

ECONOMIE DI TRANSAZIONE ELASTICITÀ DELLA DOMANDA AL PREZZO

ECONOMIA AZIENDALE

GRUPPO C - A.A. 2019/2020

Dr. Caterina Cavicchi

Riferimento:

Airoldi, Brunetti, Coda – capp. 10(6), 11 (5), 12

Marchi – cap. 9

Le economie di transazione



- ❑ Le scelte aziendali possono riguardare la definizione dei confini dell'azienda, ovvero il decidere quali attività devono essere gestite internamente ed esternamente all'impresa (internalizzazione ed esternalizzazione dell'attività d'impresa). Tali scelte inoltre oltre che riguardare le attività di produzione di beni o servizi, si riferiscono anche alle attività non direttamente connesse alla gestione caratteristica d'impresa (tenuta della contabilità, gestione del magazzino, ...).
- ❑ Le scelte di internalizzazione/esternalizzazione vengono anche dette di *make or buy*.

I costi di transazione



- ❑ Transazione: un'operazione di transazione si manifesta quando un bene o un servizio viene trasferito attraverso un'interfaccia tecnologicamente separabile, ovvero nel passaggio da una fase di attività alla successiva. Le operazioni di transazione hanno natura interna ed esterna: interna quando il passaggio viene effettuato tra fasi diverse interne all'attività d'impresa (coordinamento interno o transazioni interne), esterna qualora la fase successiva venga affidata ad un soggetto esterno all'impresa (transazioni esterne).

- ❑ Costi di transazione:
 - Costi di ricerca dei prezzi rilevanti sul mercato
 - Costi legati alla negoziazione per ciascuna transazione
 - Costi legati all'impossibilità di stipulare contratti completi in condizioni di incertezza

Influenza di altre economie sulle economie di transazione



Le economie di scala, di raggio d'azione e di esperienza possono influenzare le scelte legate alla definizione dei confini aziendali, tuttavia oltre agli elementi che caratterizzano tali economie occorre tenere conto anche dei costi legati alle operazioni di internalizzazione ed esternalizzazione delle attività d'impresa. I costi legati a tali dinamiche sono appunto costi di transazione.

Le economie di transazione



- ❑ Le determinanti dei costi di transazione: I fattori che incidono sui costi di transazione interna ed esterna sono molteplici. Si è cercato tuttavia di identificare i principali elementi che incidono sui costi di transazione esterna nelle seguenti tre categorie:
 - ❑ Complessità informativa
 - ❑ Specificità delle risorse
 - ❑ Possibilità di comportamenti opportunistici o inadeguati

Quando esternalizzare e quando internalizzare?

- ❑ Esternalizzo quando si tratta di attività critiche che richiedono capacità e conoscenze specifiche/tecnologie di cui non dispongo internamente;
- ❑ Esternalizzo quando si tratta di attività a basso valore aggiunto, in modo da potermi specializzare su ciò che veramente è importante;
- ❑ Esternalizzo quando devo gestire la complessità ed il rischio d'impresa (imprese fortemente integrate verticalmente non godono di sufficiente flessibilità organizzativa)

- ❑ Esternalizzare potrebbe portare il fornitore a comportamenti opportunistici, soprattutto quando il suo potere contrattuale è elevato;
- ❑ Le probabilità di comportamenti opportunistici aumentano se la transazione è poco trasparente; la negoziazione richiede infatti contratti «perfetti» che limitino le possibilità di deviazione delle parti da quanto concordato.

L'elasticità della domanda rispetto al prezzo: la formula competitiva

- Per raggiungere la redditività = ricavi > costi non è sufficiente definire un sistema prodotto da punto di vista tecnico in modo ottimale, ma è fondamentale per l'impresa considerare diverse variabili che insieme vanno a comporre la formula competitiva

- La formula competitiva pone in relazione tre macrovariabili:
 1. Il sistema prodotto
 2. Il sistema competitivo
 3. La struttura e le risorse aziendali

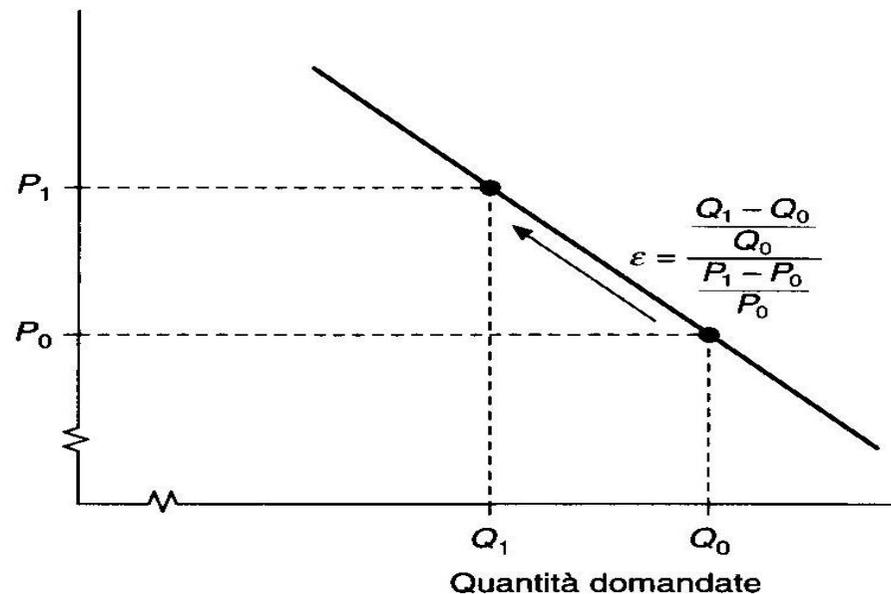
Il vantaggio competitivo

- Nel sistema prodotto l'azienda deve individuare:
 - Caratteristiche materiali e gamma dei prodotti offerti
 - Servizi collegati ai beni offerti
 - Le caratteristiche immateriali
 - Le condizioni dello scambio

- Il vantaggio competitivo è l'insieme degli elementi distintivi che rende preferibile il sistema prodotto dell'azienda rispetto alle analoghe offerte dei concorrenti
 - Vantaggio di differenziazione
 - Vantaggio di costo

Relazione fra prezzo e quantità

- La curva di domanda totale rappresenta la relazione tra prezzo e quantità totali: ponendo sull'asse delle ascisse le quantità domandate totali e sull'asse delle ordinate i prezzi vediamo che all'aumentare del prezzo le quantità domandate diminuiscono, ovvero esiste una relazione inversa tra prezzo e quantità domandate totali.



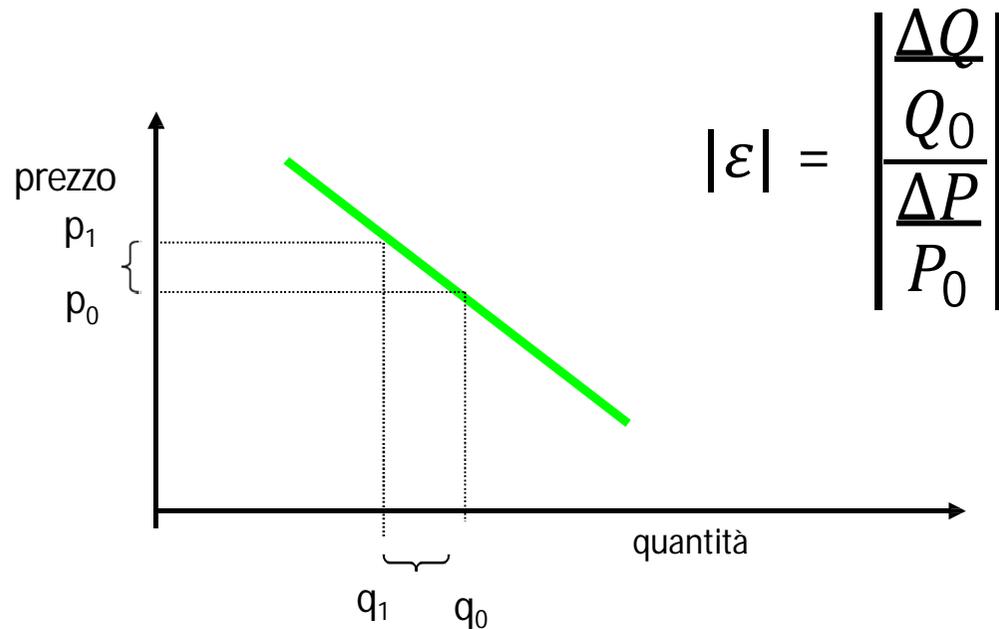
Cosa influenza la domanda di prodotto

- ❑ Le quantità domandate sono influenzate non solo dal prezzo ma anche da altri fattori:
 - il prezzo dei beni simili o fungibili
 - il prezzo dei beni complementari
 - il livello di reddito medio
 - pubblicità

Tali fattori determinano:

- ❑ uno spostamento, nel medio-lungo periodo, della curva di domanda, a destra se aumenta la quantità domandata di un certo bene, a sinistra se diminuisce la quantità domandata di un certo bene,
- ❑ oppure rendono la curva di domanda più o meno sensibile a variazioni di prezzo, in altre parole modificano l'elasticità delle domanda al prezzo.

L'elasticità della domanda rispetto al prezzo



Domanda elastica: $|\varepsilon| > 1$

Domanda anelastica: $|\varepsilon| < 1$

Elasticità ad arco: Se l'intervallo dei valori è ampio nella formula al denominatore si pone il valore medio.

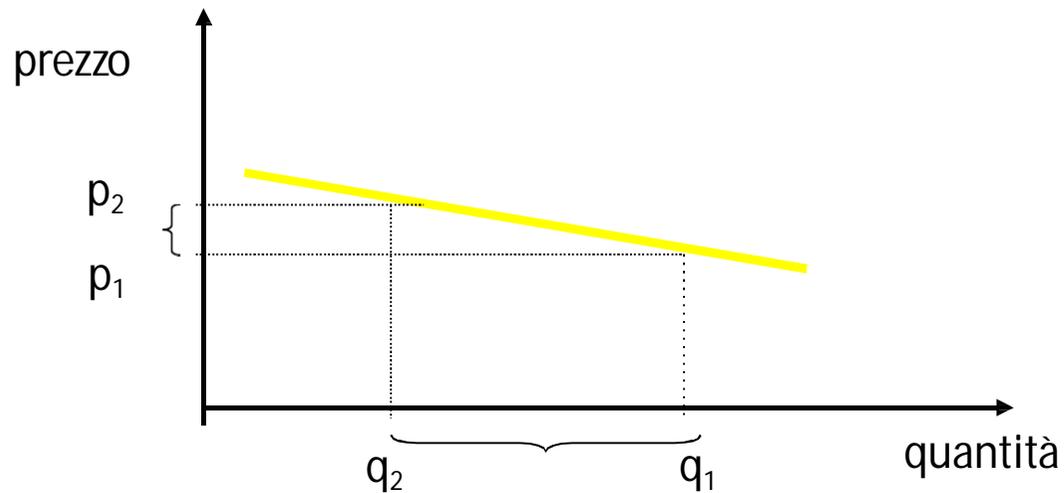
$$|\varepsilon| = \left| \frac{\frac{\Delta Q}{(Q_0 + Q_1)2}}{\frac{\Delta P}{(P_0 + P_1)2}} \right|$$

Interpretazione

- ❑ Se è minore di uno, si dice che la domanda è rigida, ovvero una variazione del prezzo produce una variazione della quantità venduta meno che proporzionale;
- ❑ Se è uguale a uno (elasticità unitaria), una variazione del prezzo produce una variazione della quantità domandata esattamente proporzionale.
- ❑ Se è maggiore di uno, si dice che la domanda è elastica, ovvero una variazione del prezzo produce una variazione della quantità domandata più che proporzionale.

L'elasticità della domanda rispetto al prezzo

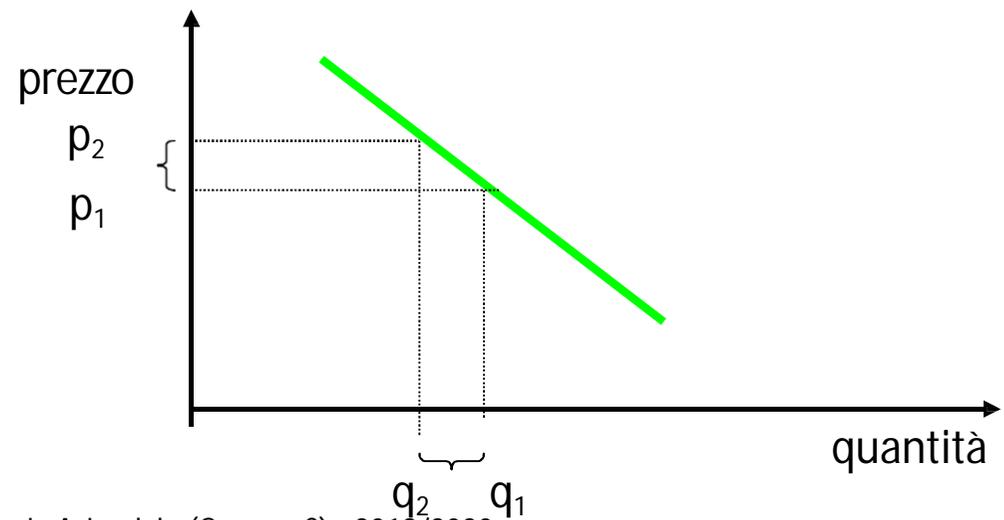
Prodotti standard con strategie di volume



L'aumento del prezzo (da p_1 a p_2) comporta una riduzione elevata delle quantità (da q_1 a q_2)

L'aumento del prezzo (da p_1 a p_2) comporta una riduzione modesta delle quantità (da q_1 a q_2)

Prodotti con strategie di differenziazione



Cosa influenza l'elasticità

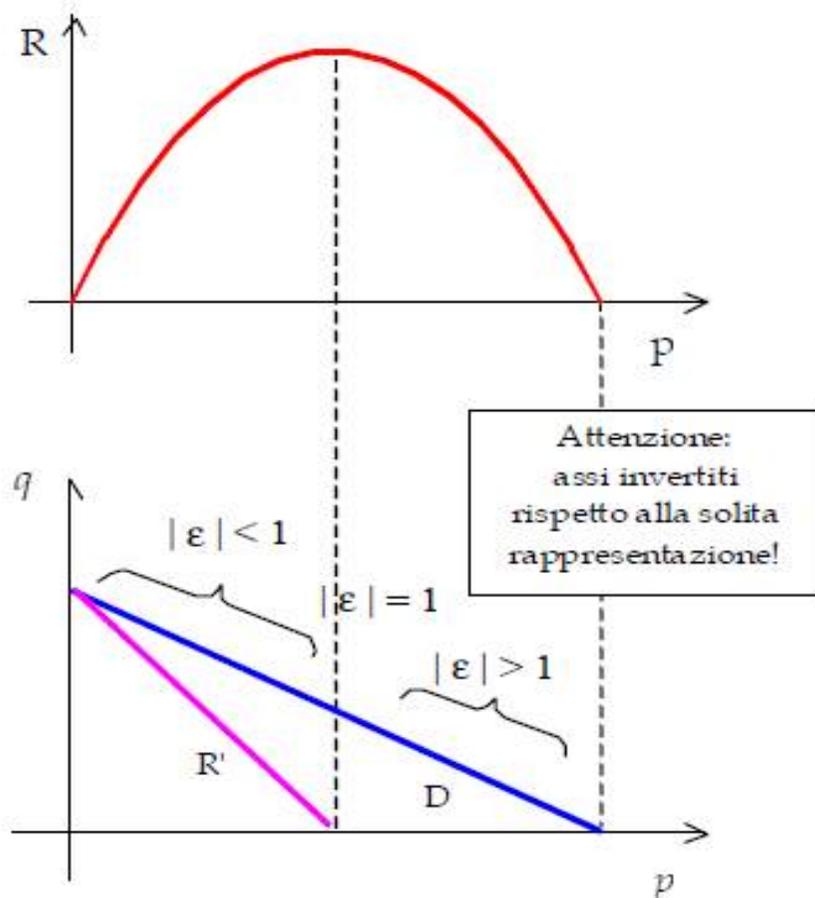
- ❑ Il fatto che la domanda sia più o meno elastica dipende direttamente dalla sostituibilità del prodotto: più esso è facilmente sostituibile da un altro maggiore è l'elasticità della domanda rispetto al prezzo. Al contrario, i prodotti con una forte identità, sono non facilmente sostituibili e rappresentano mercati rigidi, per cui il cliente, non potendo sostituire facilmente il prodotto con altri, continuerà ad acquistarlo finché il prezzo non diventa intollerabilmente alto.
- ❑ Inoltre, la domanda è resa rigida ad esempio dalla disponibilità di tecnologie esclusive, o dalla capacità di fornire servizi al cliente che i competitor non sarebbero in grado di sostituire in modo adeguato.

Stime empiriche di elasticità del prezzo

Fonte: Hermann Simon-Danilo Zatta, Strategie di Pricing Hoepli- 2010

Categorie di prodotto	Letteratura	Esperienza*
Beni di consumo non durevoli	1,5 - 5	Normalmente > 2
Beni di consumo durevoli	1,5 - 3	Molto variabile
Prodotti farmaceutici	ca. 0,5	Prodotti innovativi Prodotti «me too» Prodotti generici Prodotti di largo consumo
Prodotti industriali		
○ Prodotti standard	n.d.	2-100
○ Prodotti speciali	n.d.	0,3-2
		Valori molto bassi per determinati prodotti speciali
Mercato automobilistico		
○ Di lusso	n.d.	07-1,5
○ Normale	n.d.	> 1,5
Servizi		
○ Compagnie aeree	> 2	1-5
○ Trasporto ferroviario	1,5	< 1
○ Telecom. (consumi)	0,7-1,7	0,3-1
○ Telecom. (abbonamento)	n.d.	2-5
○ Servizi informatici	n.d.	0,5-1,5

Elasticità e ricavo totale



All'aumento dei prezzi le quantità diminuiscono, tuttavia i ricavi nella prima parte della curva aumentano. Ciò si verifica fino ad un prezzo per cui è massimo il ricavo ottenibile. Oltre tale prezzo anche i ricavi cominciano a diminuire. Ciò si verifica perché la riduzione dei ricavi dovuta al diminuire delle quantità non viene più compensata dall'aumento del prezzo.

Dunque, se l'elasticità è minore di uno, un aumento del prezzo produce una variazione meno che proporzionale della quantità venduta ed i ricavi totali crescono.

Il prezzo ottimale

Dalla conoscenza della elasticità della domanda di un dato prodotto rispetto al prezzo, bisognerà dunque capire qual è il prezzo a cui vendere il prodotto per massimizzare il reddito.

Il prezzo ottimale è dunque quello che consente di massimizzare il risultato reddituale, ovvero la differenza tra ricavi totali e costi totali.