

CAPITOLO III - DOMANDA DELL'IMPRESA

IL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE

Per bene o servizio s'intende qualsiasi cosa soddisfi i bisogni del soggetto economico.

Ogni persona, o soggetto economico, razionale, quando decide i propri acquisti si interroga su cosa preferisce, poi considera le proprie disponibilità monetarie ed opera la sua scelta.

Il nostro modello di studio funziona alla stessa maniera, prima si confronta con i gusti del consumatore, poi con il suo budget e poi fornisce una soluzione quantitativa.

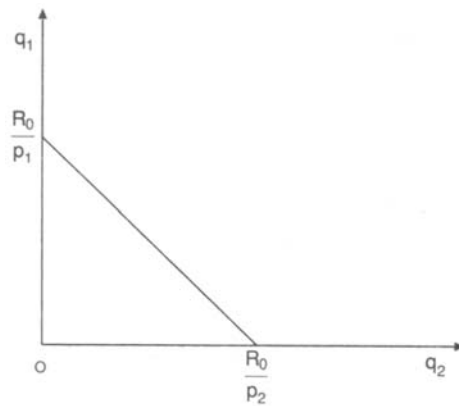
Quando un consumatore richiede una certa quantità di un bene, innanzitutto, tiene presente il prezzo di tale bene, in seguito va ad individuare tutte le alternative possibili, se esistenti. Considerato che il consumatore ha da spendere un certo ammontare di reddito e che per il bene che andrà ad acquistare dovrà pagare un prezzo già stabilito dal mercato, visto che il singolo consumatore non ha alcuna influenza sui prezzi dei vari beni, egli vede limitata la sua possibilità di spesa.

Se indichiamo con “ $q_1, q_2, q_3, \dots, q_n$ ” la quantità, con “ $p_1, p_2, p_3, \dots, p_n$ ” il prezzo dei vari beni e con R il reddito di cui il consumatore dispone, la scelta deve rispettare la condizione seguente:

$$p_1 \cdot q_1 + p_2 \cdot q_2 + \dots + p_n \cdot q_n \leq R$$

Tale equazione esprime il cosiddetto "VINCOLO DI BILANCIO DEL CONSUMATORE", ed evidenzia come, per l'acquisto dei beni che gli arrecano una certa soddisfazione, il consumatore possa spendere una somma che sia inferiore o, al massimo, uguale al suo reddito.

Esprimiamo graficamente quanto finora affermato:



Tutti i beni che stanno sul vincolo sono beni per i quali il consumatore spenderà tutto il suo reddito; quelli che stanno al di sotto, sono beni che il consumatore acquista spendendo solo parte del suo reddito; tutti i beni che si trovano sopra al vincolo non rientrano tra quelli che il consumatore può acquistare.

IL VINCOLO DI BILANCIO

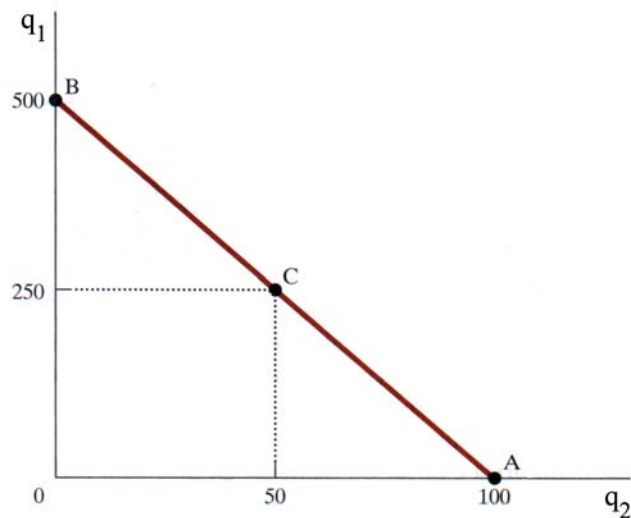
Supponiamo che il consumatore acquisti due soli beni (vino e pane); questo esclusivamente allo scopo di semplificare l'analisi senza in alcun modo variare quello che è il risultato finale.

Osserviamo ora in che modo il reddito del consumatore vincola la spesa per l'acquisto del vino e del pane.

Supponiamo che il reddito del consumatore sia di mille euro al mese e che egli lo spenda tutto per l'acquisto di vino e pane; supponiamo, inoltre, che il prezzo del vino sia di due euro al litro e quello del pane di dieci euro al kg.

Nella tabella di seguito riportata, nella prima riga, vengono mostrate alcune delle combinazioni di vino e pane possibili, ciascuna di esse esprime una spesa di 1.000 euro al mese.

q_1 vino litri	q_2 kg pane	Spesa per vino $q_1 \times p_1$ Euro	Spesa per pane $q_2 \times p_2$ Euro	Spesa totale = R
0	100	$0 \times 2 = 0$	$100 \times 10 = 1000$	1000
50	90	$50 \times 2 = 100$	$90 \times 10 = 900$	1000
100	80	$100 \times 2 = 200$	$80 \times 10 = 800$	1000
200	60	$200 \times 2 = 400$	$60 \times 10 = 600$	1000
400	20	$400 \times 2 = 800$	$20 \times 10 = 200$	1000
500	0	$500 \times 2 = 1000$	$0 \times 10 = 0$	1000



Il vincolo di bilancio del consumatore mostra tutte le combinazioni di beni che il consumatore è in grado di acquistare, dato il suo reddito e il prezzo del bene; in questo esempio il consumatore acquista panieri di pane e di vino: quanto più vino acquista, tanto meno pane si può permettere di acquistare.

La figura traccia il grafico di tutte le possibili combinazioni che corrispondono ad una spesa di mille euro.

Sull'asse verticale si va a misurare il numero di litri di vino, mentre sull'asse orizzontale il quantitativo dei chili di pane.

Individuiamo tre punti A-B-C, dove A equivale all'acquisto di 100 kg di pane e di nessun litro di vino; B equivale all'acquisto di 500 l di vino e nessun kg di pane e C il punto in cui il consumatore acquista 50 kg di pane e 250 l di vino.

Il punto C sarà il punto medio tra A e B; in tale punto il consumatore andrà a dividere equamente la spesa mensile in base al suo reddito. È ovvio che il consumatore può collocarsi in qualunque punto della retta che unisce A e B, tale retta viene detta “*vincolo di bilancio*” e mette in evidenza tutte le possibili combinazioni che il consumatore può permettersi di acquistare.

Per meglio definire il vincolo di bilancio possiamo dire: “*Il limite delle combinazioni che il consumatore può acquistare dato il suo reddito è definito vincolo di bilancio*”.

L'inclinazione del vincolo di bilancio va a misurare il tasso di sostituibilità economica di un bene con l'altro.

L'inclinazione tra due punti si misura come relazione tra la variazione verticale e la variazione orizzontale, che viene definita dislivello su distanza. Il dislivello tra il punto A ed il punto B è di 500 litri di vino, mentre la distanza è di 100 kg di pane. Conseguentemente l'inclinazione è di 5 litri di vino per ogni kg di pane.

Venga notato che l'inclinazione del vincolo di bilancio è corrispondente al *prezzo relativo* dei due beni, ossia al prezzo di un bene in rapporto all'altro bene: un kg di pane costa quanto 5 litri vino, quindi il consumatore può scegliere di scambiare un kg di pane con 5 litri di vino e questa alternativa di scambio va a riflettersi nel valore 5 del vincolo di bilancio.

PREFERENZE E CURVE DI INDIFFERENZA

Il nostro obiettivo è quello di verificare come il consumatore opera le proprie scelte.

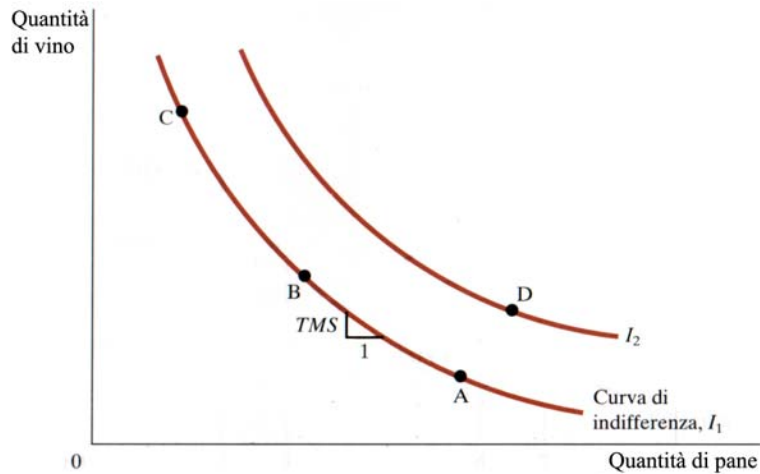
Il vincolo di bilancio è solo uno degli elementi di codesta analisi; esso infatti, mostra ciò che il consumatore può acquistare, dato il suo reddito ed il prezzo dei beni, ma nulla dice sul modo in cui le scelte vengono operate.

Occorre, a questo punto, analizzare il perché delle scelte, ossia passare all'analisi delle preferenze del consumatore.

La preferenza è ciò che permette al consumatore di scegliere tra vari panieri di vino e pane. Se viene offerto al consumatore più di un paniere di vino e pane, egli sceglie la combinazione che più va a soddisfare i suoi gusti; nel caso in cui due combinazioni soddisfino allo stesso modo il consumatore, possiamo dire che egli è indifferente ai due panieri.

Possiamo, come fatto precedentemente per il vincolo di bilancio, illustrare graficamente le preferenze del consumatore attraverso le “*curve di indifferenza*”; queste rappresentano varie combinazioni di consumo che soddisfano in eguale misura il consumatore.

Nel nostro esempio la curva di indifferenza mostra le combinazioni di vino e pane dalle quali il consumatore trae la stessa soddisfazione.



La figura indica due tra le molteplici curve di indifferenza del consumatore. Egli resta indifferente tra le combinazioni A-B-C che si trovano sulla stessa curva: non ci si stupisce nel constatare che riducendo il consumo di pane passando per i punti A e B, per mantenere inalterato il livello di soddisfazione il consumatore desidera aumentare il consumo di vino; nel caso in cui viene ulteriormente ridotto il consumo di pane, passando per i punti B e C, cresce ulteriormente la quantità di vino consumata.

Il tasso con il quale viene scambiato un bene con un altro, rappresenta l'inclinazione in qualunque punto della curva di indifferenza. Questo tasso prende il nome di *tasso marginale di sostituzione (TMS)*, nel nostro caso il tasso marginale di sostituzione indica la quantità di vino che il consumatore desidera per compensare il poco consumo di pane, pur rimanendo invariata la propria soddisfazione. Si tenga bene presente che il tasso marginale di sostituzione non è costante lungo la curva, essendo essa non rettilinea. D'altra parte, il tasso al quale il consumatore è disposto a rinunciare ad una quantità di bene a favore di un altro, dipende dalla quantità di bene che sta già consumando.

Il consumatore è soddisfatto allo stesso modo in ogni punto della curva di indifferenza. Nella stessa figura di cui sopra qualunque punto lungo la curva (I_2) è preferito alla curva (I_1).

Il sistema della curva di indifferenza ci permette di illustrare la classificazione completa delle preferenze del consumatore. Per esempio le curve di indifferenza ci rivelano che il punto D è preferito al punto A, ciò perché D si colloca su una curva più alta rispetto a quella dove è collocato il punto A. Le curve di indifferenza ci rivelano anche che D è preferito a C, poiché si colloca su una curva di indifferenza più elevata: sebbene D offra meno vino di C, la quantità di pane è più che sufficiente a compensare la perdita. Stabilendo quale punto si trova sulla curva di indifferenza possiamo utilizzare il sistema delle curve di indifferenza per classificare qualunque combinazione dei beni.

Le curve di indifferenza sintetizzano le frequenze del consumatore ed hanno delle proprietà che riflettono il sistema delle preferenze.

Le proprietà delle curve di indifferenza che abbiamo esposto, possono essere sintetizzate nel modo seguente:

Proprietà 1. *Le curve di indifferenza più alte garantiscono un livello di soddisfazione più elevato.*

I consumatori di solito sono condizionati positivamente dalla quantità. La preferenza per le maggiori quantità va rispecchiandosi nelle curve di indifferenza; infatti, quelle più alte rappresentano, dei medesimi beni, quantità maggiori; per questo motivo il consumatore trae maggiore soddisfazione da un paniere che si colloca su una curva più alta.

Proprietà 2. *Le curve di indifferenza sono inclinate verso il basso.*

Nella maggior parte dei casi il consumatore trae soddisfazioni da entrambi i beni, e se la quantità di un bene si riduce, la quantità dell'altro deve aumentare per far sì che resti inalterata la sua soddisfazione.

Proprietà 3. *Le curve di indifferenza non si intersecano.*

Per dimostrare che questa affermazione è veritiera immaginiamo due curve di indifferenza (1 e 2) che si intersecano in un punto B.

Osserviamo i punti A e B presi sulla curva di indifferenza 1, essendo situati sulla stessa curva, deduciamo che garantiscono al consumatore uguale livello di soddisfazione.

Prendiamo, ora, un punto C sulla curva di indifferenza 2 ed affermiamo che in esso il consumatore ha la stessa soddisfazione che ha nel punto B, essendo i punti B e C situati sulla stessa curva di indifferenza.

Possiamo concludere che il consumatore ha la medesima soddisfazione sia che si trovi nel punto A, nel punto B e nel punto C, da ciò, e per i principi esposti, dobbiamo dedurre che i punti A, B e C si trovano sulla stessa curva di indifferenza e che, quindi, le curve 1 e 2 coincidono.

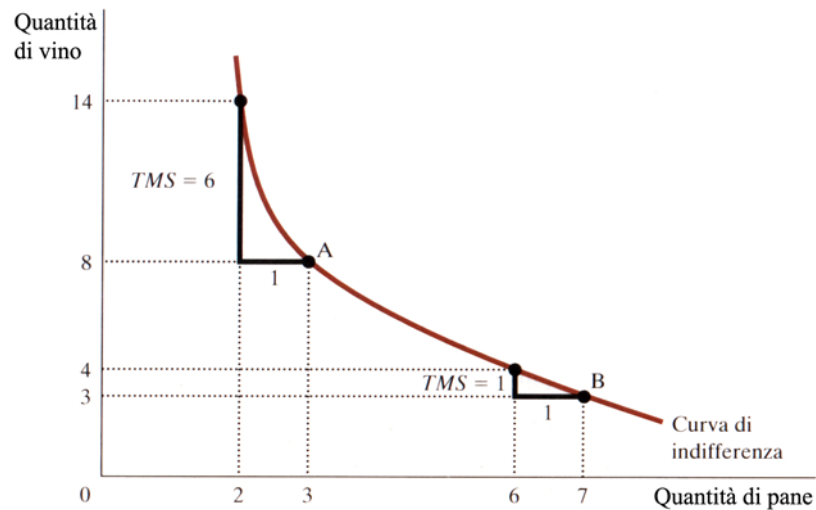
Proprietà 4. *Le curve di indifferenza hanno forma concava.*

L'inclinazione di una curva è il tasso marginale di sostituzione (TMS), cioè il tasso al quale il consumatore è disposto a scambiare un bene con un altro.

Il tasso marginale di sostituzione di solito dipende dalla quantità di un bene che il consumatore ha a disposizione: gli individui tendenzialmente scambiano i beni di cui dispongono in abbondanza, di conseguenza le curve di indifferenza avranno una forma concava.

Nella figura sotto riportata: il consumatore dispone di una grande quantità di vino (nel caso 6 litri, quindi il TMS del vino al pane è 6), viceversa, al punto B il consumatore ha molto pane e poco vino, quindi per convincerlo a cedere un kg di pane basterà offrirgli un numero inferiore di litri di vino (nel nostro esempio, un solo litro di vino, quindi il TMS del vino al pane è 1).

Per questo motivo la concavità della curva di indifferenza riflette la maggior disponibilità del consumatore a scambiare ciò di cui si dispone in maggiori quantità.



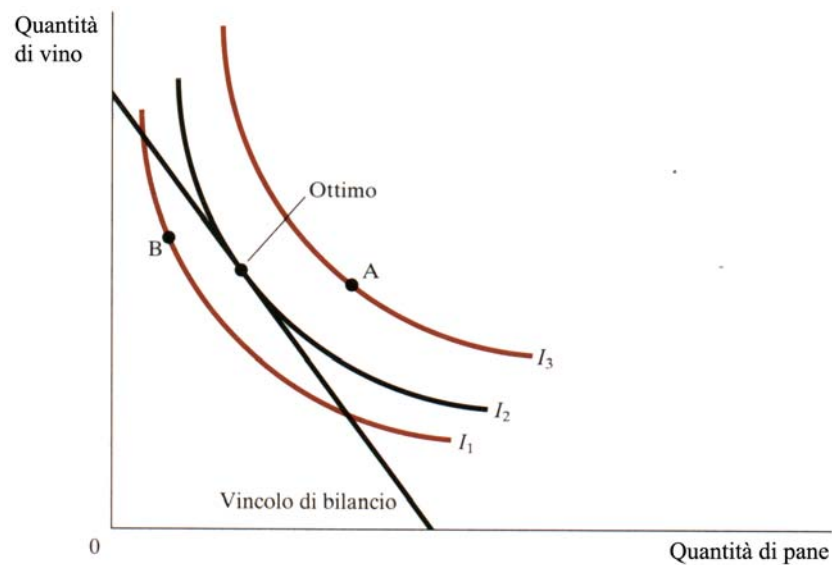
LA SCELTA OTTIMALE DEL CONSUMATORE

Il consumatore vorrebbe procurarsi la migliore combinazione possibile tra pane e vino, ovvero quella che si colloca sulla curva di indifferenza più alta. Ma il consumatore deve tener conto anche del vincolo di bilancio, che misura il totale del reddito a sua disposizione. La successiva figura, a fine paragrafo, ci mostra il vincolo di bilancio del consumatore e tre delle sue molteplici curve di indifferenza. Il livello di soddisfazione più elevato che il consumatore può raggiungere è rappresentato dalla curva di indifferenza che tocca in un solo punto il vincolo di bilancio (nella figura sotto la curva I_2). Il punto nel quale la curva di indifferenza e il vincolo di bilancio si toccano è detto *ottimo*: il consumatore preferirebbe collocarsi al punto A, ma non lo può fare perché è al

di fuori del vincolo di bilancio; potrebbe, invece, permettersi la combinazione descritta al punto B, ma questo si trova su una curva di indifferenza più bassa, e quindi, gli offre meno soddisfazione. Il punto ottimo rappresenta la migliore combinazione possibile di pane e vino, dato il reddito del consumatore.

Si noti che, al punto di ottimo (quello per il quale diciamo che la curva di indifferenza è tangente al vincolo di bilancio) l'inclinazione della curva di indifferenza e quella del vincolo di bilancio sono uguali. L'inclinazione della curva di indifferenza è il tasso marginale di sostituzione tra pane e vino, ne consegue che il consumatore sceglie sempre la composizione di beni per la quale il tasso marginale di sostituzione è uguale al prezzo relativo.

Il prezzo relativo è il tasso al quale il mercato è disposto a scambiare un bene per l'altro, mentre il tasso marginale di sostituzione è quello per il quale il consumatore stesso è disposto a farlo. Nel punto di ottimo la valutazione che il consumatore dà ai due beni (misurata dal tasso marginale di sostituzione) è corrispondente a quella che ne dà il mercato (misurata con il prezzo relativo).



UTILITÀ E PREFERENZE DEL CONSUMATORE

Con le curve di indifferenza abbiamo rappresentato le preferenze del consumatore.

Un altro modo per esprimere l'utilità è quello di definirla quale *misura astratta della soddisfazione o della felicità che un consumatore riceve da una paniere di beni*.

Secondo le teorie di diversi economisti, un consumatore preferisce un paniere di bene ad un altro se il primo gli fornisce una utilità maggiore rispetto al secondo.

Le curve di indifferenza e l'utilità sono fortemente correlate poiché il consumatore preferisce qualsiasi paniere collocato su una curva di indifferenza più elevata rispetto a qualunque paniere che si trovi su una curva più bassa, quindi l'utilità tratta della curva di indifferenza più elevata è maggiore rispetto a quella tratta dalla curva di indifferenza più bassa.

In effetti le curve di indifferenza potrebbero essere chiamate anche "curve di uguale utilità". L'inclinazione della curva di indifferenza (tasso marginale di sostituzione) riflette il rapporto tra l'utilità marginale di due beni.

DOMANDA DI BENI

Si possono domandare beni o servizi secondo i gusti (preferenze) dei consumatori, secondo il reddito che lo stesso consumatore possiede, secondo il prezzo relativo del singolo bene ed al prezzo relativo degli altri beni.

Una tale assunzione, qui affermata al solo fine esercitativo, è riduttiva poiché, come si sa, tante altre variabili possono indirizzare il consumatore a richiedere (domandare) un determinato bene o servizio.

Assunto, dunque, che le scelte del consumatore (curve di indifferenze), sono state ottimizzate secondo il vincolo di bilancio (Reddito speso per acquisire due beni che indicheremo con X_1 e X_2) e quindi assunta la naturale conclusione che le scelte ottime sono funzione del Reddito e dei prezzi dei beni, possiamo affermare che :

Le funzioni di domanda del consumatore esprimono le quantità ottime di ciascun bene in funzione dei prezzi e del reddito.

Le funzioni dei due beni indicate con $f(X_1)$ e $f(X_2)$

$$\begin{array}{l} f(X_1) \Rightarrow X_1 \{p_1; p_2; R\} \\ f(X_2) \Rightarrow X_2 \{p_1; p_2; R\} \end{array}$$

sono funzioni che dipendono dal prezzo proprio del bene X_1 , dal prezzo del bene X_2 e dal Reddito posseduto dal consumatore.

**VARIAZIONI DELLA DOMANDA AL VARIARE DEL REDDITO
(COSTANTI P_1 e P_2) -**

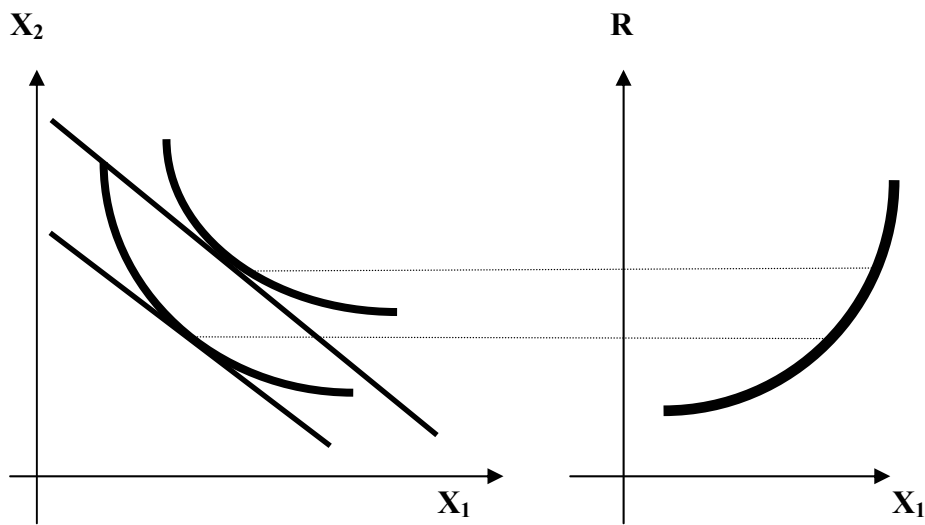
Curva di ENGEL

- 1. Beni normali**
beni la cui domanda aumenta all'aumentare del Reddito

$$X_1 \uparrow R \uparrow$$

La quantità domandata del bene varia nella stessa direzione del reddito

$$\frac{\Delta X_1}{\Delta R} > 0$$

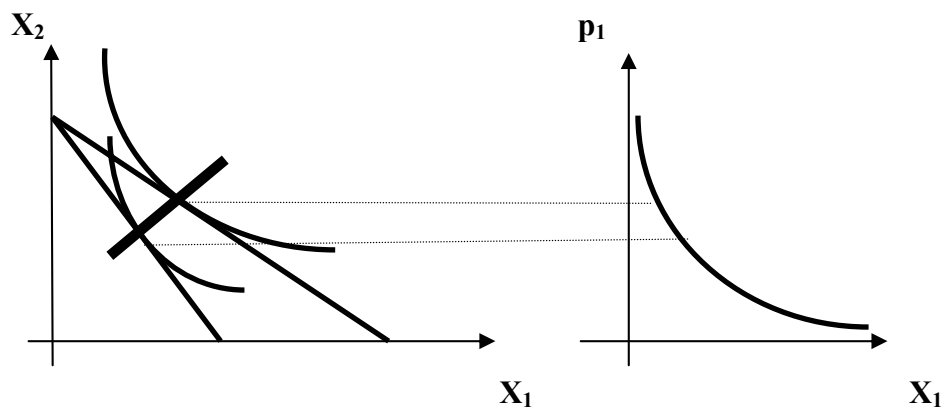


- 2. Bene ordinario**
bene la cui domanda diminuisce quando aumenta il suo prezzo

$$X_1 \downarrow p_1 \uparrow$$

La quantità domandata del bene varia nella direzione opposta al suo prezzo

$$\frac{\Delta X_1}{\Delta p_1} < 0$$

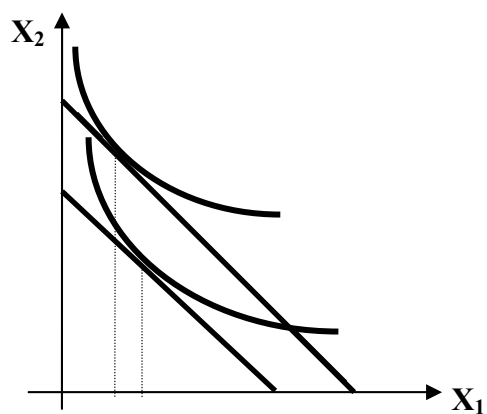


3. Beni inferiori
bene la cui domanda diminuisce all'aumentare del Reddito

$$X_1 \downarrow R \uparrow$$

Esempio: mortadella---carne

Baracche-----Abitazione

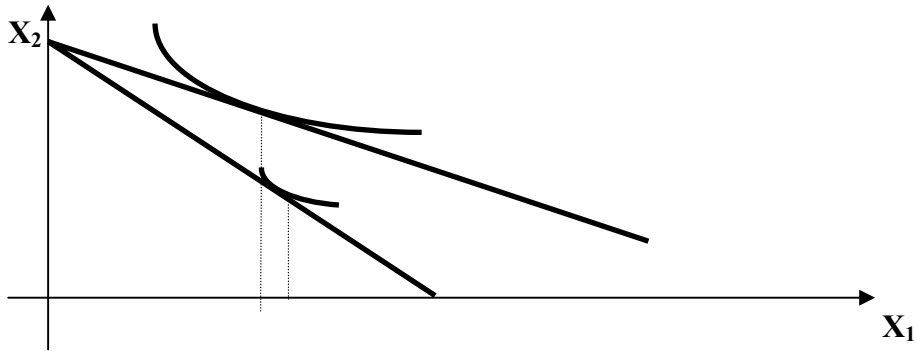


4. **Beni inferiori**
bene la cui domanda diminuisce al diminuire del prezzo

$$X_1 \downarrow p_1 \downarrow$$

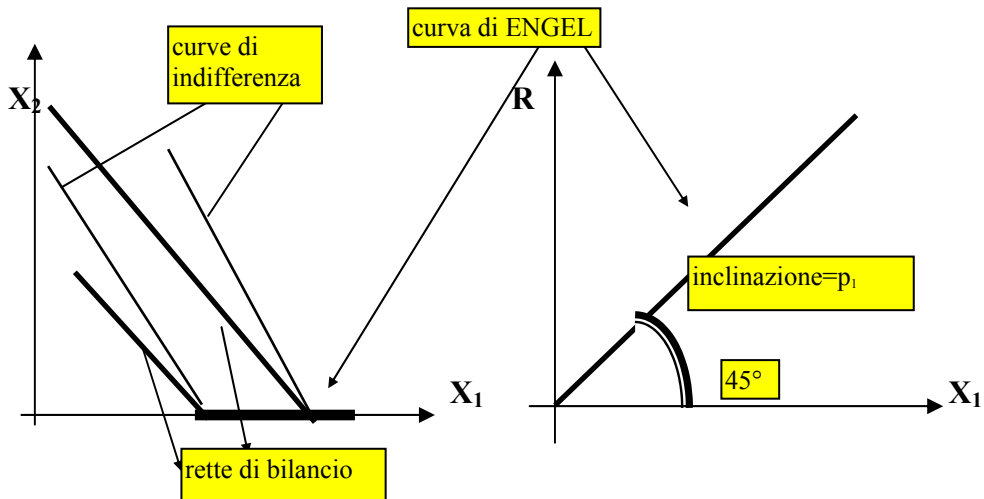
Esempio: mortadella---carne

Baracche-----Abitazione



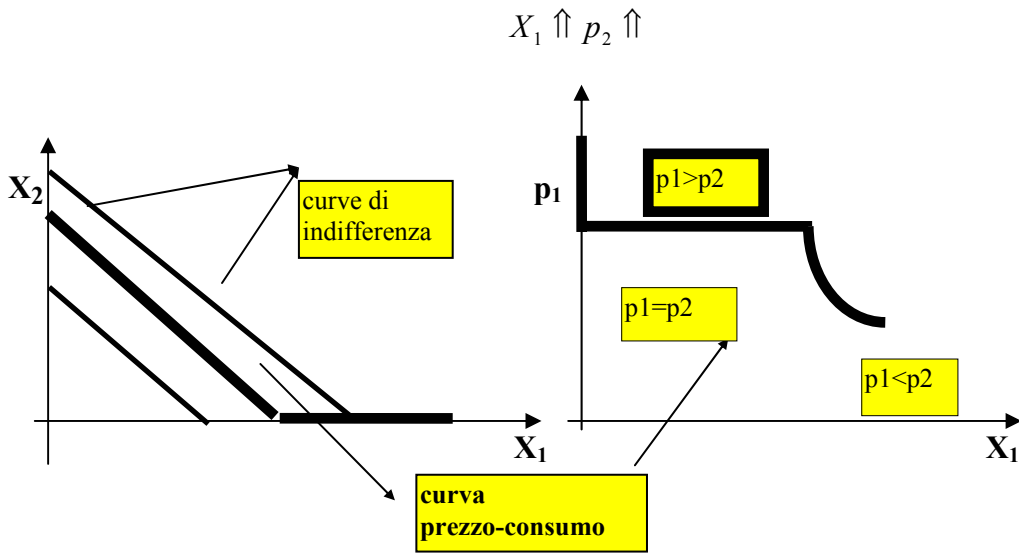
5. **Perfetti sostituti**
bene la cui domanda aumenta all'aumentare del reddito

$$X_1 \uparrow R \uparrow$$



6. Perfetti sostituti

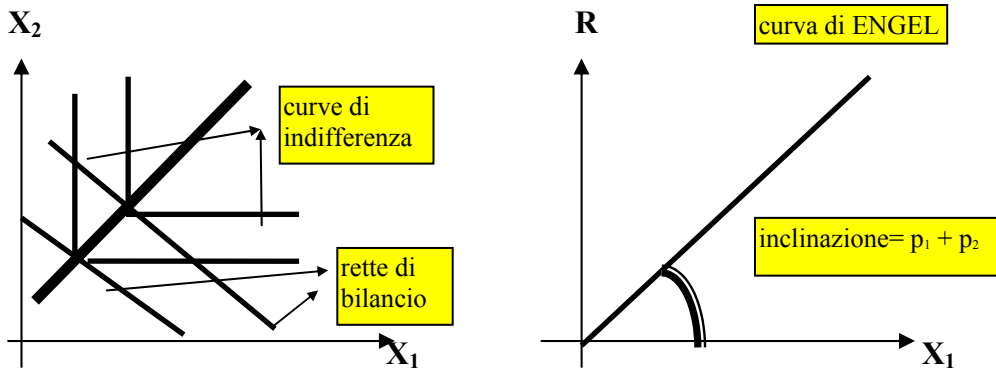
bene la cui domanda aumenta all'aumentare del prezzo dell'altro bene



7. Perfetti complementi

bene la cui domanda diminuisce all'aumentare del Reddito

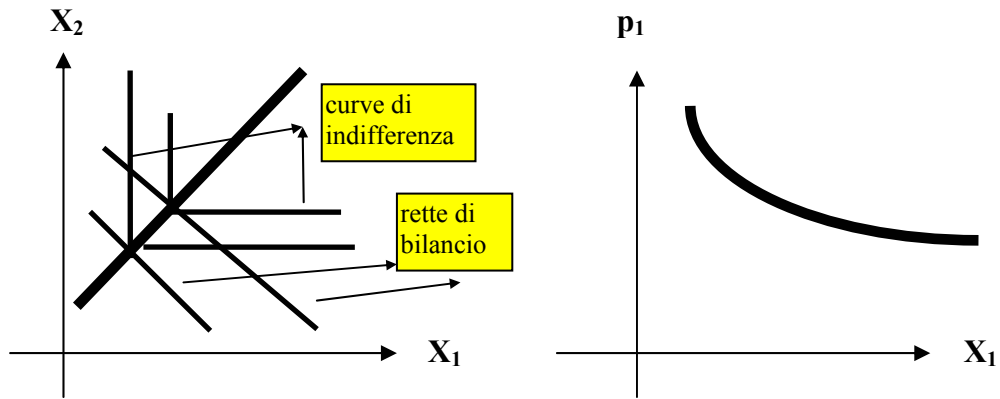
$X_1 \downarrow R \uparrow$



8. Perfetti complementi

bene la cui domanda diminuisce all'aumentare dell'altro prezzo

$$X_1 \downarrow p_2 \uparrow$$



VARIAZIONE DEL PREZZO DI UN BENE

Curva di MARSHALL

1 Bene ordinario

bene la cui domanda diminuisce quando aumenta il suo prezzo

$$X_1 \downarrow p_1 \uparrow$$

La quantità domandata del bene varia nella direzione opposta al suo prezzo

$$\frac{\Delta X_1}{\Delta p_1} < 0$$

2 Bene inferiore

bene la cui domanda diminuisce al diminuire del prezzo

$$X_1 \downarrow p_1 \downarrow$$

Esempio:

Mortadella---Carne

Baracche-----Abitazione

3 Perfetti sostituti

beni la cui domanda aumenta all'aumentare del prezzo dell'altro bene

$$X_1 \uparrow p_2 \uparrow$$

Esempio:

Il consumatore è indifferente nell'acquisire Matite rosse e matite bleu (consumatore indifferente al colore)

la domanda del bene uno è uguale :

- a. a zero quando $p_1 > p_2$;
- b. una qualsiasi quantità sulla retta di bilancio quando $p_1 = p_2$ e R / p_1 quando $p_1 < p_2$)

$$\frac{\Delta X_1}{\Delta p_2} > 0$$

4 Perfetti complementi beni la cui domanda diminuisce all'aumentare dell'altro prezzo

$$X_1 \downarrow p_2 \uparrow$$

Esempio:

Scarpa destra e scarpa sinistra (il consumatore domanda la stessa quantità sia del bene uno, che del bene due)

$$\frac{\Delta X_1}{\Delta p_2} < 0$$

La domanda del bene uno sarà:

$$x_1 = \frac{R}{p_1 + p_2}$$

Dove se consideriamo P_2 e R costanti si può rappresentare la curva **Prezzo-Consumo**.

5 Beni discreti

Al diminuire del prezzo del primo bene (x_1) si determinerà un prezzo (PREZZO DI RISERVA-PREZZO MINIMO) in corrispondenza del quale il consumatore è indifferente al suo acquisto o alla sua rinuncia.

APPLICAZIONE

Preferenze quasi lineari rappresentate dalla funzione di utilità :

$$u\{x_1; x_2\} = v(x_1) + x_2$$

Soggetta al vincolo di bilancio

$$p_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 = R$$

Sostituendo nella funzione di utilità il valore $x_2 = \frac{R}{p_2} - \frac{p_1 \cdot x_1}{p_2}$

si ottiene:

$$U = v(x_1) + \frac{R}{p_2} - \frac{p_1 \cdot x_1}{p_2}$$

differenziando si otterrà:

$$\frac{\partial U}{\partial x_1} = U' = v'(x_1) - \frac{p_1}{p_2}$$

che uguagliata a zero

$$v'(x_1) = \frac{p_1}{p_2}$$

Esempio numerico

$$U = \ln X_1 + X_2$$

La formula espressa sviluppata diventa:

$$U'(x_1) = \frac{1}{x_1}$$

$$\frac{1}{x_1} = \frac{p_1}{p_2}$$

$$x_1 = \frac{p_2}{p_1}$$

$$p_1(x_1) = \frac{p_2}{x_1}$$

Sostituendo nel vincolo di bilancio si ottiene:

$$x_2 = \frac{R}{p_2} - \frac{\frac{p_2}{x_1} \cdot x_1}{p_2} = \frac{R}{p_2} - 1$$

CASI POSSIBILI DI DOMANDA E OFFERTA

Se l'offerta resta costante, un aumento della domanda genera

- Aumenti di prezzi (quasi certo)**
- Aumenti del volume degli acquisti e delle vendite (non è sempre certo).**

Se la domanda resta costante, un aumento dell'offerta genera

- Diminuzione di prezzi (quasi certo)**
- Aumenti del volume degli acquisti e delle vendite (non è sempre certo).**

Dalle assunzioni sopra sintetizzate si fanno derivare i relativi spostamenti della curva della domanda e della curva di offerta.

1° CASO - COSTI COSTANTI

Un'industria che decide di aumentare la produzione utilizza gli stessi fattori della produzione

2° CASO - COSTI CRESCENTI E RENDIMENTI DECRESCENTI

3° CASO - OFFERTA ANELASTICA

Rendita Pura – Esiste quel solo bene

4° CASO - OFFERTA PIEGATA ALL'INDIETRO

Lavoratori che pagati di più lavorano di meno – migliore tecnologia che fa aumentare i salari

5° CASO - COSTI DECRESCENTI

Un aumento della domanda è seguito da economie di massa e da costi decrescenti (è tale l'eccezione della domanda che in aumento non genera aumenti di acquisti)

ELASTICITA' DELLA DOMANDA

L'elasticità della domanda rispetto al prezzo è un indicatore che spiega i Ricavi totali.

Essa è data dalle variazioni relative delle quantità rapportate alle variazioni relative dei prezzi.

Per variazioni relative delle quantità (valore percentuale) intendiamo il rapporto tra $\Delta q/q$; mentre per variazioni relative del prezzo intendiamo il rapporto tra $\Delta p/p$;

L'elasticità (di valore sempre negativo stante le variazioni dei prezzi opposte al segno delle variazioni delle quantità o viceversa) è data dunque dalla relazione:

$$\varepsilon = - (\Delta q / q) / (\Delta p / p)$$

L'elasticità spiega che se il valore è maggiore di uno i Ricavi Totali sono decrescenti, mentre se il valore è minore di uno i Ricavi totali aumentano.

Dove l'elasticità è pari ad uno i Ricavi Totali sono al loro punto Massimo.

Dunque, AL DIMINUIRE DEL PREZZO, possiamo cogliere la seguente relazione:

ELASTICITÀ $E = [\Delta q / q] / [\Delta p / p]$	RICAVI TOTALI $RT = p \cdot q$	RICAVI MARGINALI $P \cdot (1-1/e)$
$E = 1$ UNITARIA	MASSIMI	= 0
$E < 1$ ANELASTICA	CRESCENTI	< 0 NEGATIVI
$E > 1$ ELASTICA	DECRESCENTI	> 0 POSITIVI
$E = \infty$ Domanda orizzontale	I prezzi non variano	Rma = p
$E = 0$ Domanda verticale	Le quantità non variano	Rma = rigido

Nel tratto di domanda A-B si assume che

DOMANDA	PREZZI p	QUANTITA' q	VARIAZIONI DEI PREZZI Δq	VARIAZIONI DELLE QUANTITA' ΔP	RICAVI TOTALI RT	RICAVI MARGINALI $Rma = \frac{\Delta RT}{\Delta Q}$
A	3	5			15	
B	2	10	-1	+5	20	$5/5=1$

Muovendoci dal punto A al punto B, l'elasticità, presa in valore assoluto, risulterà pari a:

$$\varepsilon = - (\Delta q/q) / (\Delta p/p)$$

$$(\Delta q/q) = (5/5)$$

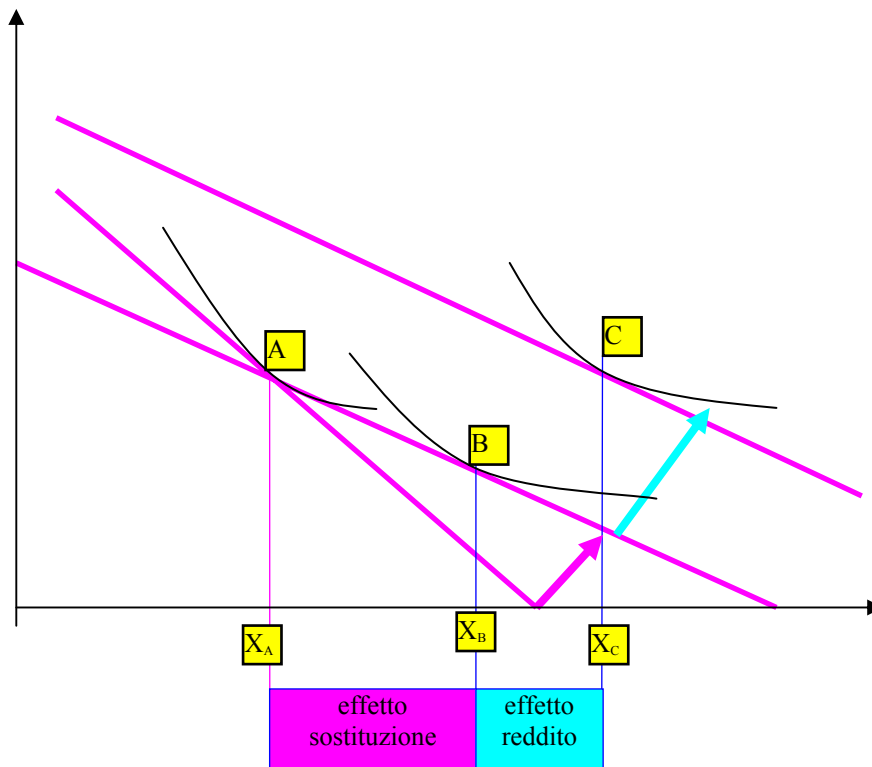
$$(\Delta p/p) = (1/3)$$

Il cui risultato finale, dopo aver eseguito i calcoli, sarà uguale a tre e quindi

$$\varepsilon = | - 3 |$$

Maggiore di 1 (**domanda elastica**)

Effetto reddito ed effetto sostituzione (SLUTSKY)



L'effetto di sostituzione rappresenta la variazione della domanda del bene x quando il suo prezzo è p' e, contemporaneamente, il reddito monetario è R'

$$\Delta x^s = x(p'; R') - x(p; R)$$

L'effetto reddito rappresenta la variazione della domanda del bene x al variare del reddito da R' a R quando il suo prezzo è mantenuto fisso a p'

$$\Delta x^R = x(p'; R) - x(p'; R')$$

Effetto Totale

$$\Delta x^T = \Delta x^S + \Delta x^R$$

$$\Delta x^T = x(p'; R') - x(p; R) + x(p'; R) - x(p'; R')$$

$$\Delta x^T = x(p'; R') - x(p; R) + x(p'; R) - x(p'; R')$$

$$\Delta x^T = x(p'; R) - x(p; R)$$

Esercizio

$$p'_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 = R'$$

$$p_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 = R$$

$$R' - R = p'_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 - (p_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2)$$

$$R' - R = p'_1 \cdot x_1 - p_1 \cdot x_1$$

$$R' - R = (p'_1 - p_1) \cdot x_1$$

$$\Delta R = x \cdot \Delta p$$

Reddito	$R = 120$
prezzo	$p = 3$
domanda	$x = 10 + R / 10 \cdot p$

$$x = 10 + 120 / 10 \cdot 3$$

$$x = 10 + 120 / 30$$

$$x = 10 + 4$$

$$\boxed{X_A = 14 \text{ al prezzo } 3}$$

il prezzo (p') scende a 2

$$x = 10 + 120 / 10 \cdot 2$$

$$x = 10 + 120 / 20$$

$$x = 10 + 6$$

$$\boxed{X_C = 16 \text{ al prezzo } 2}$$

se il consumatore volesse mantenere inalterata la propria quantità iniziale, il reddito da spendere risulterebbe:

$$\text{VARIACIONI DI QUANTITÀ} = 16 - 14 = 2$$

$$\text{VARIAZIONI DI PREZZO} = 3 - 2 = 1$$

$$(R - R') = x \cdot (p - p')$$

$$(120 - R') = 14 \cdot (3 - 2)$$

$$R' = 120 - 14$$

$$R' = 106$$

$$x = 10 + 106 / 10 \cdot 2$$

$$x = 10 + 106 / 20$$

$$x = 10 + 5,3$$

$$\boxed{X_B = 15,3 \text{ al prezzo } 2}$$

$$p'_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 = R'$$

$$p_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 = R$$

$$R' - R = p'_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 - (p_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2)$$

$$R' - R = p'_1 \cdot x_1 - p_1 \cdot x_1$$

$$R' - R = (p'_1 - p_1) \cdot x_1$$

$$\Delta R = x \cdot \Delta p$$

L'effetto sostituzione:

$$\boxed{\Delta x^s = x(p'; R') - x(p; R)}$$

$$\Delta x^s = x(2; 106) - x(3; 120)$$

$$\Delta x^s = 10 + 106 / (10 \cdot 2) - 10 + 120 / (10 \cdot 3)$$

$$\Delta x^s = 15,3 - 14$$

$$\Delta x^s = 1,3$$

L'effetto di reddito rappresenta la variazione della domanda del bene x al variare del reddito da R' a R quando il suo prezzo è mantenuto fisso a p'

$$\Delta x^R = x(p'; R) - x(p'; R')$$

$$\Delta x^R = x(2; 120) - x(2; 106)$$

$$\Delta x^R = 10 + 120/10 \cdot 2 - 10 + 106/10 \cdot 2$$

$$\Delta x^R = 16 - 15,3$$

$$\Delta x^R = 0,7$$

Effetto Totale

$$\Delta x^T = \Delta x^S + \Delta x^R$$

$$\Delta x^T = x(2; 120) - x(3; 120)$$

$$\Delta x^T = 16 - 14$$

$$\Delta x^T = 2 = \Delta x^S + \Delta x^R = 1,3 + 0,7 = 2$$

SEGNO DELLE VARIAZIONI

BENI	PREZZO IN DIMINUZIONE	PREZZO IN AUMENTO	NOTE
NORMALI SOSTITUZIONE EFFETTO REDDITO EFFETTO TOTALE	+ + +	- - -	
INFERIORI SOSTITUZIONE EFFETTO REDDITO EFFETTO TOTALE	+ - ?	- + ?	Se - bene GIFFEN
SOSTITUTI SOSTITUZIONE REDDITO EFFETTO TOTALE	+ 	- 	Effetto Reddito = effetto sostituzione
COMPLEMENTI SOSTITUZIONE REDDITO EFFETTO TOTALE	+ 	- 	Effetto Reddito = effetto sostituzione

L'effetto di sostituzione rappresenta la variazione della domanda del bene x quando il suo prezzo è p' e contemporaneamente il reddito monetario è R'

$$\Delta x^S = x(p'; R') - x(p; R)$$

L'effetto di reddito rappresenta la variazione della domanda del bene x al variare del reddito da R' a R quando il suo prezzo è mantenuto fisso a p'

$$\Delta x^R = x(p'; R) - x(p'; R')$$

Effetto Totale

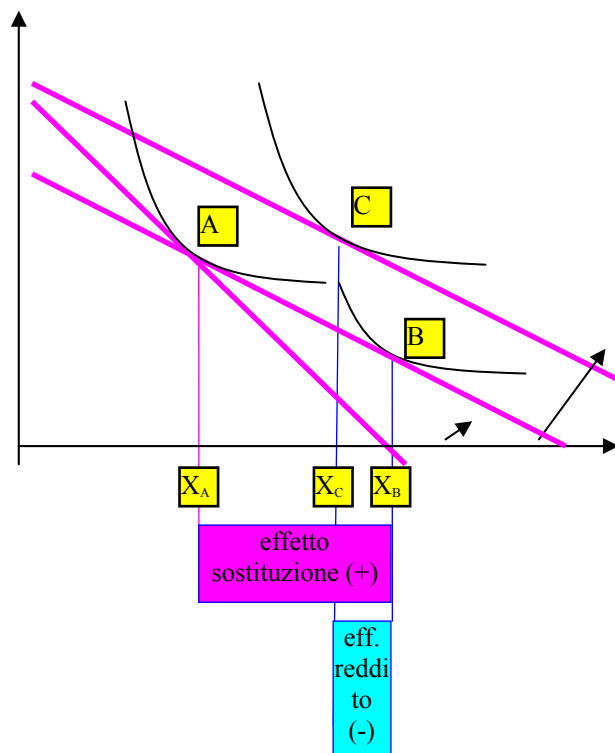
$$\Delta x^T = \Delta x^S + \Delta x^R$$

$$\Delta x^T = x(p'; R') - x(p; R) + x(p'; R) - x(p'; R')$$

$$\Delta x^T = x(p'; R') - x(p; R) + x(p'; R) - x(p'; R')$$

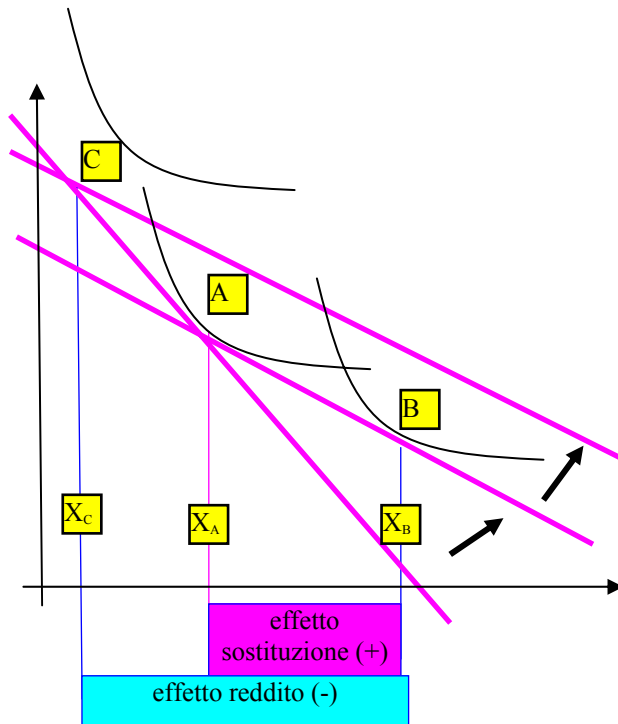
$$\Delta x^T = x(p'; R) - x(p; R)$$

BENE INFERIORE NON DI GIFFEN



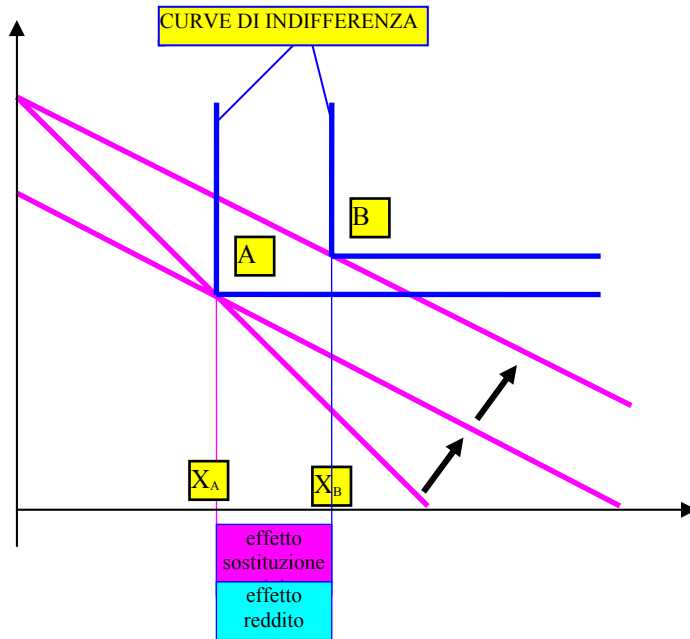
BENE INFERIORE NON DI GIFFEN

BENE INFERIORE DI GIFFEN



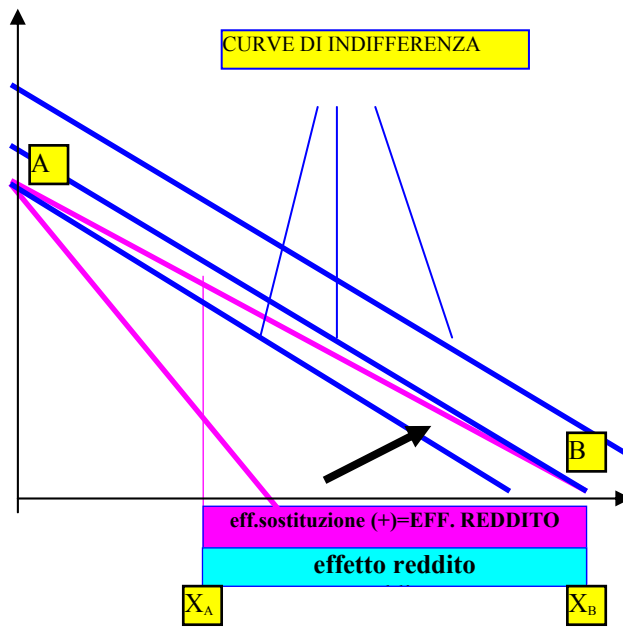
BENE INFERIORE DI GIFFEN

PERFETTI COMPLEMENTI



PERFETTI COMPLEMENTI

PERFETTI SOSTITUTI



PERFETTI SOSTITUTI

DOMANDA ED OFFERTA NELL'EQUILIBRIO

Dalle argomentazioni presentate, possiamo trarre un certo vantaggio per la trattazione dell'equilibrio tra domanda e offerta. L'obiettivo principale è quello di determinare le quantità ed i prezzi di equilibrio in una teoria (legge della domanda e dell'offerta) del comportamento del singolo mercato concorrenziale.

Conoscendo la generica funzione della domanda $2 \cdot P + Q = 14$ che rappresenta una relazione inversa tra la quantità (Q) e il prezzo (P)

dove

Q rappresenta la variabile dipendente (quantità domandate)

P rappresenta la variabile indipendente (prezzo)

possiamo individuare, dando valori arbitrari a P da sostituire nella relazione $Q = 14 - 2P$, i corrispondenti valori di Q.

In tabella vengono trascritti le coppie di valori (Q ; P) che appartengono alla funzione.

P	0	1	2	3	3,2	4	5	6	7
Q	14	12	10	8	7,6	6	4	2	0

Seguendo lo stesso procedimento per la funzione $12 \cdot P - 4 \cdot Q = 8$ ($Q = 2 + 3P$) che rappresenta una relazione diretta tra quantità e prezzi, possiamo individuare le coppie di valori (Q ; P) che appartengono a questa funzione.

I valori della retta dell'offerta vengono proposti nella seguente tabella:

P	0	1	2	3	3,2	4	5	6	7
Q	2	5	8	11	7,6	14	17	20	23

L'equilibrio si otterrà nel punto dove la domanda uguaglia l'offerta ovvero dove sia nella funzione della domanda che nella funzione dell'offerta si individua la stessa coppia (Q;P).

Procedere con tale metodo è sicuramente più laborioso che non con metodi quantitativi; infatti, in forma deterministica, l'uguaglianza tra la funzione della domanda e la funzione dell'offerta equivale alla risoluzione del sistema delle due equazioni a due incognite (Q; P)

$$\begin{cases} 2 \cdot P + Q = 14 \\ 12 \cdot P - 4 \cdot Q = 8 \end{cases} ;$$

che risolta con un qualsiasi metodo (confronto, Kramer, sostituzione) accelera la risoluzione.

Utilizzando, qui, il metodo del confronto (la prima equazione va moltiplicata per 4 e sommata membro a membro alla seconda equazione) arriviamo al seguente risultato:

$$\begin{cases} 8 \cdot P + 4 \cdot Q = 56 \\ 12 \cdot P - 4 \cdot Q = 8 \end{cases} ; \quad 20 \cdot P = 64 ; \quad P = \frac{64}{20} = 3,2$$

Tale valore sostituito o nell'equazione della domanda ($2 \cdot P + Q = 14$ ovvero $Q = 14 - 2 \cdot P$) o nell'equazione dell'offerta ($12 \cdot P - 4 \cdot Q = 8$ ovvero $Q = -2 + 3 \cdot P$) consente di determinare le identiche quantità (7,6) corrispondenti al prezzo 3,2.

Nella funzione della domanda	Nella funzione dell'offerta
$Q = 14 - 2 \cdot P$	$Q = -2 + 3 \cdot P$
$Q = 14 - 2 \cdot 3,2 = 14 - 6,4 = 7,6$	$Q = -2 + 3 \cdot 3,2 = 2 + 7,6$

Il prezzo ($P = 3,2$) e la quantità ($Q = 7,6$) rappresentano l'equilibrio tra la domanda e l'offerta ovvero rappresentano un punto (intersezione) in cui domanda e offerta hanno le stesse coordinate.

...ancora un esercizio

Sono dati:

$$\text{DOMANDA} \text{ -----} \rightarrow 2 \cdot Y + X = 14$$

$$\text{OFFERTA} \text{ -----} \rightarrow 12Y - 4 \cdot X = 9$$

Determinare l'equilibrio Y-X

SVOLGIMENTO:

$$\left\{ \begin{array}{l} 2 \cdot Y + X = 14 \\ 12 \cdot Y - 4 \cdot X = 9 \end{array} \right.$$

moltiplicando la prima equazione per 6

$$-12 \cdot Y - 6 \cdot X = -84$$

$$12 \cdot Y - 4 \cdot X = 9$$

sommando membro a membro

$$-10 \cdot X = -75$$

$$X = \frac{-75}{-10} = \frac{15}{2} = 7,5$$

$$\text{sostituendo } Y = \frac{3}{4} + \frac{15}{2} \cdot \frac{1}{3} = \frac{9+30}{12} = \frac{13}{4} = 3,25$$

N.B.

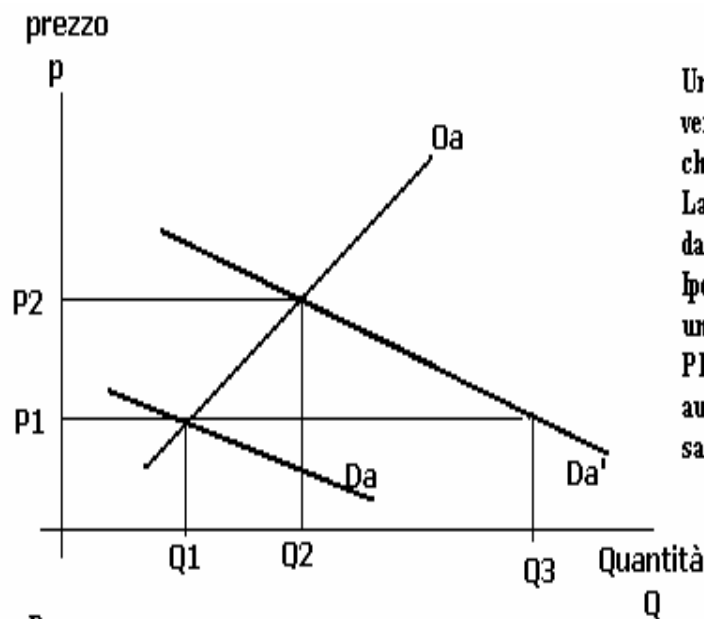
Se viene applicata una tassazione la curva di offerta deve essere maggiorata di tale tassazione. Assunto che la curva di offerta é data dalla relazione: $Y = \frac{3}{4} + \frac{X}{3}$, in

presenza di tassazione (T) la curva di offerta diventa: $Y = \frac{3}{4} + \frac{X}{3} + T$.

In conclusione affermiamo che, quando quantità domandata e quantità offerta si uguagliano, il mercato è in una situazione di equilibrio; viceversa, se la quantità domandata non uguaglia la quantità offerta, il mercato è in una condizione di disequilibrio e la teoria elementare della legge del mercato concorrenziale esprime le seguenti ipotesi ed effetti:

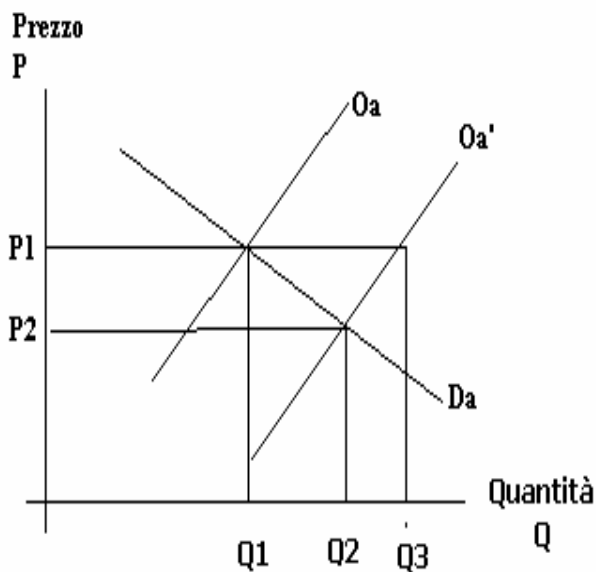
IPOTESI	EFFETTI
La curva di domanda è decrescente e continua	Esiste un solo punto (equilibrio) dove le quantità domandate uguagliano le quantità offerte
La curva di offerta è crescente e continua	Solo dove esiste equilibrio vi è stabilità nel prezzo
Un eccesso della domanda sull'offerta genera aumenti di prezzi	Se si registrano spostamenti o della domanda o della offerta o di entrambe, il prezzo e le quantità variano
Un eccesso dell'offerta sulla domanda genera una diminuzione dei prezzi	

SPOSTAMENTI DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA



Uno spostamento della curva di domanda in alto e verso destra determina incrementi sia nei prezzi che nelle quantità scambiate.

La condizione di equilibrio iniziale data dalla Da e dalla Oa individua la coppia di equilibrio $P1Q1$. Ipotizzando lo spostamento da Da a Da' si genera un eccesso di domanda pari a $(Q3 - Q1)$ al prezzo $P1$. L'eccesso di domanda provoca un aumento dei prezzi fino a $P2$. Il nuovo equilibrio sarà nel punto $P2Q2$.



Uno spostamento della curva di offerta in basso e verso destra determina un incremento nelle quantità ed una diminuzione nei prezzi.

La condizione di equilibrio iniziale data dalla Da e dalla Oa individua la coppia di equilibrio $P1Q1$. Ipotizzando lo spostamento da Oa ad Oa' si genera un eccesso di offerta pari a $(Q3 - Q1)$ pari al prezzo $P1$. L'eccesso di offerta provoca una diminuzione del prezzo fino a $P2$.

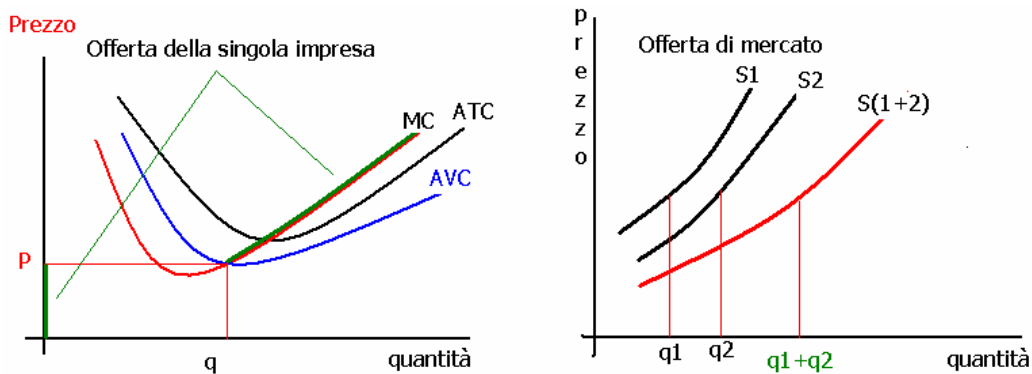
Con la diminuzione del prezzo la quantità offerta $Q3$ diminuisce mentre la quantità domandata $Q1$ aumenta. Il nuovo equilibrio sarà dunque nella coppia $P2Q2$.

Premessa

Obiettivo specifico di questo capitolo è determinare la curva di offerta della singola impresa prima e dell'industria poi.

Affermeremo il concetto secondo il quale la curva di offerta della singola impresa è rappresentata dal tratto ascendente del costo marginale (MC) che parte dal costo medio variabile (AVC) e che fino al raggiungimento del prezzo minimo P l'offerta dell'impresa che entra nel mercato è nulla.

Affermeremo, inoltre, che l'offerta di mercato è rappresentata dalla somma orizzontale degli output prodotti dalle singole imprese e ci informa che all'aumentare del prezzo ogni singola impresa produce di più e nuove imprese entrano nel mercato.



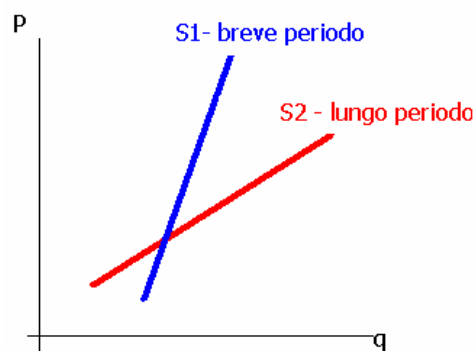
Nel grafico a sinistra viene rappresentata la curva di offerta della singola impresa, mentre nel grafico a destra la curva di offerta globale del mercato. La prima è costituita dal tratto verticale che parte dall'origine degli assi e si estende fino al livello del prezzo

dato P (tale tratto identifica l'ingresso di nuove imprese che non producono) nonché dal tratto ascendente del costo marginale (MC) che parte dal costo medio variabile (AVC); la seconda curva di domanda, quella che rappresenta l'intero mercato e quindi l'insieme della produzione delle singole imprese, si identifica con la curva $S(1+2)$. Nella rappresentazione grafica vengono anche evidenziate altre funzioni i cui simboli vengono di seguito specificati.

MC	Costi marginali
AVC	Costi variabili medi
ATC	Costi totali medi
P	Prezzo
q_1	Quantità prodotta dalla prima impresa (settore 1)
q_2	Quantità prodotta dalla seconda impresa (settore 2)
q_1+q_2	Quantità prodotta dall'industria
S_1	Offerta dell'impresa 1 (settore 1)
S_2	Offerta dell'impresa 2 (settore 2)

Per impresa intendiamo il singolo produttore che opera nel mercato (offerta di impresa), mentre per industria intendiamo l'insieme di più imprese (offerta di mercato).

In particolare distingueremo tra breve periodo e lungo periodo nella logica che le imprese, nel lungo periodo, hanno più possibilità di effettuare aggiustamenti in risposte a variazioni di prezzo per cui osserveremo una curva più elastica rispetto alla curva di offerta di breve periodo



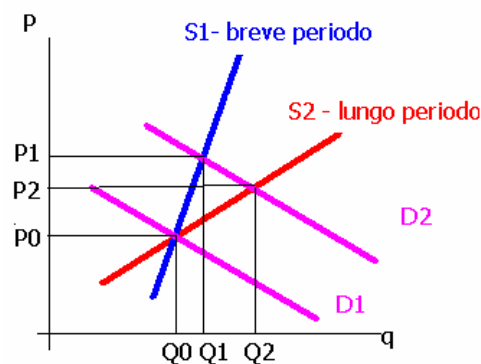
Ogni impresa, pur soggetta a vincoli – tecnologici, normativi, di mercato, etc - prende due decisioni una legata alla produzione (deve stabilire quanto produrre), l'altra legata alla convenienza economica (a quale prezzo vendere la quantità prodotta).

Ove l'impresa non fosse soggetta a vincoli, si comprende induttivamente, essa praticherebbe un alto prezzo e le quantità risulteranno le più elevate o, comunque, rapportate al massimo impiego dei mezzi di produzione a propria disposizione.

Il prezzo fissato e le quantità vendute determinano la domanda della singola impresa diversa dalla domanda di mercato che esprime le quantità di un bene che i consumatori intendono acquistare in corrispondenza di ciascun prezzo.

L'equilibrio di mercato, di fronte a variazioni di domande verso l'alto, risulterà a prezzi più elevati per il breve periodo, più bassi per il lungo periodo e con maggiori quantità rispetto al breve periodo. Se poi la curva di offerta di lungo periodo è perfettamente elastica allora si coglieranno variazioni unicamente nelle quantità che ad aumento di domanda da D_1 a D_2 passeranno da q_1 a q_2 .

Dal grafico viene espressa la sintesi appena proposta.



Il principio di libera concorrenza.

Nel linguaggio comune concorrenza, o competition, consiste nella rivalità tra imprese che concorrono o competono per clienti o mercati.

Esistono due principali tipi di concorrenza:

- 1) La concorrenza perfetta (perfect competition) che consiste in una situazione di mercato nella quale il numero dei venditori e degli acquirenti è molto grande ed i prodotti offerti dai venditori sono omogenei (o indistinguibili) e dove nessuna impresa è in grado di influenzare il prezzo di mercato. Il prezzo è dato (*Price taker*) e non può essere modificato.
- 2) La concorrenza imperfetta (imperfect competition) consiste invece nella condizione in cui almeno un venditore è tanto forte da influenzare il prezzo di mercato e di conseguenza il termine concorrenza imperfetta denota qualsiasi tipo di imperfezione: monopolio puro, oligopolio o concorrenza monopolistica, (che consiste in una struttura di mercato in cui è presente un gran numero di venditori che offrono beni e servizi che sono sucedanei stretti ma non perfetti, cosicché ciascuna impresa può esercitare un certo effetto sul prezzo)¹.

La differenza sostanziale fra la concorrenza perfetta e la concorrenza imperfetta consiste nel fatto che nel primo mercato ciascun offerente dei beni e servizi non può influire sul prezzo dei prodotti identici od omogenei, mentre nel secondo mercato è possibile, da parte di alcune delle imprese che operano in esso, modificarlo.

L'imperfezione della concorrenza dipende, fondamentalmente, da due tipi di cause:

- Causa soggettiva che riguarda le imprese
- Causa oggettiva che riguarda i prodotti.

¹ Paul A Samuelson - William D Nordhaus, Zanichelli, 1992

Costituiscono requisiti soggettivi

- la capacità produttiva dell'impresa (le grandi imprese possono semplicemente produrre e vendere a prezzo più basso a discapito di quelle più piccole che non possono sopravvivere);
- il possesso di know-how o brevetti che escludono gli altri concorrenti dal potere commercializzare gli stessi prodotti o servizi;
- le possibilità finanziarie e l'accesso a strumenti finanziari che permettono di aggredire i mercati con massicce campagne promozionali influenzando la volontà di acquisto dei consumatori.

Costituiscono requisiti oggettivi

- la identità o differenziazione dei prodotti e servizi ceduti, l'estensione territoriale dei mercati (tenendo conto che la differenziazione dovuta agli effetti del marchio provoca influenza sul prezzo e la maggiore o minore estensione territoriale genera una saturazione o meno della domanda di prodotti);
- l'esistenza di barriere normative che precludono la concorrenza ad altri soggetti (restrizioni legali, dazi, limitazioni degli accessi e sbocchi al mercato, riserva di esclusiva solo a determinate categorie di soggetti, etc..);
- la data di ingresso nel mercato (essendo evidente che la esistenza pluriennale di un'azienda sul mercato può favorirla nello smercio dei suoi prodotti grazie alla componente abitudinale dei consumatori).

E' universalmente riconosciuto, inoltre, che il monopolio e l'oligopolio, species del genus concorrenza imperfetta, mantengono la produzione ad un livello troppo basso, cosicché il concorrente imperfetto gode di una rendita mantenendo il prezzo al di sopra del costo marginale e massimizzando così il proprio profitto personale, nonché imponendo ai consumatori dei costi economici che non sono giustificati.

Al contrario, nella concorrenza perfetta o libera, le imprese forniscono alla gente ciò che essa vuole di più producendo esattamente fino al punto di equilibrio in cui il prezzo del prodotto o servizio è uguale al costo marginale.

Dunque, i monopoli e gli oligopoli causano uno spreco economico restringendo la produzione e imponendo un prezzo maggiore (e prezzo in molti casi vuol dire accessibilità o negazione della accessibilità al prodotto o servizio da parte del consumatore, con la drastica conseguenza di escludere tutta una fascia più debole dal potere accedere a quei prodotti o servizi).

Non sorprende più apprendere che la maggior parte dei paesi capitalistici (in prima fila gli USA) su suggerimento degli economisti, abbiano posto dei freni di contenimento al potere di mercato ed alla concorrenza imperfetta.

Uno dei motivi è il fatto che un grande potere economico nelle mani di singole imprese o associazioni di imprese e categorie significa anche grande potere politico nelle mani delle stesse.

L'esperienza insegna che l'investimento in potere politico dei detentori del potere economico provoca ineluttabilmente un ritorno economico nelle mani degli stessi, tramite leggi e provvedimenti a loro favorevoli.

Non meraviglia perciò che da decenni, ormai, in quasi tutte le economie miste, i poteri pubblici abbiano tentato di mettere a freno i monopoli emanando leggi antitrust e curandone l'applicazione.

La vera patria della politica antimonopolistica sono gli USA dove esistono da oramai più di cento anni provvedimenti legislativi operanti nel settore. Il primo provvedimento fu la cosiddetta legge Sherman del 1890, emendata successivamente.

In seguito intervenne la legge Clayton del 1914 e la legge sulla Commissione Federale per il Commercio, anch'essa successivamente emendata.

La legge Sherman rese illegale ogni contratto, concentrazione sotto forma di cartello o altro, o collusione, volta a limitare gli scambi o il commercio fra i vari stati, o con nazioni estere. Non essendoci certezza e chiarezza sul concetto di legalità fu emanata la legge Clayton del 1914. Questa legge esentò esplicitamente i sindacati dei lavoratori dalla disciplina antitrust. Sempre nel 1914 fu istituita la Commissione Federale del commercio con il compito di impedire la concorrenza sleale.

Le sentenze antitrust definirono ben presto il concetto di condotta illegale e di atti proibiti (fissazione dei prezzi, riduzione della produzione, ripartizione dei mercati, contratti vincolati, discriminazione dei prezzi etc.).

La Corte Suprema tuttavia, nel sentenziare contro forme di fusione e monopoli enunciò l'importante regola della ragione, secondo cui solo le limitazioni irragionevoli del commercio dovevano essere ritenute illegali.

Le principali cause antimonopolistiche intentate negli USA nei confronti di IBM, AT&T, MICROSOFT, dimostrano chiaramente come negli USA il problema è sentito sia a livello istituzionale, sia a livello di privati cittadini.

In Europa l'esigenza di una normativa antitrust è stata fortemente voluta fin dall'origine statutaria della Comunità Economica Europea.

Due articoli dei Trattati di Roma del 1957 sono interamente dedicati alle regole antimonopolistiche. Gli art 85 e 86 infatti hanno unicamente questo scopo.

Mentre le sanzioni contro gli accordi e le pratiche di cartello oggetto dell'articolo 85 sono la nullità delle stesse, con possibile applicazione di multe, le violazioni dell'articolo 86 danno luogo ad ingiunzioni a desistere ed eventualmente a multe.

L'autorità preposta all'applicazione delle norme è affidata alla Commissione CE, salvo il diritto delle imprese di appellarsi alla Corte di Giustizia della Comunità.

A livello nazionale le regole vigenti in Italia sono dettate dalla legge 10 Ottobre 1997 n. 287 recante *Norme per la tutela della concorrenza e del mercato*, che ha previsto l'istituzione di una Autorità Garante della concorrenza e del mercato con poteri di vigilanza, indagine, diffida e sanzioni.

L'ambito di operatività di tale legge è residuale, e dunque le norme contenute nella stessa si applicano solo ove non trovino applicazione gli articoli del Trattato CE, dei regolamenti e degli atti comunitari con efficacia normativa equiparata. Esiste inoltre un dovere di informazione da parte della Autorità Garante nei confronti della Commissione CE quando ritenga che un fatto non rientri nell'ambito della sua competenza.

La legge antitrust 287/90 è dunque una legge tutta italiana che regola i fatti di rilevanza nazionale e che non interferiscono con interessi ultranazionali, ma i principi che regolano la interpretazione delle norme nostrane sono quelli dell'ordinamento della Comunità Europea in materia di disciplina della concorrenza.

Gli articoli 2 et 3 della legge vietano rispettivamente due comportamenti: uno consistente nel fare accordi ed intese che impediscano, falsino o restringano il gioco della concorrenza all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante (e si citano così concreti casi di accordi illegali). L'altro consistente nell'abusare di una posizione dominante di mercato (e si citano anche qua casi di abusi concreti).

Il legislatore inoltre si preoccupa di indicare, fra i soggetti interessati dalle norme, non solo le imprese, ma anche i consorzi, le associazioni, e gli altri organismi simili.

Tale dettato mostra la volontà precisa di non escludere dall'ambito dell'operatività le associazioni di categoria. L'unico caso di deroga alle intese di cartello è dato dalla possibilità dell'autorità di autorizzare le stesse quando esse diano luogo a miglioramenti nelle condizioni di offerta sul mercato che comportino un sostanziale beneficio per i consumatori o rendano competitive le imprese a livello internazionale. Si vede in questo dettato un eco del principio di ragionevolezza della Corte Suprema USA. Ma è una porta stretta quella della possibilità di deroga, pronta a chiudersi ogni qual volta si superi lo stretto necessario a perseguire tali fini.

Tutte le democrazie più avanzate e le economie miste hanno preferito un sistema di libera concorrenza che, se impossibile da realizzare nella sua purezza, quantomeno mitiga i deleteri effetti della concorrenza imperfetta o peggio del regime di monopolio pur in presenza di specifiche leggi antitrust.