

L'andamento della domanda e dell'offerta

1 Lo scambio: aspetti generali

Nelle moderne economie esistono individui che vendono i beni e altri che li comprano; gli acquisti avvengono in moneta, cioè vengono scambiati beni contro moneta. Lo scambio, quindi, prende la forma della compravendita.

La compravendita e il prezzo

La **compravendita** è uno scambio in cui un individuo (il venditore) vende un bene ad un altro individuo (il compratore); questi gli dà in cambio (cioè in pagamento) della moneta. Il **prezzo** di un bene è la quantità di moneta che il compratore del bene dà al venditore in cambio del bene stesso.

Se pago al libraio 25 euro per comprare un libro, 25 euro è il prezzo di quel libro.

Nelle economie primitive però non esiste la moneta, che è un prodotto della civiltà e dello sviluppo economico. Ora, se una società è tale che ogni individuo produce da sé tutti i beni di cui ha bisogno, non vi sarà alcuno scambio di merci tra gli individui. Ma anche nelle società primitive esiste in genere una certa *divisione del lavoro*; avviene, ad esempio, che un individuo allevi le pecore, un altro i maiali, un altro ancora coltivi il grano, e così via.

Il baratto

L'individuo che produce pecore avrà interesse a venderne qualcuna, per avere in cambio maiali o grano. Se non esiste la moneta, sarà in uso il **baratto** e cioè la prima e più elementare forma di commercio, consistente in uno scambio di un bene o di un servizio con un altro bene o servizio (merce contro merce). Il prezzo di un bene in questo caso non è definito in termini monetari, ma in termini di un altro bene.

ESEMPIO Se occorrono 2 pecore per comprare un maiale, si dirà che il prezzo di un maiale è pari a 2 pecore, ovvero che la *ragione di scambio* dei maiali in termini di pecore è 2. Il prezzo di una pecora è ovviamente mezzo maiale.

La ragione di scambio tra un bene A e un bene B è la quantità di B necessaria per acquistare una unità del bene A.

Pertanto, se per acquistare un maiale occorrono 2 pecore, la ragione di scambio dei maiali in termini di pecore è 2.

2 Nozione di mercato

Il mercato: luogo di scambio dei beni

Come abbiamo detto, mentre nelle economie primitive era in uso il baratto, cioè si scambiavano merci contro merci, nelle economie moderne gli acquisti avvengono in moneta.

I beni vengono scambiati (cioè, venduti e comprati) nel mercato, inteso come *luogo fisico o virtuale*.

Il mercato è costituito dall'incontro fra coloro che intendono acquistare e coloro che intendono vendere al fine di dar luogo a una o più transazioni di un bene o servizio.

Poiché oggi molte transazioni vengono concluse per via elettronica (attraverso internet), il mercato non è necessariamente un luogo fisico dove le persone si incontrano (come la piazza del mercato), ma può essere un "luogo virtuale".

Vi sono diversi tipi di mercati: ad esempio i **mercati all'ingrosso**, in cui i produttori vendono le merci ai grossisti e questi le vendono ai dettaglianti, e i **mercati al minuto** (o *al dettaglio*) in cui i dettaglianti vendono le merci ai consumatori.

3 La domanda individuale e la domanda collettiva di un bene

ESEMPIO Consideriamo il mercato di un bene, ad esempio le arance, e un individuo, Tizio, che vuol acquistare delle arance. Facciamo un'intervista a Tizio e chiediamogli: «Se il prezzo di 1 kg di arance fosse pari a 1 euro, quante arance acquisteresti?». Egli risponderà, per esempio, 6 kg. E ancora: «Se il prezzo di 1 kg di arance fosse pari a 1,50 euro, che quantità di arance acquisteresti?». Egli risponderà, per esempio, 5 kg. E così via. Le risposte sono riportate nella tabella 1, di cui per ora consideriamo solo le prime due colonne.

La scheda
di domanda
individuale

Le colonne 1 e 2 della tabella rappresentano la *scheda di domanda individuale*, cioè mostrano la quantità del bene che il singolo individuo domanda in corrispondenza di ogni possibile prezzo. Come si vede, man mano che il prezzo delle arance aumenta, l'individuo ne domanda una quantità sempre minore.

Possiamo intervistare altri due individui che desiderano acquistare arance, Caio e Sempronio. E le loro risposte sono riportate nelle colonne 3 e 4 della stessa tabella.

Ora sommiamo le quantità di arance domandate da ciascuno degli individui in corrispondenza di ogni dato prezzo: otteniamo i dati riportati nella colonna 5.

TABELLA 1

1 Prezzo (in euro) delle arance al kg	2 Quantità di arance (kg) domandate da Tizio	3 Quantità di arance (kg) domandate da Caio	4 Quantità di arance (kg) domandate da Sempronio	5 Domanda collettiva (kg)
1,00	6	16	18	40
1,50	5	14	15	34
2,00	4	12	12	28
2,50	3	10	9	22
3,00	2	8	6	16
3,50	1	6	3	10

Le quantità che un individuo domanda in corrispondenza dei diversi prezzi costituiscono la scheda di domanda individuale.

Ad esempio, le colonne 1 e 2 rappresentano la scheda di domanda individuale di Tizio; le colonne 1 e 3 la scheda di domanda individuale di Caio, e così via.

La scheda di domanda collettiva

Le *quantità che tutti gli acquirenti domandano* in corrispondenza dei *diversi prezzi* costituiscono la **scheda di domanda collettiva** o **di mercato** (colonne 1 e 5).

4 Andamento della domanda individuale

A prezzi diversi quantità diverse

Come si vede, a un dato prezzo ogni persona è disposta ad acquistare una diversa quantità del bene.

ESEMPIO Al prezzo di 1 euro Tizio domanda 6 kg, Caio 16 kg e Sempronio 18 kg di arance; al prezzo di 1,50 euro, Tizio domanda 5 kg, Caio 14 kg e Sempronio 15 kg di arance.

Le *domande individuali* normalmente saranno *diverse* l'una dall'altra; e le differenze dipendono dai gusti, dal reddito degli individui ecc.

ESEMPIO Colui che ama molto le arance o ha un alto reddito acquisterà una quantità notevole di arance anche se il prezzo è elevato; mentre colui che non ama le arance in modo particolare o che ha un basso reddito, ne comprerà una quantità notevole solo se il prezzo è basso.

Cala il prezzo, cresce la domanda

Vi è però un *elemento comune* nel comportamento degli individui che abbiamo intervistato: ognuno di essi, man mano che il prezzo delle arance diminuisce, è disposto ad acquistarne una quantità maggiore.

La domanda individuale di un bene varia in senso opposto al prezzo, ovvero è funzione decrescente (o inversa) del prezzo.

5 Andamento della domanda collettiva

Domanda collettiva funzione inversa del prezzo

Come abbiamo visto, la domanda collettiva è data dalla somma delle domande individuali. Quindi anche la **domanda collettiva** *varia in senso opposto al prezzo*, come risulta dalla tabella 1. Ciò dipende dalle seguenti ragioni:

- quando il prezzo di un bene aumenta, ogni individuo domanda una *quantità minore di quel bene*;
- quando il prezzo di un bene aumenta al di là di un certo limite, gli individui che hanno un reddito basso *non acquistano più tale bene*;
- quando il prezzo di un bene aumenta, gli individui si orientano ad *acquistare dei beni succedanei*. Ad esempio, se aumenta il prezzo del burro, gli individui si orientano ad acquistare una maggiore quantità di margarina in sostituzione del burro.

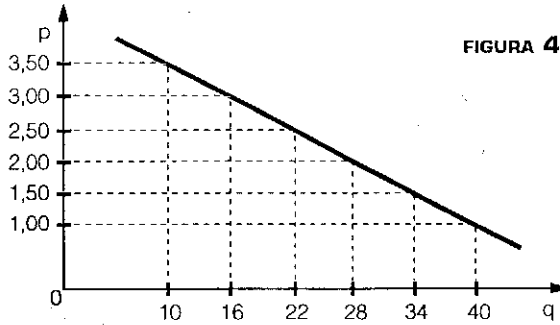
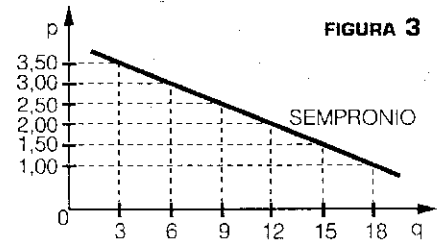
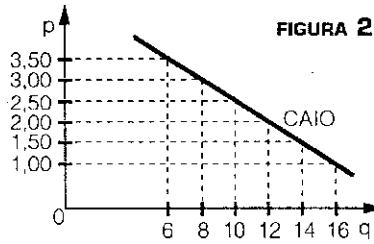
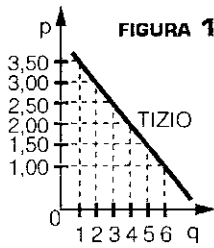
6 Rappresentazione grafica

La curva di domanda individuale

Le *schede di domanda individuale* sono rappresentate nei tre diagrammi seguenti (figure 1, 2, 3), dove sull'ordinata riportiamo i prezzi (p) e sull'ascissa la quantità domandata di arance (q).

La curva di domanda collettiva

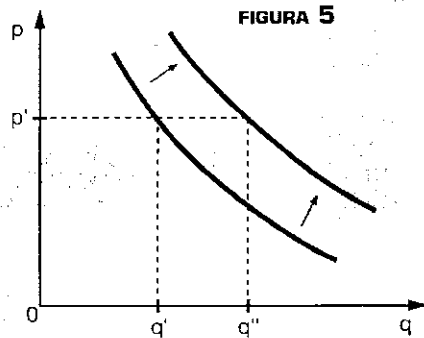
Per ogni dato prezzo sommiamo le quantità domandate da tutti gli individui, e così dalle curve di domanda individuale otteniamo la *curva di domanda collettiva* (figura 4), che è la rappresentazione grafica della scheda di domanda collettiva.



7 Spostamenti della curva di domanda

Cambiano i gusti,
si sposta la curva

La curva di domanda individuale è valida per un periodo breve: ad esempio di alcuni mesi (il *breve periodo*, come dicono gli economisti). Infatti col tempo i gusti del consumatore tendono a modificarsi.



È ovvio che un individuo, in seguito a un mutamento dei suoi gusti, può in corrispondenza di un certo prezzo acquistare una quantità maggiore (o minore) di un bene. Si modifica quindi la scheda di domanda individuale.

Se, in corrispondenza di ciascun prezzo, l'individuo domanda una quantità maggiore di quella di prima, la nuova curva di domanda sarà tutta a destra della precedente, come nella figura 5. Come si vede, al prezzo $0p'$, prima veniva domandata la quantità $0q'$ e successivamente viene domandata la quantità $0q''$. Naturalmente, quando si spostano le curve di domanda individuali, si verificano spostamenti anche della corrispondente curva di domanda collettiva.

8 Relazione tra la quantità domandata di un bene e i prezzi degli altri beni

La domanda di un bene da parte di un individuo dipende non solo dal prezzo di quel bene, ma anche dai prezzi degli altri beni e dal reddito dell'individuo.

Consideriamo prima come muta la domanda di un bene quando varia il prezzo di un altro bene. Ciò accade per i *beni complementari* e per i *beni succedanei*.

Beni
complementari

Come sappiamo, due beni si dicono *complementari* quando sono usati insieme o congiuntamente al fine di soddisfare un bisogno: ad esempio zucchero e caffè. In questo caso l'au-

mento del prezzo di uno dei due beni (il caffè) determina una diminuzione della domanda non solo dello stesso bene, ma anche del bene complementare (lo zucchero).

Beni succedanei

Il contrario accade per i beni che si dicono succedanei (o surrogati), cioè quelli che hanno la medesima funzione o che soddisfano il medesimo bisogno (ad esempio burro e margarina). Un aumento del prezzo del burro spingerà gli individui a consumare meno burro e quindi più margarina.

9 Relazione tra la quantità domandata di un bene e il reddito di un individuo

Cresce il reddito, cresce la domanda

Quando il reddito di un individuo aumenta, l'individuo acquisterà una quantità maggiore di beni. Pertanto *la domanda di un bene da parte di un individuo cresce quando aumenta il reddito dell'individuo.*

Un'eccezione: i beni inferiori

Questa regola subisce delle eccezioni. Ad esempio un individuo che dispone di un basso reddito, non potendo comprare molta carne, acquista molti legumi (fagioli, ceci ecc.) per sfamarsi. Quando il suo reddito aumenterà, egli acquisterà meno legumi e più carne. *I beni, il cui consumo diminuisce quando il reddito degli individui aumenta, sono chiamati **beni inferiori**.* I legumi sono quindi un bene inferiore. Un individuo, man mano che il suo reddito cresce, abbandona il consumo di certi beni e aumenta il consumo di altri beni.

10 L'elasticità della domanda

Beni diversi, diversi andamenti della domanda

Come abbiamo visto, quando il prezzo di un bene aumenta, la quantità domandata di quel bene diminuisce. Questo fenomeno però non si verifica per tutti i beni nella stessa misura. Per alcuni beni, un piccolo aumento del prezzo è sufficiente a farne diminuire notevolmente la domanda; per altri beni, anche un notevole aumento del prezzo fa diminuire di poco la quantità domandata. Ci chiediamo pertanto: quando il prezzo delle arance aumenta, la domanda di arance diminuisce di molto o di poco?

L'elasticità della domanda misura come varia la quantità domandata di un bene al variare del prezzo del bene stesso.

Domanda elastica e rigida

Quando ad un piccolo aumento del prezzo di un bene corrisponde una grande diminuzione della quantità domandata, quel bene è **a domanda elastica**.

Domanda rigida

Nel caso opposto diciamo che il bene è **a domanda rigida** (o **anelastica**).

- In generale i *beni di prima necessità* (o primari), come il pane e la pasta, sono *a domanda rigida* (o *anelastica*), perché, se il prezzo di tali beni aumenta anche in misura notevole, la domanda diminuisce di poco.
- Sono a domanda rigida anche i *beni di gran lusso*, come i gioielli e le pellicce di lusso; infatti le persone molto ricche comprano ugualmente tali beni, anche se il loro prezzo aumenta notevolmente.
- Invece i *beni secondari*, che soddisfano bisogni indotti dalla civiltà, ma che non sono di gran lusso, sono *a domanda elastica*. Ad esempio, le bibite, l'acqua minerale, i dolciumi sono beni la cui domanda diminuisce considerevolmente quando il loro prezzo aumenta anche di poco.

FIGURA 6

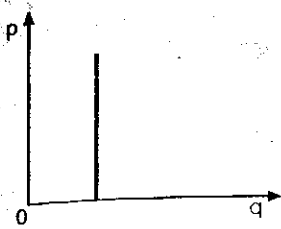


FIGURA 7

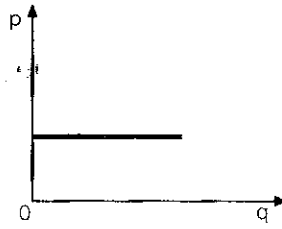


FIGURA 8

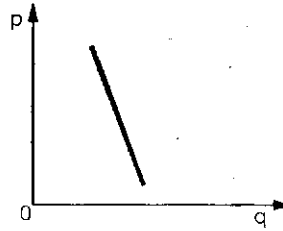
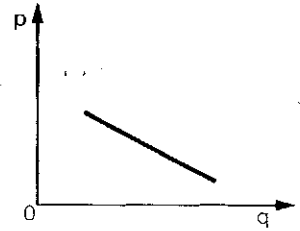


FIGURA 9



Rappresentazioni grafiche

- La figura 6 rappresenta una curva di domanda perfettamente rigida (o perfettamente anelastica): infatti, comunque vari il prezzo, la quantità domandata del bene è sempre la stessa.
- La figura 7 rappresenta una curva di domanda perfettamente elastica: un aumento, anche minimo, del prezzo fa cadere la quantità domandata a zero.
- Tra questi due casi estremi vi è tutta una gamma di casi intermedi: la curva della figura 8 è rigida (o anelastica), mentre la curva della figura 9 è elastica.

11 La rendita del consumatore

ESEMPIO Se osserviamo la tabella 1 a pagina 53 notiamo come Tizio, quando il prezzo di 1 kg di arance è pari a 3 euro, domanda 2 kg di arance; lo stesso individuo, inoltre, quando il prezzo è pari a 3,50 euro, domanda 1 kg di arance. Ciò significa che per il primo chilogrammo di arance egli è disposto a pagare 3,50 euro, mentre per il secondo chilogrammo di arance è disposto a pagare solo 3 euro. Quindi, per acquistare 2 kg di arance, egli è disposto a pagare 6,50 euro. *Sul mercato però le arance hanno un unico prezzo, ad esempio 3 euro. In questo caso Tizio comprerà 2 kg di arance, spendendo 6 euro.*

Un vantaggio psicologico

La **rendita del consumatore** è la differenza tra la somma che il consumatore sarebbe disposto a pagare (6,50 euro) e quella che effettivamente paga (6 euro).

La rendita del consumatore non è un guadagno monetario, ma è solo un *vantaggio di natura psicologica*.

Coloro che sono disposti a comprare un bene pagandolo un prezzo alto, superiore al prezzo di mercato che effettivamente pagano (perché attribuiscono una grande utilità a quel bene o perché hanno un reddito elevato), realizzano un'elevata rendita del consumatore. Invece colui che è disposto a pagare per un bene un prezzo, al massimo, uguale al prezzo di mercato non realizza alcuna rendita del consumatore. Questo soggetto è chiamato *consumatore marginale*.

12 L'offerta individuale e l'offerta collettiva di un bene

Come i consumatori desiderano acquistare i beni, così i venditori desiderano venderli.

ESEMPIO Consideriamo il caso del mercato delle arance e intervistiamo un venditore, Mario, chiedendogli: se il prezzo di 1 kg di arance fosse pari a 1 euro, quante arance saresti disposto a vendere? Egli risponderà ad esempio 2 kg. E ancora: se il prezzo di 1 kg di arance fosse pari a 1,50 euro, quante arance saresti disposto a vendere? Egli risponderà ad esempio 4 kg. E così via.

TABELLA 2

1 Prezzo (in euro) delle arance al kg	2 Quantità di arance (kg) offerte da Mario	3 Quantità di arance (kg) offerte da Emilio	4 Quantità di arance (kg) offerte da Giuseppe	5 Offerta collettiva (kg)
				4
1,50	4	2	4	10
2,00	6	3	7	16
2,50	8	4	10	22
3,00	10	5	13	28
3,50	12	6	16	34

Scheda di offerta
individuale

Le risposte sono riportate nella tabella 2, di cui per ora consideriamo solo le prime due colonne. Esse rappresentano la *scheda di offerta individuale*, cioè mostrano la quantità del bene che il singolo venditore offre (ossia è disposto a vendere) in corrispondenza di ogni possibile prezzo. Come si vede, man mano che il prezzo delle arance aumenta, il venditore ne offre una quantità sempre maggiore.

Ora intervistiamo altri due venditori di arance, Emilio e Giuseppe. Le loro risposte sono riportate nelle colonne 3 e 4 della tabella 2. Sommiamo le quantità di arance offerte da ciascuno dei venditori in corrispondenza di ogni prezzo e otteniamo i dati riportati nella colonna 5.

Le quantità che un venditore offre in corrispondenza dei diversi prezzi costituiscono la scheda di offerta individuale.

Ad esempio le colonne 1 e 2 rappresentano la scheda di offerta individuale di Mario, le colonne 1 e 3 la scheda di offerta individuale di Emilio, e così via.

Scheda di offerta
collettiva

Le quantità che tutti i venditori offrono in corrispondenza dei diversi prezzi costituiscono la **scheda di offerta collettiva** o **di mercato** (colonne 1 e 5).

13 L'andamento dell'offerta

Come si vede, generalmente a un dato prezzo ogni venditore offre (cioè è disposto a vendere) una diversa quantità del bene: ad esempio al prezzo di 2 euro Mario è disposto a vendere 6 kg di arance, Emilio 3 e Giuseppe 7.

Cresce il prezzo
cresce l'offerta

Vi è però un *elemento comune nel comportamento dei venditori*: ognuno di essi, man mano che il prezzo delle arance aumenta, è disposto a venderne una quantità maggiore. Ciò dipende dal seguente motivo: alti prezzi di vendita di una merce comportano, di solito, guadagni elevati per i produttori e i venditori di quella merce. Pertanto prezzi elevati stimolano i produttori ad aumentare la produzione e l'offerta.

L'offerta individuale di un bene varia nello stesso senso del prezzo, ovvero è funzione crescente (o diretta) del prezzo.

L'offerta collettiva è data dalla somma delle offerte individuali, e quindi anche *l'offerta collettiva varia nello stesso senso del prezzo*, come mostra l'andamento dei dati riportati nella tabella 2.

Verifica di sintesi

FIGURA 10

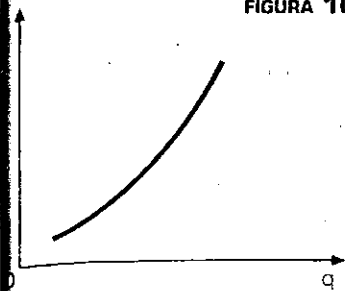
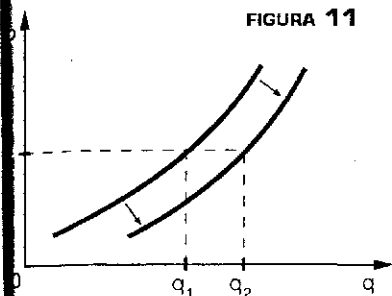


FIGURA 11



Ciò dipende dalle seguenti ragioni:

- man mano che il prezzo del bene aumenta, ogni venditore offre una quantità maggiore di quel bene (per la ragione appena vista);
- prezzi elevati di vendita consentono di produrre anche a quegli operatori che, producendo la merce a costi alti, prima non avevano convenienza a produrla, dato che avevano costi superiori ai prezzi di vendita.

Sia la curva di offerta individuale sia la curva di offerta di mercato possono essere rappresentate graficamente. La curva di offerta sarà crescente come nella figura 10, dove q rappresenta la quantità offerta di un bene e p il suo prezzo.

La curva della figura 10 è valida per il *breve periodo*.

Nel *lungo periodo* il progresso tecnico, cioè le innovazioni nei metodi di produzione, fa diminuire i costi di produzione; di conseguenza, in corrispondenza di un dato prezzo di vendita, le imprese produrranno e offriranno una quantità maggiore del bene.

In tal modo, nel lungo periodo la curva di offerta si sposta verso destra, come nella figura 11. Al prezzo $0p_1$ in un dato anno veniva offerta la quantità $0q_1$, mentre nell'anno successivo viene offerta la quantità $0q_2$.

14 L'elasticità dell'offerta

Beni diversi,
diversi andamenti
dell'offerta

Anche per l'offerta possiamo definire l'elasticità. Come abbiamo visto, quando il prezzo di un bene aumenta, la quantità offerta di quel bene aumenta.

L'elasticità dell'offerta misura come varia la quantità offerta di un bene al variare del prezzo del bene stesso.

Offerta elastica
e rigida

Se un piccolo aumento del prezzo di un bene determina un notevole aumento dell'offerta del bene stesso, diremo che il bene è *a offerta elastica*; nel caso opposto diremo che è *a offerta rigida* (o *anelastica*).

Breve periodo:
offerta rigida

Nel *breve periodo* i beni tendono a essere a offerta **rigida** (o *anelastica*). Infatti le imprese, per aumentare la produzione, hanno bisogno di un certo tempo.

Medio periodo:
offerta elastica

Nel *medio periodo* l'offerta tende a essere più **elastica**. Infatti le imprese, sfruttando più intensamente gli impianti esistenti, possono accrescere la produzione.

ESEMPIO Supponiamo che il prezzo delle arance aumenti. Gli imprenditori, nel breve periodo, non hanno il tempo di coltivare e raccogliere una maggiore quantità di arance, e quindi non possono aumentare l'offerta di arance.

ESEMPIO Un'impresa che produce scarpe potrà far compiere agli operai ore straordinarie di lavoro; oppure potrà assumere altri operai in modo da farli lavorare sugli stessi impianti in ore diverse: se la giornata lavorativa è di otto ore, sugli stessi impianti potranno lavorare tre squadre distinte di operai con turni di otto ore l'una, e così gli impianti lavoreranno al massimo regime (ventiquattro ore su ventiquattro). In tal modo aumenterà la produzione e quindi crescerà anche l'offerta di scarpe.

Lungo periodo:
offerta assai
elastica

Infine nel *lungo periodo* le imprese potranno ampliare gli impianti esistenti (cioè impiegare nuovi impianti e macchinari), mettere a coltura nuove terre, introdurre nuovi metodi di produzione (attraverso il progresso tecnico), e così potranno aumentare assai consistentemente l'offerta. Nel lungo periodo quindi l'offerta tende a essere **assai elastica**.



La formazione dei prezzi

1 La legge della domanda e dell'offerta

Varia il prezzo,
variano
domanda e offerta

Come abbiamo visto, la domanda è funzione decrescente del prezzo, e l'offerta è funzione crescente del prezzo. In altri termini: un aumento del prezzo fa diminuire la domanda e aumentare l'offerta; una diminuzione del prezzo fa aumentare la domanda e diminuire l'offerta. In questo ragionamento la *variazione* (aumento o diminuzione) *del prezzo è la causa, e la variazione della domanda e dell'offerta l'effetto*.

Variano
domanda e offerta,
varia il prezzo

Occorre ora considerare anche un altro processo: quello per cui la variazione della domanda o dell'offerta fa variare il prezzo.

La variazione della domanda o dell'offerta è la causa, e la variazione del prezzo è l'effetto.

1. Un aumento della domanda fa aumentare il prezzo.

Ad esempio, se aumenta la domanda di arance da parte degli acquirenti, i venditori, vedendo che riescono a vendere le arance con facilità, ne aumenteranno il prezzo, per accrescere i loro introiti.

2. Una diminuzione della domanda fa diminuire il prezzo.

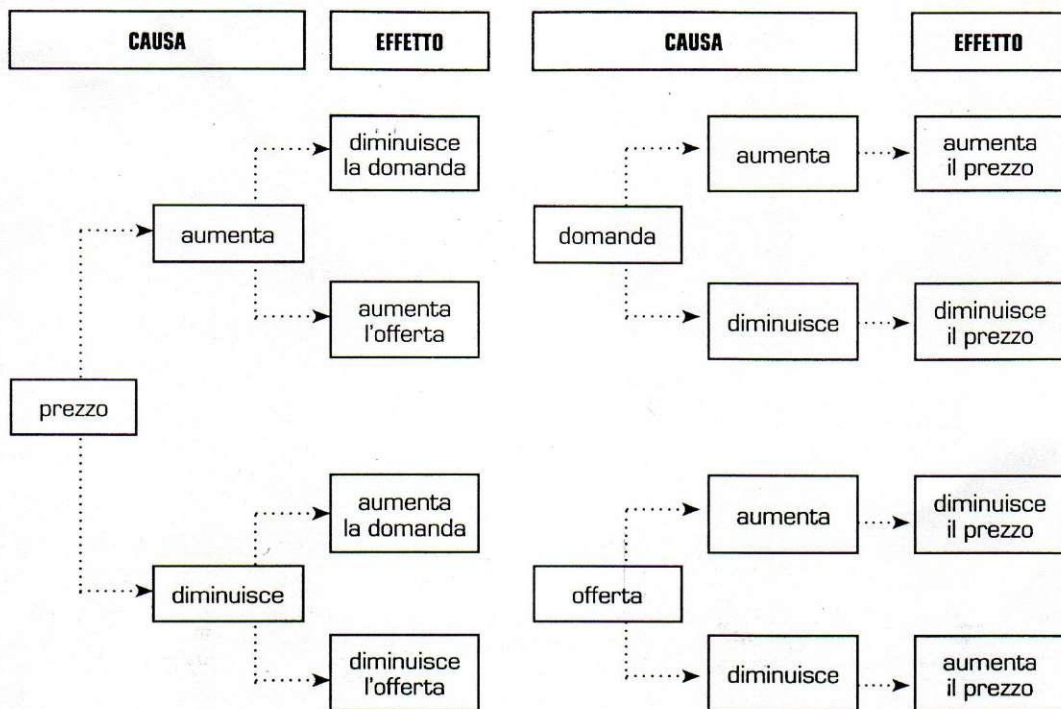
Ad esempio, se le persone che vogliono acquistare le arance sono poche, i venditori, per cercare di vendere le arance, ne abbasseranno il prezzo.

3. Un aumento dell'offerta fa diminuire il prezzo.

Se aumenta l'offerta di arance, ciò significa che le arance sono abbondanti (ad esempio vi è stato un raccolto abbondante di questo frutto). I venditori, per vendere tutte le arance, saranno costretti ad abbassarne il prezzo.

4. Una diminuzione dell'offerta fa aumentare il prezzo.

Se diminuisce l'offerta di arance (perché, ad esempio, si è avuto un raccolto scarso), i venditori riusciranno a vendere le arance a un prezzo elevato.



2 La formazione del prezzo di equilibrio

Consideriamo ora la tabella 1, dove sono riportate la scheda di domanda collettiva e la scheda di offerta collettiva delle arance.

TABELLA 1

Prezzo (in euro) delle arance al kg	Domanda collettiva (kg)	Offerta collettiva (kg)
1,00	40	4
1,50	34	10
2,00	28	16
2,50	22	22
3,00	16	28
3,50	10	34

Prezzo e quantità di equilibrio

Vediamo che l'unico prezzo in corrispondenza del quale quantità domandata e offerta sono uguali è 2,50 euro al kg; esso è chiamato **prezzo di equilibrio**. La quantità (domandata e offerta) corrispondente al prezzo di equilibrio è chiamata **quantità di equilibrio** (nell'esempio 22 kg).

Il prezzo di equilibrio è quel prezzo che rende uguali la quantità domandata e la quantità offerta di un bene.

Esso realizza l'**equilibrio del mercato**.

Se il prezzo fosse superiore a 2,50 euro, la quantità offerta sarebbe maggiore di quella domandata (ad esempio se il prezzo fosse 3 euro, la quantità offerta sarebbe 28 kg e quella domandata 16 kg); di conseguenza una parte della merce rimarrebbe invenduta, e le imprese abbasserebbero il prezzo.

Se il prezzo fosse inferiore a 2,50 euro, la quantità domandata sarebbe maggiore di quella offerta; le imprese, vedendo diminuire rapidamente la merce in vendita, alzerebbero il prezzo per aumentare i loro introiti.

Rappresentazione grafica

L'equilibrio del mercato può essere rappresentato graficamente. Nella figura 1 sono riportate la curva di domanda collettiva (DD) e la curva di offerta collettiva (SS) di arance. L'intersezione tra la curva di domanda e la curva di offerta determina il prezzo di equilibrio e la quantità di equilibrio.

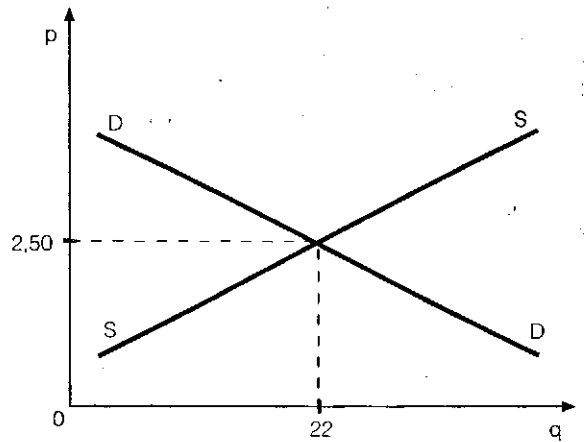


FIGURA 1

3 Gli spostamenti delle curve di domanda e di offerta collettive

Il prezzo di equilibrio è definito per due date curve di domanda e di offerta. *Lo spostamento di una o di entrambe le curve determina un nuovo prezzo di equilibrio.*

Dal breve al lungo periodo

Mentre nel **breve periodo** le curve di domanda e di offerta di solito non mutano, nel **lungo periodo** è probabile che si spostino.

Abbiamo visto che, in seguito ai mutamenti dei gusti degli individui, si spostano le curve di domanda individuali; ciò provoca uno spostamento della curva di domanda di mercato, come nella figura 2. Si vede chiaramente che ciò determina un nuovo prezzo di equilibrio.

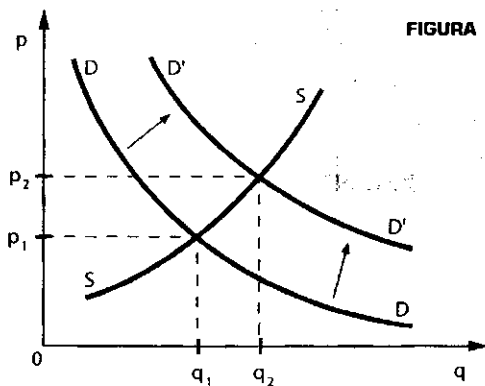


FIGURA 2

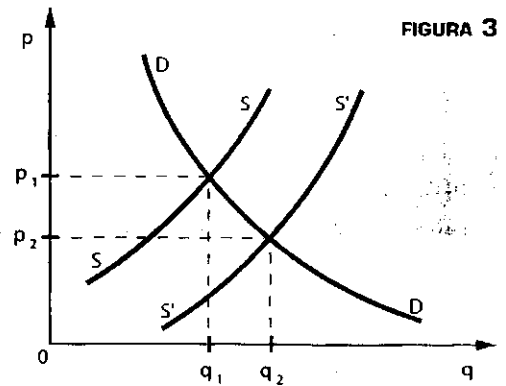


FIGURA 3

Come abbiamo visto, in seguito al progresso tecnico e alla conseguente diminuzione dei costi di produzione, le curve di offerta individuali e quindi la curva di offerta collettiva si spostano verso destra come nella figura 3, determinando un nuovo prezzo di equilibrio.

4 Il prezzo di equilibrio nel breve e nel lungo periodo

Come abbiamo visto, nel breve periodo l'offerta tende ad essere rigida (o anelastica). Alcuni economisti definiscono il *breve periodo* come un periodo di tempo inferiore alla durata del ciclo produttivo.

Nel breve periodo l'offerta è rigida

ESEMPIO Se per produrre un televisore occorrono 20 giorni, la durata del ciclo produttivo per il televisore è anch'essa di 20 giorni, e il breve periodo è un periodo inferiore a 20 giorni. Pertanto il breve periodo è diverso da prodotto a prodotto.

In generale nel breve periodo l'offerta non può essere aumentata, e quindi è rigida (o anelastica).

ESEMPIO Se per produrre un televisore occorrono 20 giorni, un'impresa non può aumentare l'offerta di televisori in 10 o 15 giorni.

Questa affermazione subisce un'eccezione, se le imprese possiedono delle scorte dei beni nei loro magazzini.

ESEMPIO Un'impresa che produce televisori, se ne ha un numero adeguato in magazzino, può aumentare l'offerta, cioè le vendite, anche nel breve periodo.

Torniamo però alla regola generale, secondo cui, nel breve periodo, l'offerta è rigida (o anelastica), cioè la merce esiste in quantità fissa e questa non può essere aumentata.

Poichè l'offerta non può variare, nel breve periodo il prezzo di equilibrio è determinato prevalentemente dalla domanda.

ESEMPIO Se la domanda di arance è elevata, superiore all'offerta, i venditori di arance aumenteranno il prezzo. Se invece la domanda di arance è inferiore all'offerta, i venditori, per vendere la merce, ne abbasseranno il prezzo.

Se si tratta di prodotti deperibili (come la frutta e la verdura), i venditori cercheranno di vendere tutta l'offerta e quindi abbasseranno fortemente il prezzo.

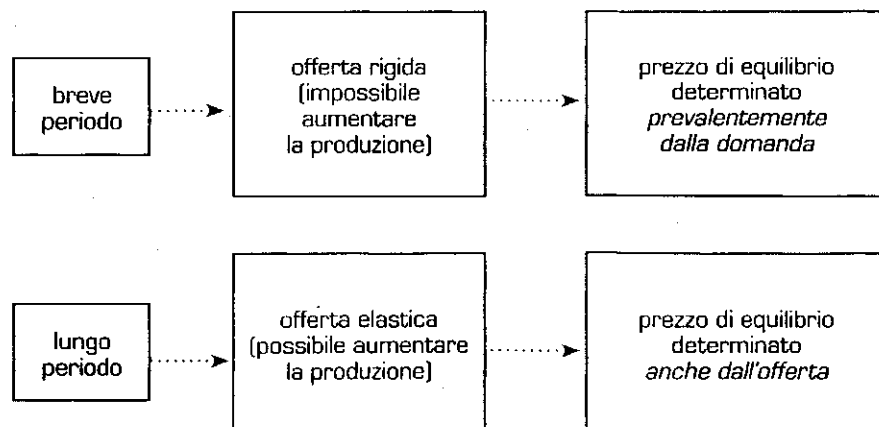
Se invece si tratta di merci non deperibili, i venditori potranno venderne solo una parte e conserveranno il resto nei magazzini, per venderlo successivamente. In tal modo la diminuzione del prezzo sarà minore.

Il costo non influenza il prezzo

Quindi nel breve periodo il prezzo non subisce alcuna influenza dal costo di produzione.

Viceversa, nel lungo periodo il prezzo è determinato oltre che dalla domanda, anche dall'offerta.

La possibilità di aumentare l'offerta, cioè, in sostanza, la produzione, dipende largamente dai costi di produzione, argomento che studieremo nelle prossime unità.



5 Il controllo dei prezzi

Alto prezzo di equilibrio

Supponiamo che il prezzo di equilibrio di un bene sia molto alto, per cui solo poche persone possono acquistarlo. Si tratta però di un bene di prima necessità (ad esempio il pane), e questa situazione si verifica perché l'offerta è scarsa (in confronto alla domanda) a causa di un cattivo raccolto, o perché il Paese si trova coinvolto in una guerra e poche persone lavorano la terra.

Che cosa può fare lo Stato in questa situazione?

Politica di controllo dei prezzi

Può svolgere una **politica di controllo del prezzo**, imponendo ai venditori di vendere il bene a un *prezzo più basso di quello di equilibrio* (*prezzo politico*, o *calmierato*, o *fissato in via amministrativa*, **prezzo amministrato**).

Ma, poiché in tal modo la domanda del bene diventa maggiore dell'offerta, si formeranno delle code davanti ai negozi e una parte delle persone rimarrà senza pane.

Razionamento

Le autorità, se vogliono che tutti riescano ad ottenere una certa quantità del bene, oltre che fissare un prezzo politico, devono introdurre il **razionamento del bene**.

Tessere e bollini

Il razionamento può essere effettuato dando una *tessera* a ogni individuo e stabilendo che con questa ognuno ha diritto di comprare una data quantità del bene, ad esempio di pane (che le autorità possono stabilire dividendo la quantità disponibile di pane per il numero dei cittadini). Ai negozianti è fatto divieto di vendere a un individuo una quantità maggiore.

Tecnicamente ciò può essere realizzato in questo modo: la tessera è valida per un mese e ha trenta bollini. Ogni bollino dà diritto all'acquisto di un etto di pane. Il negoziante, ogni volta che vende un etto di pane all'individuo, stacca un bollino dalla tessera. Chi non ha la tessera ovviamente non può acquistare nulla.

Anche in questo modo però i problemi non scompaiono. I negozianti non venderanno una parte della merce nei negozi (la sottrarranno cioè al *mercato ufficiale*) e la venderanno illegalmente a un prezzo più alto del prezzo politico, a coloro che sono in grado di pagarla.

Mercato nero

Si forma così un mercato illegale dove la merce viene scambiata, detto "mercato nero", e l'offerta della merce sul mercato ufficiale (cioè nei negozi) diminuirà.

I prezzi possono essere sottoposti anche ad altri tipi di controlli, di carattere esclusivamente *amministrativo*.

Attraverso il controllo sui prezzi lo Stato non procede al razionamento dei beni, ma impone un tetto ai prezzi dei beni di prima necessità.

Sono beni di prima necessità il pane o la benzina. Lo stesso può avvenire per i servizi di pubblica utilità (come ad esempio per le tariffe ferroviarie o quelle del telefono o dell'autostrada). Nel nostro Paese, ad esempio, fino al 1993 è esistito un comitato interministeriale (ovvero un organo amministrativo composto da più ministri del Governo), il CIP (Comitato interministeriale dei prezzi), appositamente costituito per vigilare e controllare il livello dei prezzi.

In realtà anche il mercato, se liberalizzato e in libera concorrenza (► Unità 3, capitolo I), può garantire un livello dei prezzi tale da assicurare il soddisfacimento della domanda senza necessità di un intervento diretto delle autorità pubbliche sulla formazione del prezzo.

L'intervento di autorità amministrative indipendenti

Oggi in alcuni settori (come le telecomunicazioni o il gas e l'energia) la determinazione delle tariffe massime che le imprese possono far pagare ai consumatori è lasciata ad **autorità amministrative indipendenti**, ovvero a organi aventi natura amministrativa ma indipendenti dal Governo.

6 Il controllo dei mercati

ESEMPIO Supponiamo che un anno il raccolto di un prodotto agricolo (ad esempio il caffè), per ragioni climatiche, sia molto abbondante. Essendo l'offerta di caffè molto abbondante (rispetto alla domanda), il prezzo di equilibrio sarà molto basso. L'anno successivo invece il raccolto è molto scarso e quindi si verifica il contrario: il prezzo di equilibrio sarà molto alto. Nell'anno di raccolto abbondante il prezzo di equilibrio (p) potrebbe essere talmente basso che, sebbene la quantità scambiata a quel prezzo (cioè la quantità di equilibrio, q) sia abbondante, il ricavo totale della vendita del prodotto ($p \times q$) non sia sufficientemente alto da consentire a molte imprese produttrici del bene di coprire il costo di produzione.

Lo Stato quindi può avere *interesse a evitare brusche oscillazioni nel prezzo del prodotto*. A questo fine le autorità possono il primo anno immagazzinare una parte del prodotto, sottraendola al mercato e facendone aumentare il prezzo. Esse potranno reimmettere la quantità immagazzinata sul mercato l'anno successivo, in cui il raccolto è scarso, in modo da espandere l'offerta del prodotto e farne diminuire il prezzo.

Politica
di controllo
dei mercati

Questa politica viene chiamata **politica di controllo dei mercati**, perché consiste nell'*influire direttamente sull'offerta e solo indirettamente sul prezzo*, mentre nell'esempio del paragrafo precedente (politica di controllo dei prezzi) lo Stato influisce direttamente sul prezzo (non essendo in grado di espandere l'offerta del bene).

In realtà, il ruolo che ha assunto a partire dagli anni Novanta il potere pubblico è di garantire l'efficienza dei mercati affinché si potessero creare economicamente (e non amministrativamente) gli effetti benefici derivanti sui prezzi da un mercato concorrenziale. Ecco perché il legislatore ha introdotto nel 1990 (legge n. 287) un'**Autorità garante della concorrenza e del mercato**, chiamata anche Autorità anti-trust, con il compito di rimuovere le distorsioni provocate da "cartelli di imprese" (cioè intese tra imprese restrittive della concorrenza), abusi di posizione dominante, concentrazioni. A livello comunitario il compito di garantire la concorrenza è affidato alla Commissione europea.

