

CONCORRENZA PERFETTA

Caratteristiche

- **POLVERIZZAZIONE DEL MERCATO:** molti piccoli acquirenti e produttori, incapaci di influire sul prezzo di mercato
- **OMOGENEITÀ DI PRODOTTO:** le imprese producono prodotti identici
- **ASSENZA DI BARRIERE:** non vi sono limiti istituzionali o economici all'entrata o all'uscita dal mercato
- **PERFETTA INFORMAZIONE:** tutti sanno quello che fanno gli altri

prezzo

- Per effetto di tali caratteristiche, in un mercato concorrenziale il prezzo si determina sulla base dell'incontro tra la domanda e l'offerta di MERCATO.
- La singola impresa infatti **NON PUÒ INFLUIRE SUL PREZZO DI MERCATO**

Effetti della concorrenza perfetta

- Si tratta di un mercato che nella realtà non esiste ma che è comunque molto importante
- La concorrenza perfetta ci permette di capire cosa si verificherebbe se esistessero queste condizioni: il prezzo del bene sarebbe unico e il più basso possibile.

CONCORRENZA MONOPOLISTICA

caratteristiche

- E' il mercato dei prodotti alimentari, abbigliamento, detersivi ristoranti, pizzerie e altri beni di largo consumo
- vi sono **molte imprese** di ogni dimensione
- libertà di entrata e di uscita;
- il **prodotto è differenziato**: simile ma diverso grazie al marchio o alla localizzazione dell'esercizio
- Ruolo centrale svolto dalla pubblicità

prezzo

- A differenza di quanto avviene in concorrenza perfetta, la singola impresa ha una discreta capacità di influire sul prezzo del bene.
- Il potere dell'imprenditore di influenzare il prezzo dipende dal grado di differenziazione del prodotto.

prezzo

- L'imprenditore, differenziando il prodotto, sa di poter contare su una clientela "fedele", che continuerà a comprare il bene anche se, entro certi limiti, il prezzo aumenta.

OLIGOPOLIO

Caratteristiche

- E' il mercato delle banche, assicurazioni, auto, compagnie telefoniche, imprese farmaceutiche
- **le imprese sono “poche” e “grandi”**
- Il bene può essere sia omogeneo (es. Benzina, acciaio) sia eterogeneo (auto, farmaci)
- Quando un'impresa definisce la propria scelta deve tenere conto delle possibili scelte delle altre, perché quel che fanno le altre influenza il proprio profitto

prezzo

- I produttori, nel determinare prezzo e quantità da produrre, devono considerare il comportamento delle imprese concorrenti.
- ciascuna impresa fissa il prezzo tenendo conto sia del prezzo che delle reazioni delle altre imprese

L'impresa oligopolistica sa:

- che i risultati della sua scelta dipendono dalle scelte delle altre imprese
- che le altre imprese si trovano nella stessa situazione
- Questo fenomeno viene chiamato “**interazione strategica**”

Sono possibili due strategie generali:

1. **“farsi guerra”** cercando di escludere le altre imprese dal mercato.
- In questi casi sono possibili politiche di ribasso dei prezzi al solo scopo di eliminare le imprese concorrenti e rafforzare la propria posizione nel mercato

- 2. cercare di **mettersi d'accordo** con le altre imprese praticando un prezzo alto e simile.
- L'accordo tra le imprese oligopolistiche ha l'obiettivo di ottenere il massimo profitto per il gruppo.
- Questa soluzione è vietata dalla legge antitrust e sanzionata dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

MONOPOLIO

Caratteristiche

- Vi è **un'unica impresa** che opera sul mercato
- L'impresa detiene la totalità dell'offerta del prodotto

Tipi di monopolio

- **NATURALE:** quando un bene è unico in natura es. una fonte di acqua termale
- **LEGALE:** stabilito dalla legge es. brevetto, vendita tabacchi
- **DI FATTO:** l'impresa che elimina tutti i concorrenti

prezzo

- L'imprenditore può fissare il prezzo
- Non potrà però fissare un prezzo eccessivamente alto perchè la quantità domandata sarebbe troppo bassa
- Egli fisserà il **prezzo che gli garantisce il massimo profitto**

Svantaggi del monopolio

- Il monopolista applica sempre un **prezzo più alto** rispetto ad un mercato di concorrenza
- Produce una **quantità inferiore** rispetto ad un mercato di concorrenza
- Non è stimolato dalla presenza di imprese concorrenti ad introdurre innovazioni tecnologiche e quindi tutto il **sistema economico risulta inefficiente.**

Lo stato di fronte ai monopoli

- Interviene per **liberalizzare il mercato**
- es telecom
- Effetti:
- prezzi diminuiti,
- quantità offerta aumentata,
- maggiore efficienza del settore

Lo stato di fronte ai monopoli

- **Regolamenta** i monopoli esistenti per assicurare servizi minimi ai cittadini anche in zone del territorio non remunerative per l'impresa

Lo stato di fronte ai monopoli

- **Vigila** attraverso l'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato nei casi di concentrazioni tra imprese