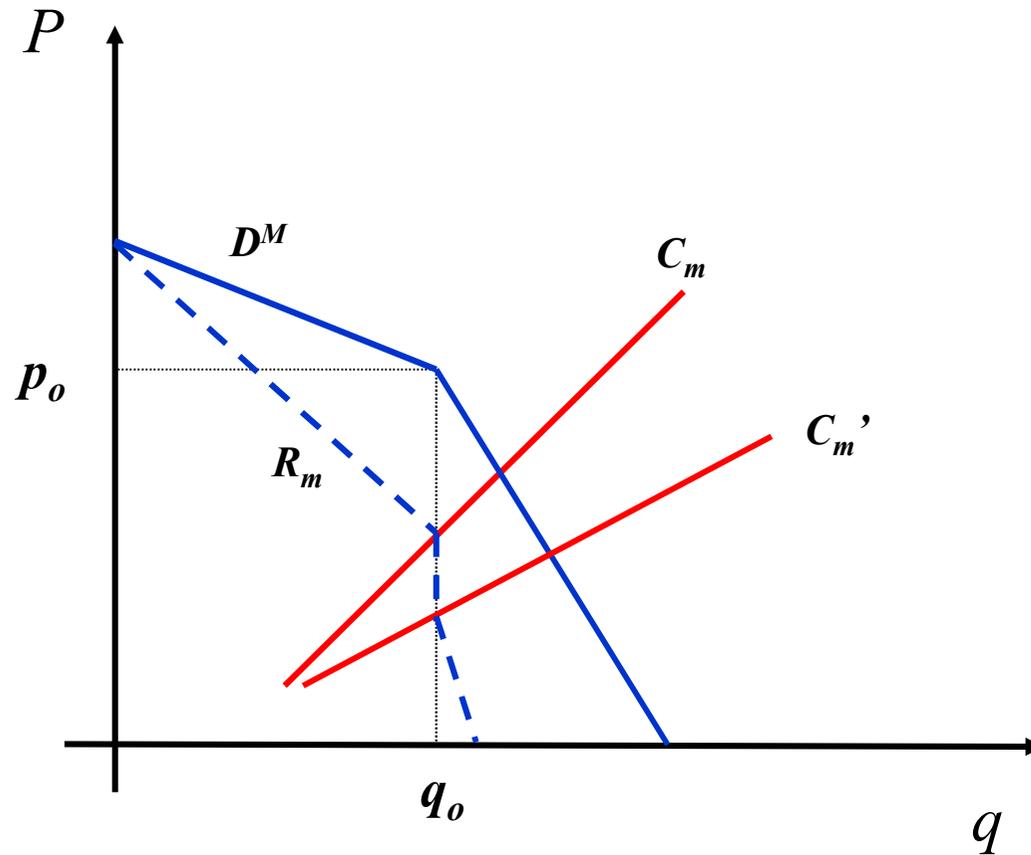


L'equilibrio di Bertrand nel duopolio

Ipotesi di base:

- Sul mercato agiscono due imprese
- Le due imprese offrono una merce perfettamente omogenea
- **Le due imprese competono sul mercato rispetto al prezzo**
- Ciascuna delle due imprese sceglie il prezzo che massimizza il profitto eguagliando il suo ricavo marginale con il suo costo marginale in funzione del prezzo praticato dall'altra impresa (domanda residuale)
- **Ciascuna impresa sceglie il prezzo ipotizzando (sbagliando) che l'altra impresa non vari il suo prezzo**
- La competizione sul prezzo porta ad un equilibrio concorrenziale ($P=Cm$)
- Un certo grado di collusione porta a profitti positivi

La stabilità del prezzo nell'oligopolio



L'equilibrio nel duopolio differenziato

Ipotesi di base:

- Sul mercato agiscono due imprese
- Le due imprese offrono una merce non omogenea ma con un certo grado di sostituibilità
- **Le due imprese competono sul mercato rispetto al prezzo**
- Ciascuna delle due imprese sceglie il prezzo che massimizza il profitto eguagliando il suo ricavo marginale con il suo costo marginale in funzione del prezzo praticato dall'altra impresa (domanda residuale)
- Ciascuna impresa sceglie il prezzo ipotizzando che l'altra impresa non vari il suo prezzo

L'equilibrio nel duopolio differenziato

Due funzioni di domanda di mercato

$$P_1 = a_1 q_1 + b_1 + \varepsilon_{12} P_2 \qquad q_1 = \frac{P_1 - b_1 - \varepsilon_{12} P_2}{a_1}$$

$$R_{T1} = P_1 \frac{P_1 - b_1 - \varepsilon_{12} P_2}{a_1} = \frac{P_1^2 - b_1 P_1 - \varepsilon_{12} P_1 P_2}{a_1}$$

$$R_{m1} = \frac{2P_1 - b_1 - \varepsilon_{12} P_2}{a_1} = C_{m1}$$

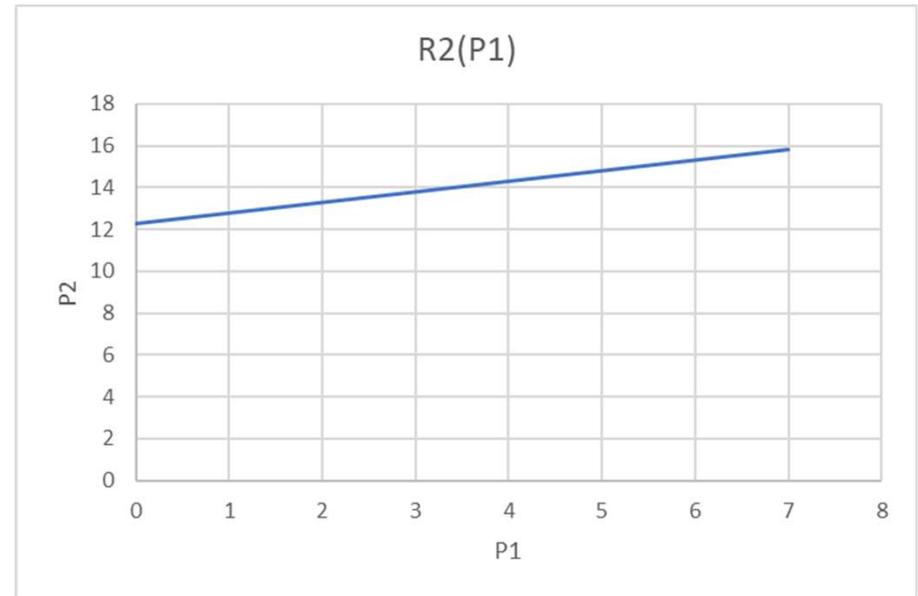
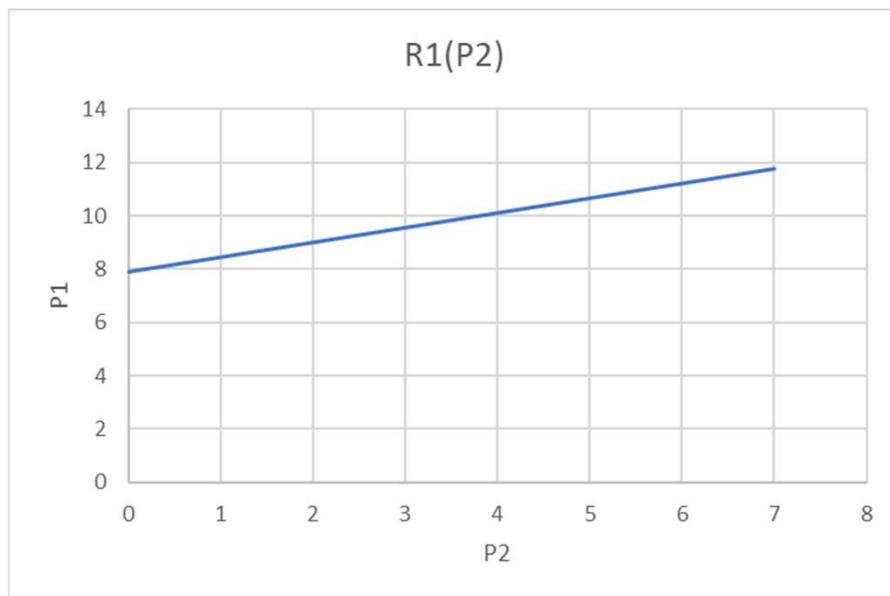
$$P_1 = \frac{b_1 + \varepsilon_{12} P_2 - a_1 C_{m1}}{2}$$

L'equilibrio nel duopolio differenziato

Le funzioni di reazione $[R(P)]$ delle due imprese

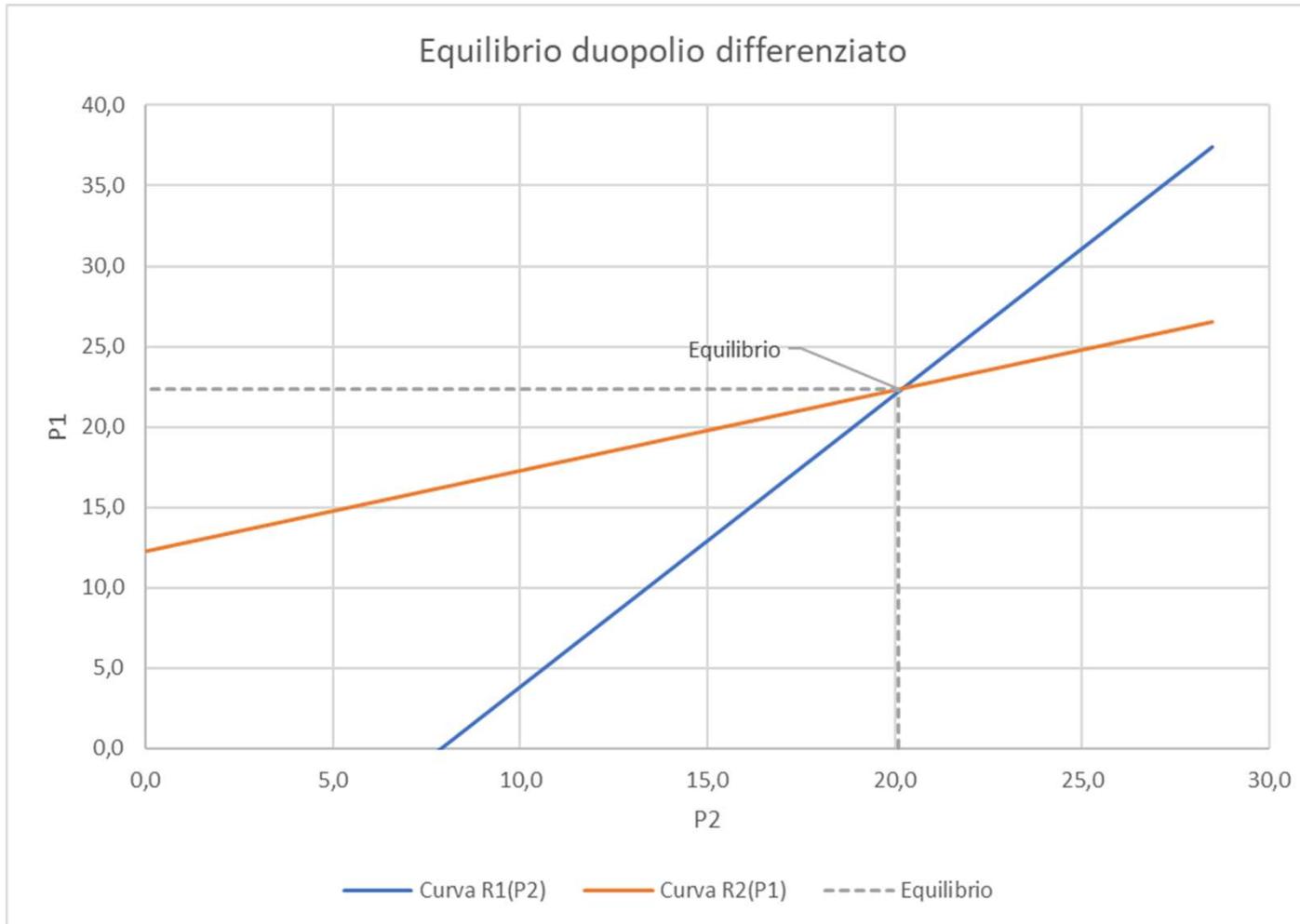
$$R_1(P_2): P_1 = \frac{b_1 + \varepsilon_{12}P_2 + a_1C_{m1}}{2}$$

$$R_2(P_1): P_2 = \frac{b_2 + \varepsilon_{21}P_1 + a_2C_{m2}}{2}$$



L'equilibrio nel duopolio differenziato

Le funzioni di reazione $[R(P)]$ delle due imprese



Gli effetti dell'oligopolio

Rispetto alla libera concorrenza:

- Prezzi alti
- Quantità contenute
- Profitti elevati
- Espansione della domanda senza aumenti nei prezzi

Le strategie dell'impresa oligopolistica:

1. Ridurre i costi di produzione
2. Investire in ricerca e sviluppo
3. Formare coalizioni (orizzontali e verticali)
 1. Cartelli
 2. Corner
 3. Pool
 4. Trust
 5. Ecc.

Il mercato di concorrenza monopolistica I°

I prerequisiti:

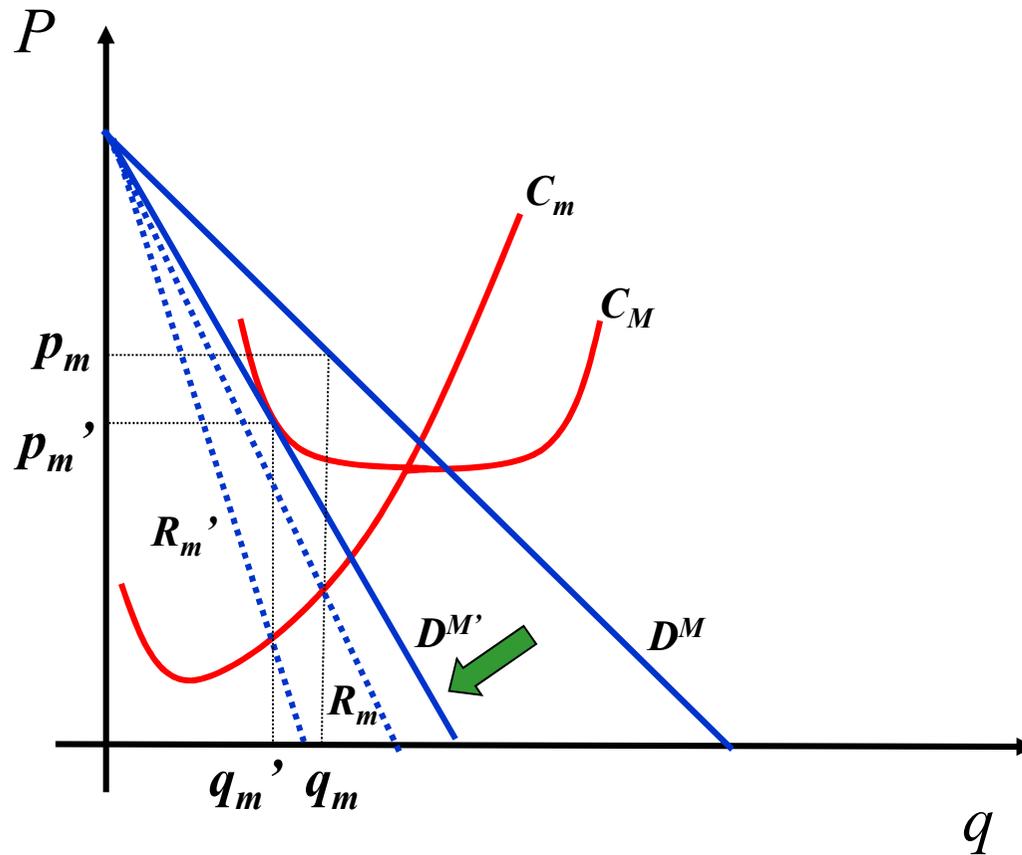
1. Imprese aggregabili in gruppi e numerosi acquirenti
2. La merce offerta è simile ma non identica (sostituibile)
3. Non vi sono barriere legali all'ingresso di nuovi offerenti
4. Non vi sono comportamenti collusivi
5. Ogni impresa è monopolista per il proprio prodotto
6. Gli operatori agiscono edonisticamente
7. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
8. L'accesso al mercato è libero

Il mercato di concorrenza monopolistica II°

Le caratteristiche:

- La domanda è più elastica che nel monopolio
- La domanda è più rigida che nella libera concorrenza
- La singola impresa nel breve periodo può comportarsi da monopolista
- Se non innova vi è un'erosione della sua domanda e si avvia verso una situazione concorrenziale

La dinamica della concorrenza monopolistica



Il mercato di concorrenza monopolistica III°

Le strategie dell'impresa in concorrenza monopolistica

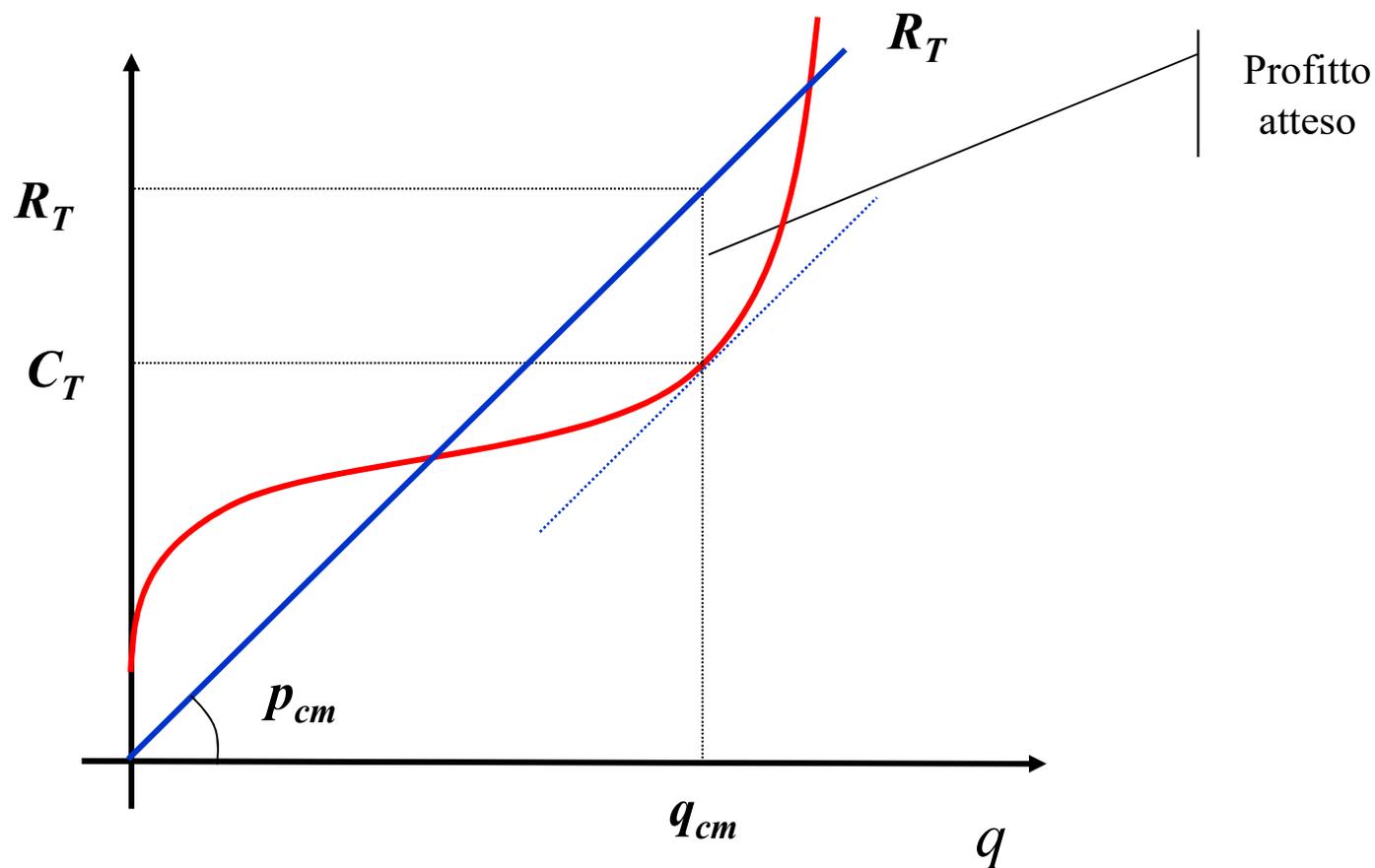
1. Mantenere una posizione di monopolio mediante
 1. Investire in ricerca e sviluppo
 2. Differenziazione di prodotto
 3. Pubblicità

2. Fissa il prezzo con criterio del costo pieno

Il mercato di concorrenza monopolistica III°

Il criterio del costo pieno

$$\text{Costo pieno} = \text{Costo totale} + \text{Profitto atteso} = \text{Ricavo totale}$$



Il mercato dei fattori della produzione

		Offerta (Fornitori)		
		Molti fornitori	Pochi fornitori	Un solo fornitore
Domanda (Acquirenti)	Molti	Concorrenza libera (Borsa merci)	Oligopolio (Brevetti sostituibili)	Monopolio (Brevetto insostituibile)
	Pochi	Oligopsonio (Prodotti agricoli da trasformare)	Oligopolio bilaterale (Grandi opere di costruzione)	Quasi monopolio (Tecnologia militare di punta)
	Uno	Monopsonio (Componentistica ordinaria)	Quasi monopsonio (Componentistica speciale)	Monopolio bilaterale (Tecnologia militare esclusiva)

Il mercato del lavoro

Per mercato del lavoro si intende l'insieme dei meccanismi che regolano l'incontro tra i posti di lavoro vacanti (imprese) e le persone in cerca di occupazione (lavoratori) e che formano i salari pagati dalle imprese ai lavoratori.

Esistono due approcci a questa disciplina:

- Economico che si basa sul meccanismo di mercato di domanda/offerta che regola lo scambio di lavoro in maniera sostanzialmente analoga a qualsiasi altra merce.
- Sociologico/Giuridico che si focalizza invece sui meccanismi istituzionali che regolano lo scambio di lavoro (contratti).

Il mercato del lavoro

Il mercato del lavoro è molto importante poiché:

- determina la quantità di lavoro ceduto dalle famiglie (offerta) ed il tempo libero;
- Il prezzo del lavoro (salario) e i redditi delle famiglie;
- La capacità di spesa delle famiglie (ricavi delle imprese)
- Possiede un elevato impatto sociale (autunno caldo fine anni '60).

Il costo del lavoro include:

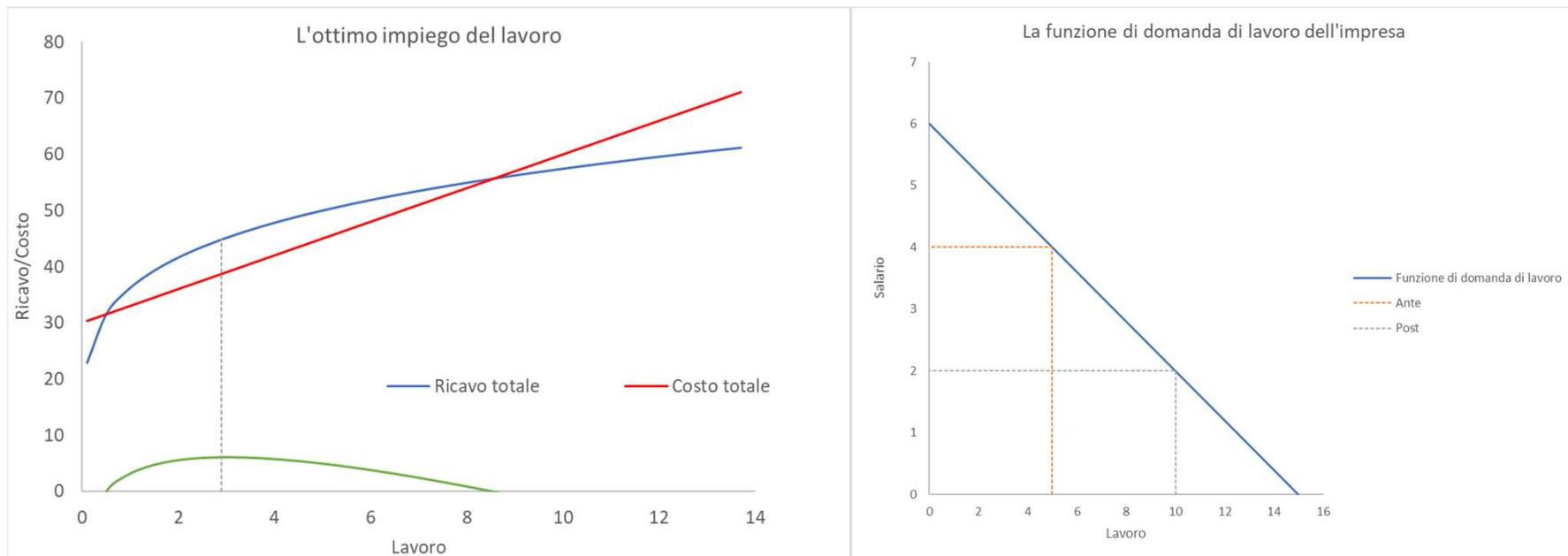
- il salario al lordo delle imposte;
- I contributi per l'assistenza sanitaria;
- I contributi pensionistici.

Italia i contributi sono pari a un terzo del totale del salario e pesa sui conti aziendali ma non entra nel reddito disponibile delle famiglie.

Il mercato del lavoro

La domanda di lavoro:

- La domanda di lavoro è formulata dal sistema delle imprese;
- La domanda di lavoro delle imprese è una domanda derivata e determinata dalla massimizzazione del profitto rispetto alla quantità di lavoro immessa nella produzione.



Il mercato del lavoro

L'offerta di lavoro:

- L'offerta di lavoro è espressa dalle famiglie/lavoratori ed è libera (non schiavitù) e dipende dalle preferenze individuali;
- Le persone hanno una disponibilità di tempo predefinita e, forse, preferirebbero avere più tempo libero;
- La decisione su quanto lavorare dipende dal costo opportunità del tempo libero pari al sacrificio patito per non goderne;
- Viceversa, la decisione sul tempo libero dipende il costo opportunità del lavoro pari al salario che si sarebbe percepito lavorando.

Il mercato del lavoro

L'offerta di lavoro è condizionata dall'effetto di sostituzione e di reddito della variazione di salario.

Effetto di sostituzione sull'offerta di lavoro:

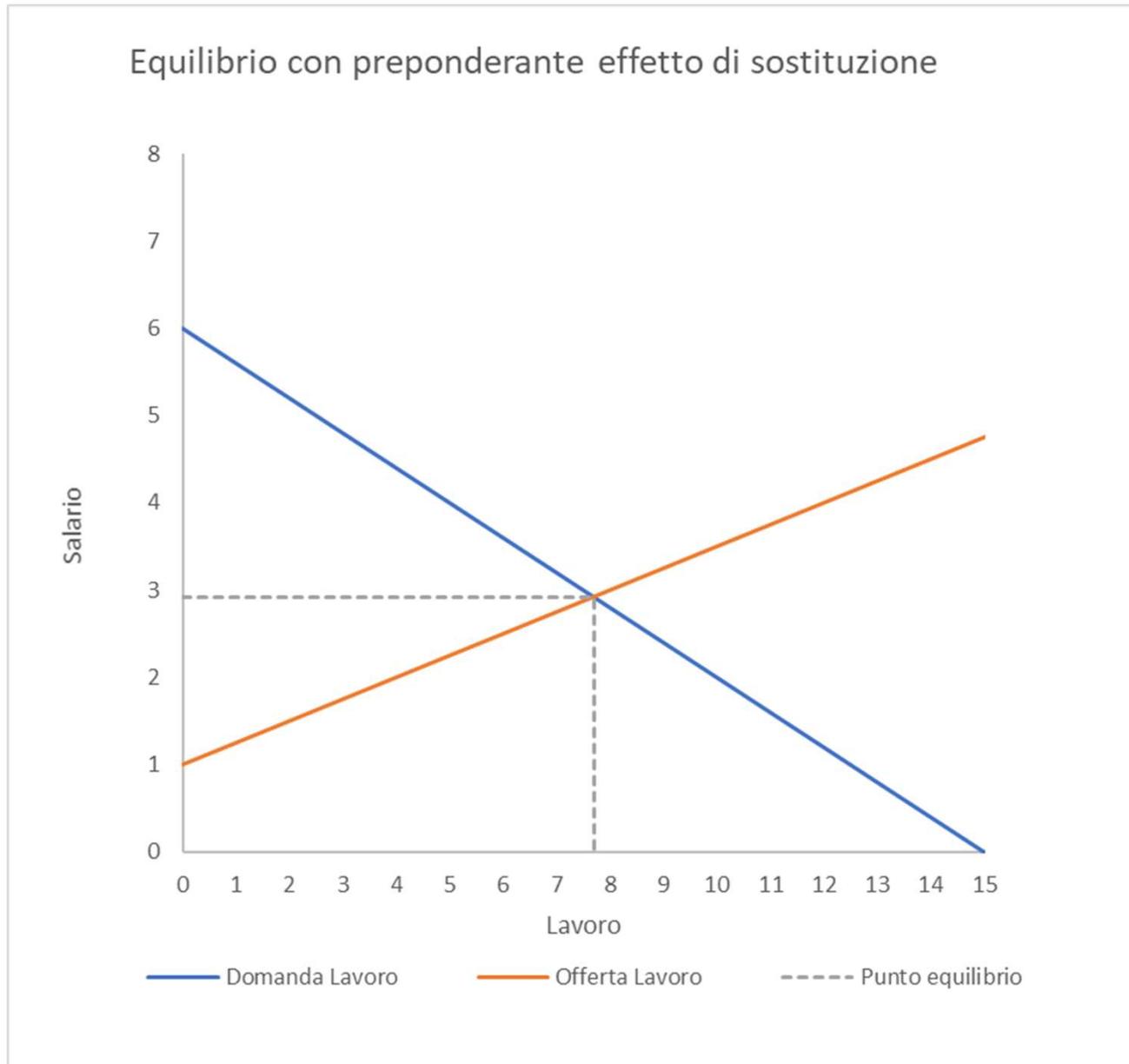
Maggiore sarà il salario più attraente sarà il lavorare poiché aumenta il reddito e la quantità di beni di consumo che si potranno acquistare.

Effetto di reddito sull'offerta di lavoro:

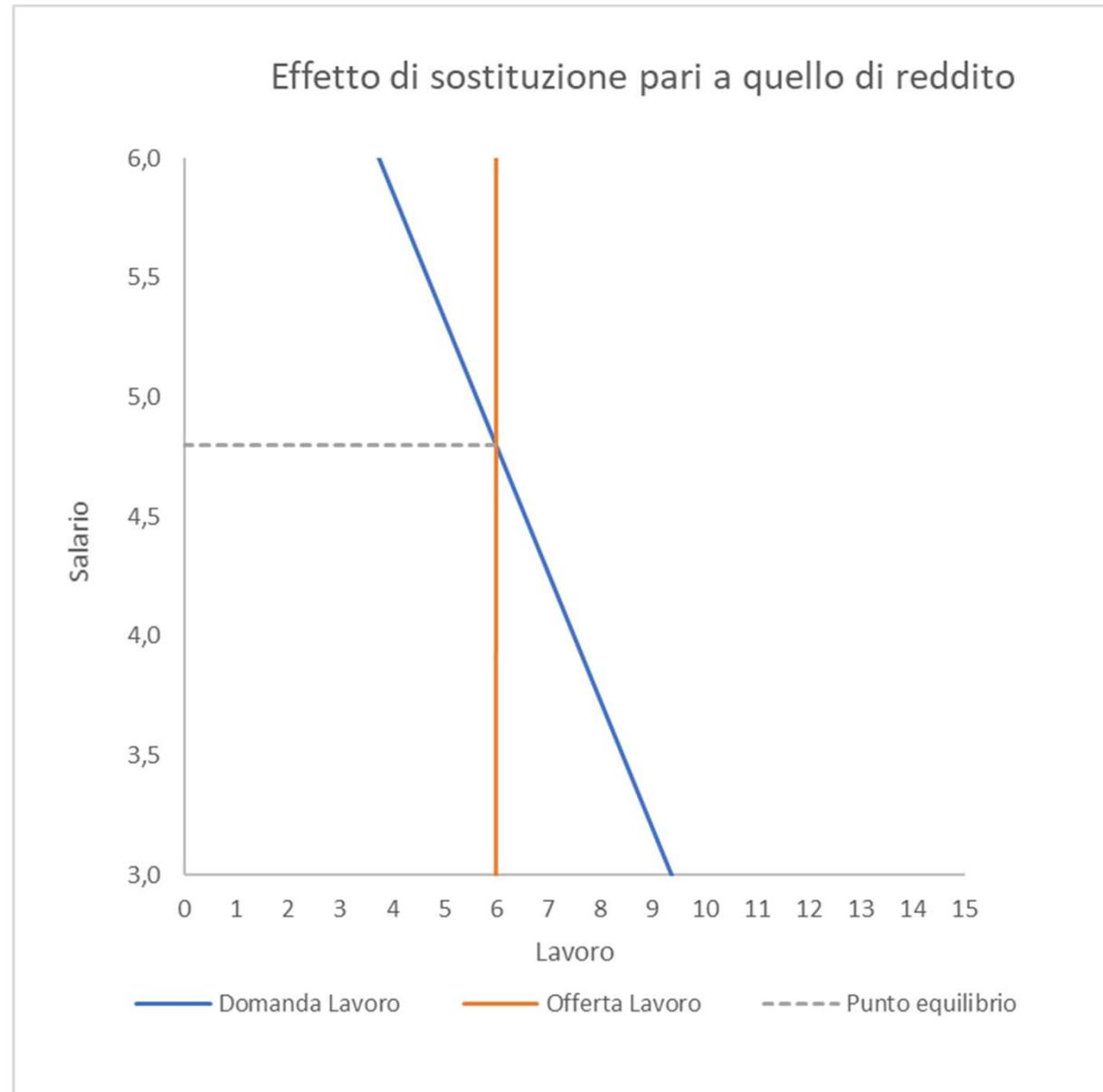
Maggiore è il salario, più il lavoratore apprezzerà il tempo libero e quindi aumenterà il costo opportunità del tempo impiegato lavorando.

Possiamo utilizzare i modelli di mercato teorici per studiare il mercato del lavoro.

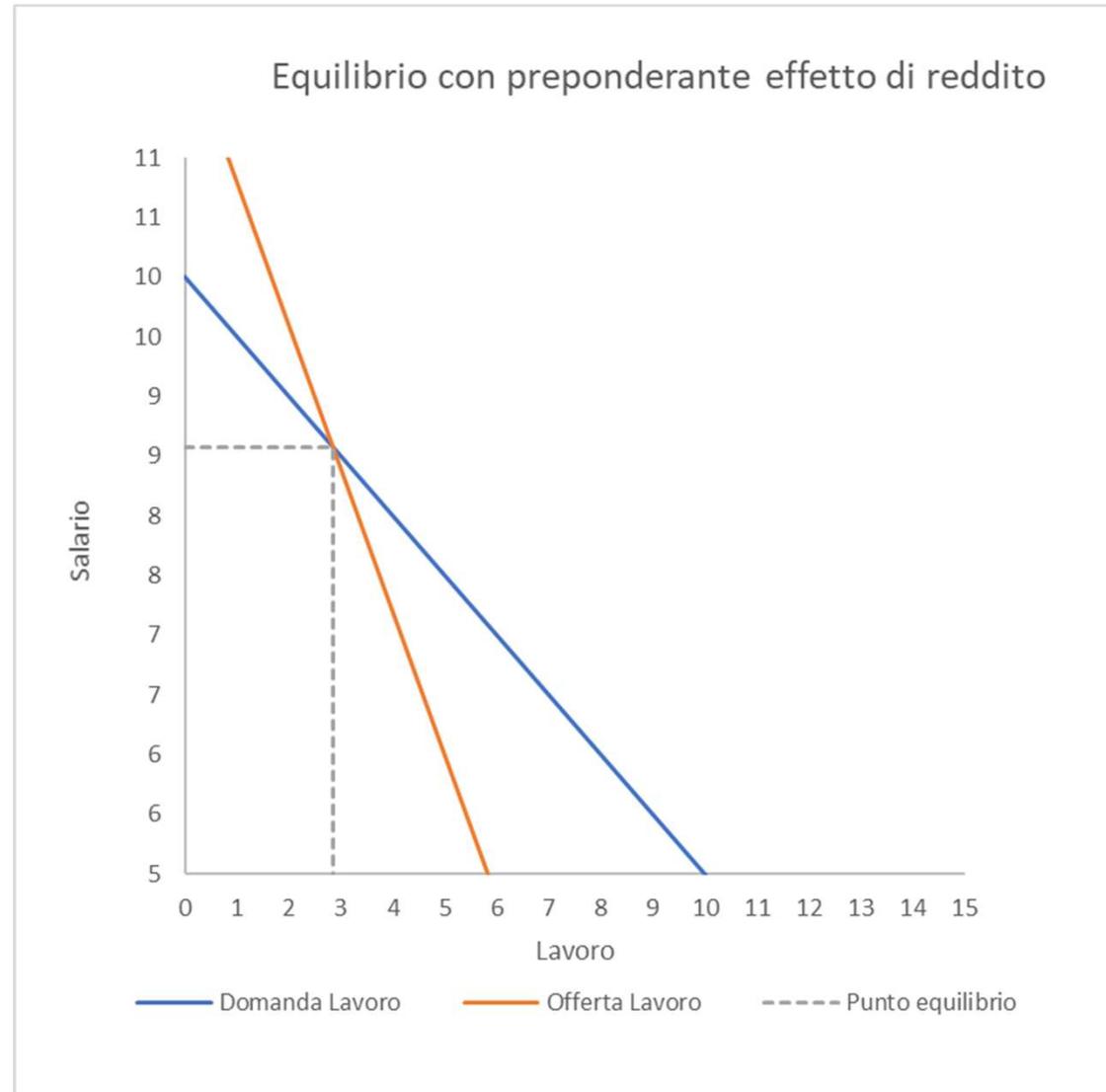
Il mercato del lavoro



Il mercato del lavoro

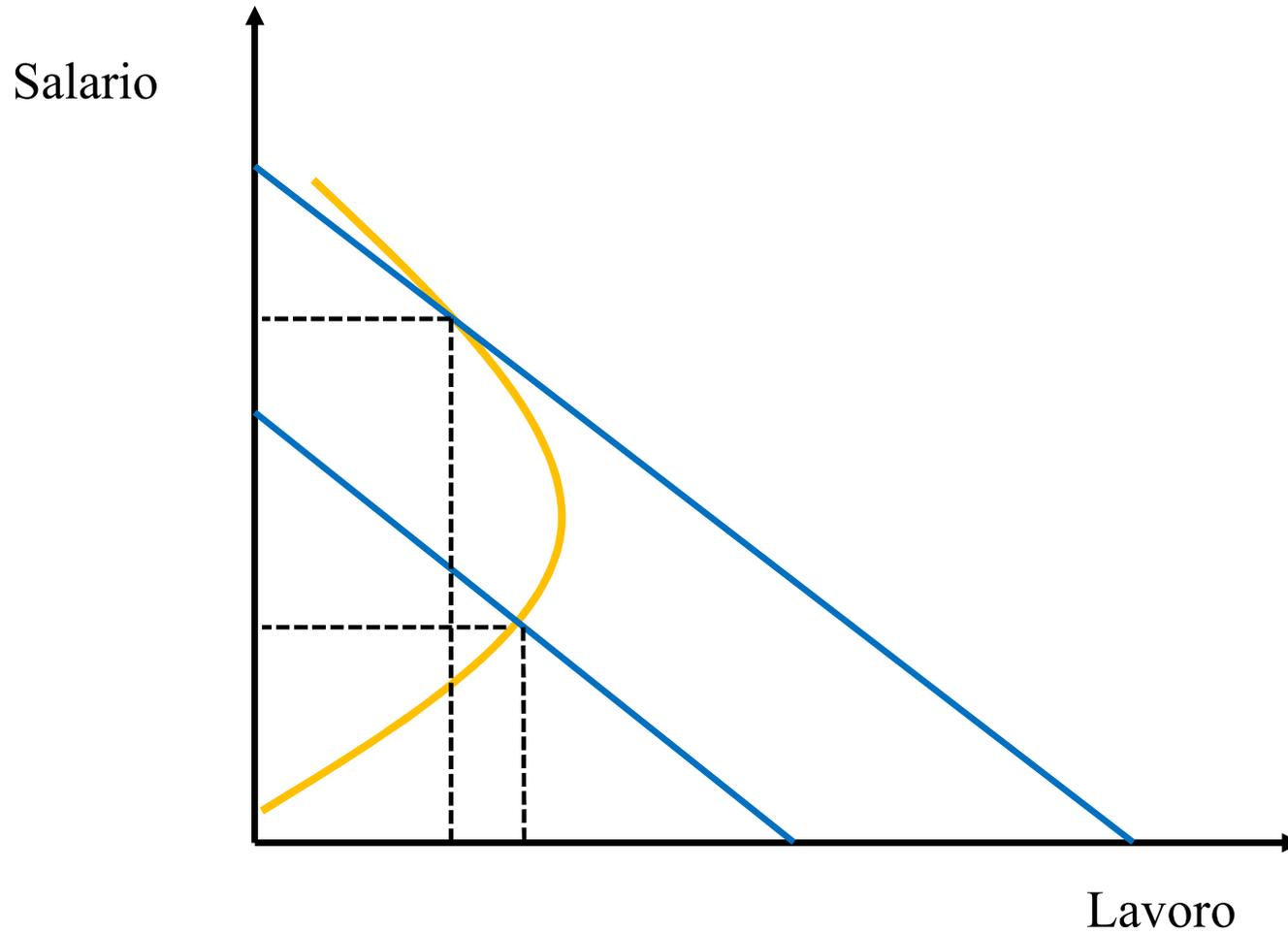


Il mercato del lavoro



Il mercato del lavoro

L'evoluzione del mercato del lavoro ?



Il mercato del lavoro

La contrattazione collettiva:

- Monopolio bilaterale;
- Forma di tutela dei lavoratori;
- Non massimizza l'occupazione.

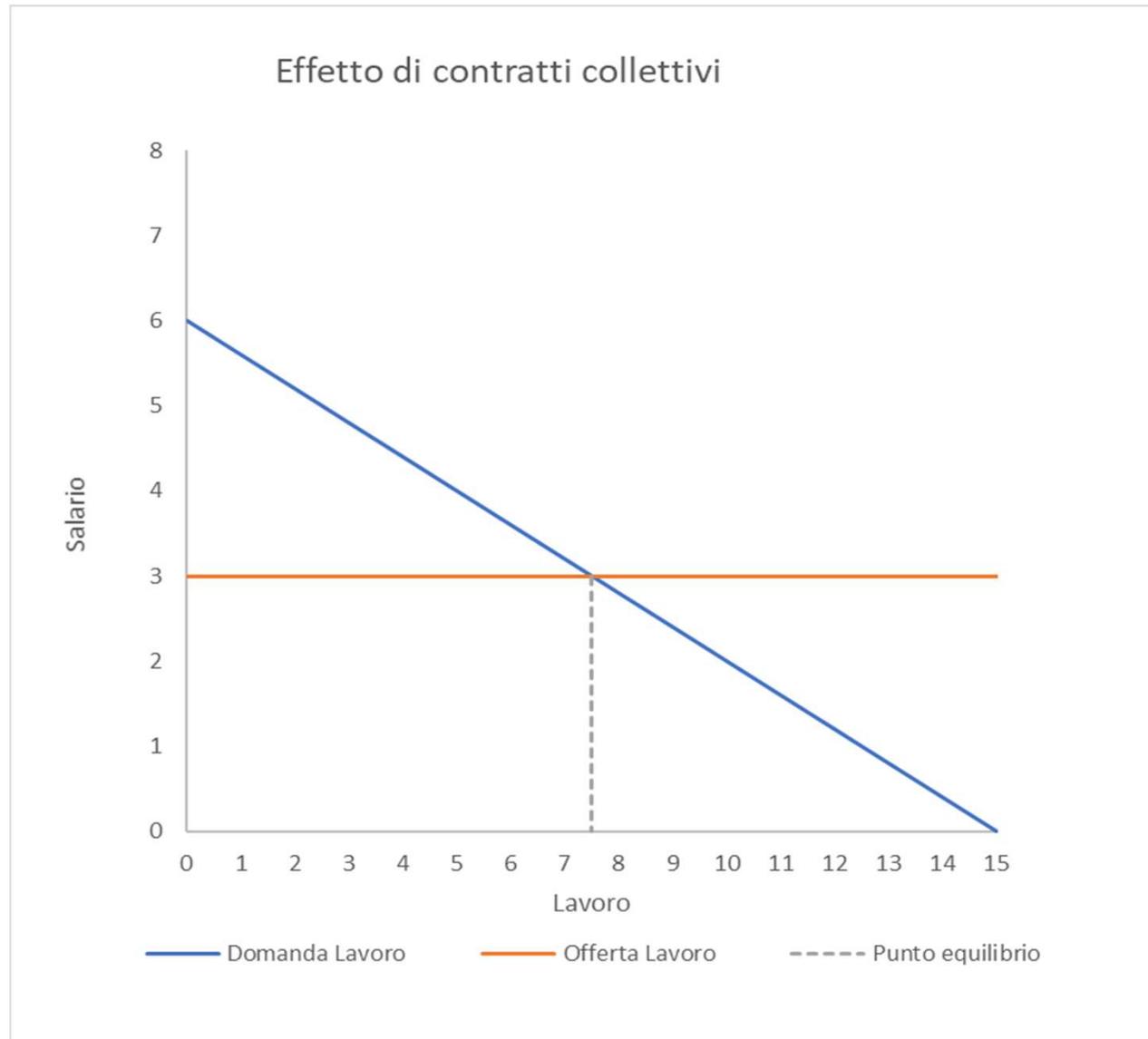
La liberalizzazione del mercato del lavoro:

- Domanda di oligopsonio o monopsonio;
- Una eccessiva liberalizzazione porta a salari di sussistenza.

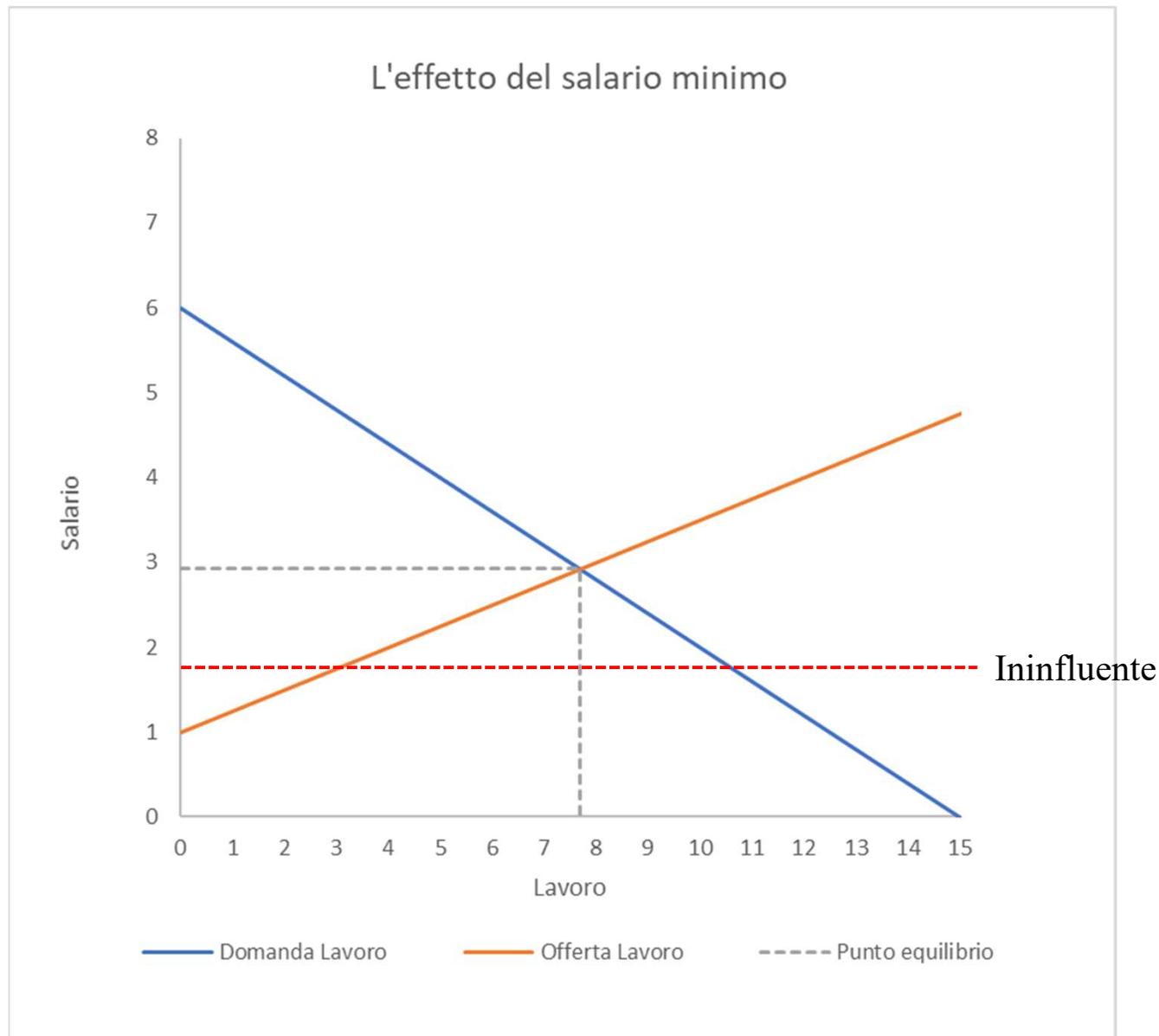
L'introduzione del salario minimo:

- Se è inferiore a quello equilibrio è privo di effetti;
- Serve a tutelare fasce di lavoratori particolarmente deboli;
- Se è troppo alto tende a penalizzare l'occupazione creando un eccesso di offerta che non trova collocazione.

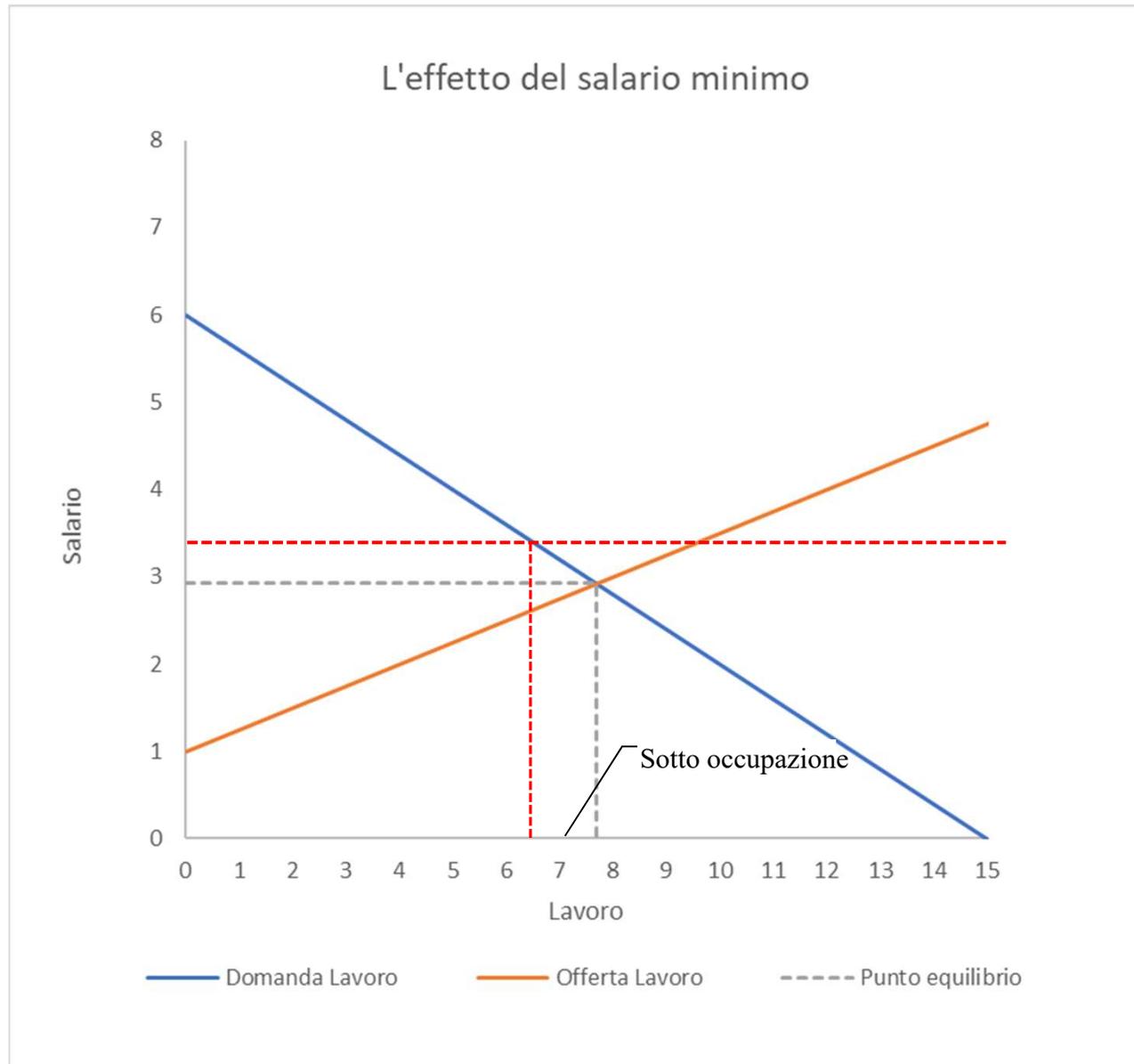
Il mercato del lavoro



Il mercato del lavoro



Il mercato del lavoro



Il mercato dei capitali

La contrattazione di prestiti monetari e di finanziamenti con vincolo di credito e/o di capitale. È il mercato dove si incontrano domanda di credito e offerta di finanziamento.

Le fonti di finanziamento dell'impresa:

- Finanziamenti a breve termine (fino a 18 mesi): aperture di credito in c/c, e anticipi su fatture, anticipazioni, sconto di effetti, crediti di firma.
- Finanziamenti a medio termine (da 18 mesi a 5 anni): prestiti obbligazionari.
- Finanziamenti a lungo termine (oltre 5 anni): mutui.

I finanziamenti hanno garanzie diverse e quindi un costo (interesse) diverso.

Approfondiremo l'equilibrio nei mercati finanziari in Macroeconomia ⁸³