

## DOMANDA E OFFERTA

la domanda viene rappresentata da:

quantità → asse x

prezzo → asse y

**curva di domanda** → funzione che si forma, risulta negativa al diminuire del prezzo e all'aumentare della merce

## MERCATO E PREZZO

**mercato** → insieme di consumatori individuali che producono e consumano una stessa merce

**domanda di mercato** → somma di tutte le domande individuali

**offerta di mercato** → somma di tutte le offerte individuali

regole che il mercato deve seguire (**concorrenza perfetta**):

- la stessa merce deve essere offerta da molti
- tutti i produttori devono essere piccoli

**prezzo di equilibrio** (domanda del bene pari all'offerta) → il prezzo di una merce non può essere deciso dal produttore perché:

- al produttore non conviene aumentare il prezzo perché il compratore acquisterebbe la merce da altre aziende
- a un produttore non conviene abbassare il prezzo perché poi anche gli altri produttori lo farebbero

## CALCOLO DELLA CURVA DI DOMANDA (passaggi)

- 1) trova q da p (es.  $p = 30 - (1/2)q$   $q = 60 - 2p$ )
- 2) somma le quantità (es.  $q = (60 - 2p) + (...)$ )
- 3) trova p da q (come per q)

## LEGGE DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA →

- se la curva di domanda aumenta allora aumenta anche il prezzo e la quantità
- se la curva di domanda diminuisce anche il prezzo di equilibrio e la quantità diminuiscono
- se la curva di offerta aumenta allora diminuisce il prezzo e aumenta la quantità
- se la curva di offerta diminuisce allora aumenta il prezzo e diminuisce la quantità

## AZIENDA E PROFITTO

azienda → produttore

produzione → attività dell'azienda

C → costi dell'azienda

R → ricavi dell'azienda  
p → prezzo della merce  
q → quantità vendute  
P → profitto

$$R = p q$$

$$P = R - C$$

$$\text{MASSIMO PROFITTO} \rightarrow P = p q - C$$

il profitto dipende dai vari prezzi della composizione dei costi dell'azienda ©

costi fissi → spese fisse che l'azienda ha

costi variabili → costi che dipendono dalle quantità di produzione

### **CALCOLO DEL RICAVO, COSTO E MASSIMO PROFITTO**

$$P(\text{profitto}) = R - C$$

R(ricavi) = R + R che l'es da

$$P_{\max} = \text{MAX}(\text{intervallo celle})$$

$$q^* = \text{SCARTO}(\text{cella quantità}; \text{CONFRONTA}(\text{CELLA } P_{\max}; \text{INTERVALLO DI CELLE } P_{\max}; 0))$$

qA = ultimo valore negativo prima del positivo

qB = ultimo valore positivo prima del negativo

**ricavo marginale (Rm)** → differenza di ricavo che si ottiene quando la quantità venduta aumenta di un'unità

$$R_m = R(q + 1) - R(q)$$

**costo marginale (Cm)** → differenza di costo che si ottiene quando la quantità prodotta aumenta di un'unità

$$C_m = C(q + 1) - C(q)$$

### **CALCOLO DEI RICAVI E DEI COSTI MARGINALI**

Rm = CELLA R - CELLA R PRECEDENTE (vedremo che rimane un dato fisso)

Cm = CELLA C - CELLA C PRECEDENTE

Rm - Cm = CELLA RICAVO MARGINALE - CELLA COSTO MARGINALE

decisione di produzione

=SE(CELLA Rm-Cm>0;"aumentare";SE(CELLA Rm-Cm=0;"non variare";"diminuire"))

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	quantità	costi	r	ricavi marginali	costi marginali	Rm-Cm	decisione	p
2	0	30	0	-	-	-	aumentare	-30
3	1	30	15	15	0	15	aumentare	-15
4	2	32	30	15	2	13	aumentare	-2
5	3	35	45	15	3	12	aumentare	10
6	4	43	60	15	8	7	aumentare	17
7	5	58	75	15	15	0	non variare	17
8	6	120	90	15	62	-47	diminuire	-30

## INVESTIMENTO E OUTSOURCING

controllo di gestione aziendale → serie di operazioni amministrative

bilanciamento tra costi e benefici → usato per scegliere relazione tra sistema e metodo dell'azienda

Ci sono diverse tipologie di costi:

- **costi diretti**: che si attribuiscono ad un determinato reparto
- **costi indiretti**: che si attribuiscono a più centri di costo
- **costi di produzione**: sono diretti o indiretti e sono ricondotti ad un preciso processo di produzione
- **costi di non produzione**: che non sono riconducibili alla produzione (es. marketing)

ROI → indice di redditività

VAN → metodo del valore attuale netto

TIR → metodo del tasso interno di rendimento

Payback Period → metodo del tempo di recupero

### CALCOLO PAYBACK PERIOD, TIR, VAN

$VAN = VAN\ DELL'ANNO / (1 + ROI)^{ANNO}$

$TIR = TIR.COST(CELLA\ 1\ TIR\ DELL'ANNO; CELLA\ FINALE\ TIR\ DELL'ANNO)$

PAYBACK PERIOD:

- INVESTIMENTO INIZIALE O CELLA PRIMA + PB DELL'ANNO
- $=SE(E(CELLA\ SOTTO<0;CELLA\ SOPRA>0);1;SE(CELLA\ SOTTO<CELLA\ SOPRA;CELLA\ SOTTO/CELLA\ SOPRA;0))$
- SOMMA(CELLE DELLA TERZA RIGA)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Periodi (n)	6	anni							
2	Ricavi (F)	2000	Euro							
3	Investimento iniziale (I)	-5020	Euro							
4	ROI	20,00%								
5										
6				0	1	2	3	4	5	6
7										
8	VAN =	1631,02	Euro	-5020	2000	2000	2000	2000	2000	2000
9		1631,02	Euro		1666,67	1388,89	1157,41	964,51	803,76	669,80
10	=VAN(B4;B2;B2;B2;B2;B2)+D8									
11										
12	TIR =	32,47%		-5020	2000	2000	2000	2000	2000	2000
13										
14	=TIR.COST(D12:J12)									
15	Payback period =	2,49	anni		2000	2000	2000	2000	2000	2000
16				-5020	-3020	-1020	980	2980	4980	6980
17					1	1	0,49	0	0	0

**outsourcing** → insieme di pratiche per cui l'azienda ricorre ad altre imprese per lo svolgimento di una o più parti del proprio processo operativo con lo scopo di diminuire i costi

## CALCOLARE IL PUNTO DI PAREGGIO

costo per produzione:

- costo fisso = progetto e sviluppo
- costo variabile = manodopera + materiale + gestione
- totale = costo fisso + costo variabile \* domanda

costo per acquistare:

- costo fisso = spesa generale
- costo variabile = prezzo acquisto
- totale = costo fisso + costo variabile \* domanda

bilancio = costo variabile(produzione) - costo variabile(acquisto)

punto di pareggio = (costo fisso acquisto - costo fisso produzione) / (costo variabile produzione - costo variabile acquisto)

	A	B	C	D
1	domanda		200	x unità
2				
3	produzione	progetto e sviluppo	6000	x unità
4		materiale	0,6	x unità
5		manodopera	0,3	x unità
6		gestione	0,3	x unità
7				
8				
9	spese	spesa generale	120	x unità
10		prezzo acquisto	61,8	x unità
11				
12				
13	costo per produzione	costo fisso	6000	
14		costo variabile	1,2	
15		totale	6240	
16				
17	costo per acquistare	costo fisso	120	
18		costo variabile	61,8	
19		totale	12480	
20				
21		bilancio	-60,6	VENDERE
22		punto di pareggio	97,03	

## MERCI INFORMAZIONE

merce informazione (merci immateriali / bene esperienza) → l'insieme di tutti i prodotti commerciali la cui struttura è composta da soli bit dalla quale ne traggono un valore economico

sono composte da:

- **dati di ogni genere** → valore preciso per il consumatore (es. DVD)
- **funzionali** (software) → con una funzionalità precisa (es. gestire contabilità di un'azienda)
- **servizio sulla rete** → dal produttore al consumatore (es. social network)

contenitore hardware → dispositivi per leggere la merce d'informazione

Digital Economy → contenitore hardware + merce pubblicitaria

il problema dell'IT commerce è che bisogna trovare un prezzo che sostenga i costi di produzione e il fornire la merce

la soluzione a questo problema è l'**up-front cost** → costi fissi e irrisori costi marginali di produzione

**Infrastructure outsourcing** → forme di outsourcing che hanno lo scopo di ridurre gli up-front cost di tipo infrastrutturale:

- **Hosting**: il fornitore garantisce all'interno di una sua infrastruttura tutto ciò che serve affinché il sito rimanga sempre online e protetto.
- **Housing**: consente al cliente di collocare le proprie risorse all'interno delle infrastrutture del fornitore.
- **Cloud computing**: consiste nella fornitura di servizi software tramite internet

## SWITCHING COST E LOCK-IN

**switching cost** → insieme di costi che un consumatore deve affrontare quando cambia fornitura perché deve sostituire una merce informazione in uso

sono la norma perché l'offerta di nuove tecnologie è in aumento e l'avanzamento tecnologico comporta lo sviluppo dei contenitori a causa di una incompatibilità.

**lock-in** → un contenitore hardware blocca lo scambio economico  
costi di cambiamento:

- costi per la ricerca → verificare se il nuovo prodotto possiede qualità adatte
- costi derivanti da impegni contrattuali → spese dovute all'abbandono del vecchio fornitore
- costi di sostituzione di beni durevoli
- costi per l'acquisto di beni complementari
- costi di learning e training

**rischi degli switching cost:**

- innovazione delle tecnologie che porta costi per cambiare le tecnologie inadatte (barriera all'innovazione aziendale)
- acquisto di nuovi prodotti a causa dei lock-in (barriera all'entrata nel mercato di nuovi prodotti)

$q$  → quantità di merce informazione prodotta

$k$  → costo fisso di produzione

$v$  → costo variabile unitario di produzione

$C(q)$  → costo di produzione

$$C(q) = k + v * q$$

costo medio di produzione  $C_m(q)$  → costo di produzione per unità di prodotto  $q$

$$C_m(q) = C(q) / q = k / q + v$$