

Ancora sulla elasticità della domanda

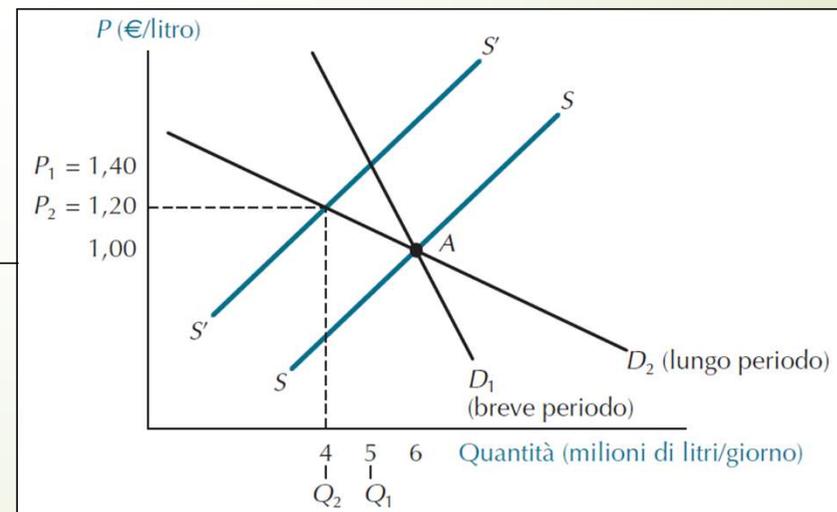
Lezione del 5 marzo 2025

Le determinanti dell'elasticità al Prezzo

Gli elementi più importanti nel determinare l'elasticità della domanda sono i seguenti:

- possibilità di sostituzione del bene;
- quota di reddito assorbita dal bene;
- periodo di tempo di riferimento (breve/lungo).

Un esempio, il mercato della benzina.



L'elasticità incrociata della domanda al prezzo

Definizione

Misura la variazione percentuale della quantità domandata di un bene (X), in seguito alla variazione dell'1% per cento del prezzo di un altro bene (Z).

Formula

$$\varepsilon_{XZ} = \frac{\Delta Q_X / Q_X}{\Delta P_Z / P_Z} = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Z} \frac{P_Z}{Q_X}$$

È importante perché è attraverso questa misura che possiamo definire in che rapporto sono tra loro i beni, e capire la concorrenzialità del mercato.

Possono darsi 3 casi:

$$\varepsilon_{XZ} > 0$$

X e Z sono tra loro sostitutivi

$$\varepsilon_{XZ} = 0$$

X e Z sono tra loro indipendenti

$$\varepsilon_{XZ} < 0$$

X e Z sono tra loro complementari

L'elasticità della domanda al reddito

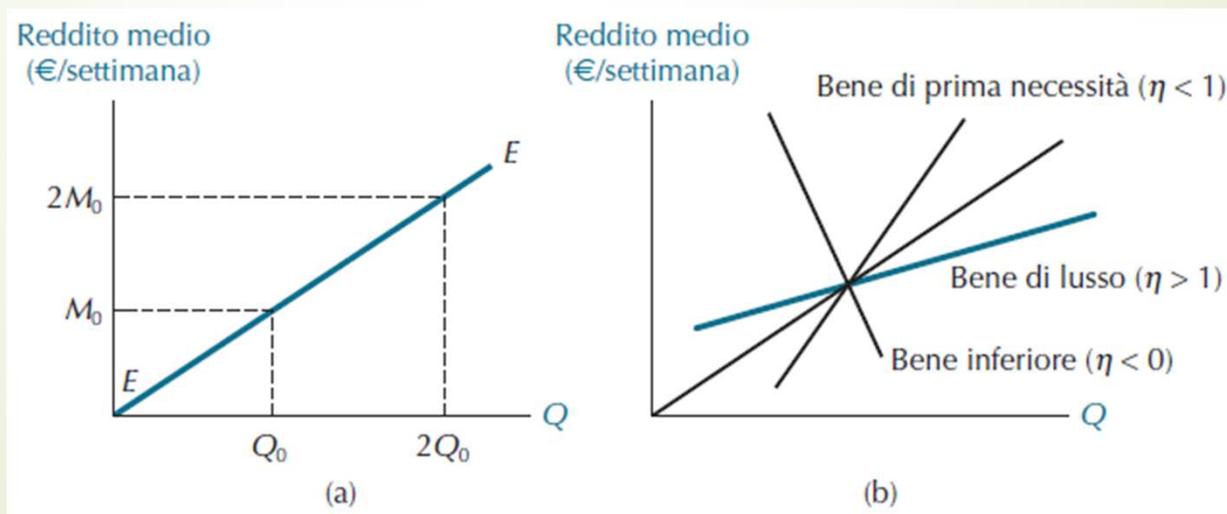
4

Definizione

Misura la variazione percentuale della quantità domandata di un bene, in seguito alla variazione del reddito medio.

Formula

$$\eta = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta Y / Y} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \frac{Y}{Q}$$



Simuliamo numericamente (esercizio riportato nella lavagna):

Ad un prezzo unitario di 8€ il cinema Massimo registra un numero di spettatori medi settimanali di 200 unità rispetto ai 400 posti disponibili. Il management, sulla base di un valore stimato della elasticità della domanda, in valore assoluto, di 4, decide di ridurre il prezzo a 7€. Ipotizzando una funzione di domanda lineare si definisca:

1. Il nuovo numero di spettatori venduti data la strategia perseguita.
2. Il nuovo valore dei ricavi complessivi.
3. Stabilisci se, data la nuova combinazione di prezzo e quantità, conviene modificare la strategia di prezzo.
4. Nel caso di risposta affermativa al punto 3, stabilisci il prezzo da fissare per riempire la sala.
5. Stabilisci, infine, la strategia ottimale di prezzo se la capienza della sala fosse tale da permettere la massimizzazione dei ricavi complessivi.