

REGIMI DI MERCATO

Regimi di mercato

Il mercato può assumere le seguenti forme (o *regimi di mercato*):

- 1) **Concorrenza perfetta.** Il regime della concorrenza perfetta presenta in teoria le seguenti caratteristiche, che quasi mai sono tutte presenti contemporaneamente per cui la concreta realizzazione di questa forma di mercato (*Anglia*) è risultata pressoché impossibile: atomizzazione del mercato, unicità del prezzo (*legge di Jevons*), omogeneità del prodotto, trasparenza del mercato, mobilità delle risorse. Nel mercato di concorrenza perfetta, l'obiettivo dell'impresa è la massimizzazione del profitto per cui essa spingerà la produzione fino al livello in cui il costo marginale è uguale al ricavo marginale rappresentato dal prezzo di vendita. Nel regime di concorrenza perfetta, la curva dei costi risulta per un lungo tratto discendente per l'operare di economie che riducono i costi all'aumentare della produzione (*economie interne o di scala*).
- 2) **Monopolio:** l'offerta di un bene è concentrata in un'impresa che può fissare il prezzo del bene e vendere la quantità di bene che i consumatori sono disposti ad acquistare a quel prezzo oppure fissare la quantità da vendere accettando il prezzo che i consumatori sono disposti a pagare per quella quantità. Il monopolio è caratterizzato dalla presenza di un solo venditore, dalla mancanza di surrogati del bene, da una pluralità di compratori indipendenti e tra loro concorrenti.
- 3) **Duopolio.** L'offerta di un bene o di un servizio è concentrata in due sole imprese, mentre la domanda del bene o servizio è frazionata tra numerosi compratori. La formazione del prezzo di mercato è indeterminata e può dar luogo a due diverse situazioni. Ogni impresa tende a diventare leader del mercato e pertanto attua politiche concorrenziali (politica dei prezzi, pubblicità) tese ad allontanare dal mercato l'altro concorrente. Questa situazione è instabile e sfocia nel monopolio. Infatti, il duopolista più debole uscirà dal mercato e l'altro, divenuto ormai un monopolista, aumenterà il prezzo di vendita del bene. Oppure può accadere che un duopolista sia satellite dell'altro che è leader del mercato. Questa situazione, già studiata da **A.A. Cournot** (1801 – 1877) è stabile in quanto il prezzo di mercato assicura a ciascun duopolista un profitto ritenuto adeguato.
- 4) **Concorrenza monopolistica:** l'offerta di un bene è distribuita tra molte imprese (venditori) di piccole dimensioni, che hanno piena libertà di entrata ed uscita dal mercato ma i prodotti offerti sono leggermente differenziati per cui ogni impresa gode di un limitato potere di mercato.
- 5) **Oligopolio:** l'offerta di un bene è concentrata in poche imprese, che offrono un prodotto pressoché identico (*oligopolio perfetto o indifferenziato*) oppure un prodotto che, pur essendo sostituibile, presenta qualità diverse a seconda dei produttori (*oligopolio imperfetto o differenziato*). Quest'ultimo caratterizza il mercato delle automobili, delle gomme, degli elettrodomestici, dei detersivi, ecc. L'oligopolio è più frequente nei settori in cui il progresso tecnico consente rilevanti economie di scala, che si realizzano in imprese di grandi dimensioni.
- 6) **Monopsonio:** la domanda di un bene è concentrata in un solo soggetto economico. Monopsonio è la traduzione del termine inglese *monopsony* coniato nel 1933 da Joan Robinson per indicare il cosiddetto "monopolio del compratore" e per descrivere la condizione del datore di lavoro che può pagare salari inferiori alla produttività marginale del lavoratore. Il regime del monopsonio è riscontrabile di rado nella realtà, tuttavia, ne costituisce un esempio il caso di una grande impresa industriale che viene rifornita di componenti da un gruppo di piccole aziende che hanno nella grande impresa il loro unico acquirente.
- 7) **Oligopsonio:** la domanda di un bene è concentrata in pochi compratori e l'offerta in un vasto numero di venditori. I prezzi nei mercati in oligopsonio causano una perdita di benessere sociale. Questo regime di mercato provoca un disincentivo a investire nella produzione di un prodotto che poi deve essere venduto in un mercato con pochi compratori. Ne sono esempi i mercati di alcuni prodotti agricoli (caffè, cacao, ecc.) con pochi compratori (*buyer*) internazionali e la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) che, coprendo una percentuale molto alta del mercato complessivo, hanno la capacità di influenzare fortemente il livello dei prezzi e, quindi, di estrarre la parte più importante del valore di queste filiere produttive.

8) **Monopolio bilaterale.** È una forma di mercato caratterizzata dalla presenza del monopolio dal lato dell'offerta e del monopsonio dal lato della domanda. L'esistenza di questo mercato presuppone che il bene scambiato non sia né offerto né richiesto da altri soggetti. Un esempio può essere rappresentato dall'attuale mercato del lavoro, dove operano un solo soggetto dal lato dell'offerta (insieme delle organizzazioni sindacali) e un solo soggetto dal lato della domanda (insieme delle organizzazioni dei datori di lavoro). In questo caso, non esiste una curva di domanda e ciascun contraente cerca di imporre all'altro le proprie condizioni per cui prevarrà quello dotato di maggiore abilità, di resistenza, di capacità di persuasione, ecc. La formazione del prezzo (che nel mercato del lavoro è il salario) dipende, quindi, dai rapporti di forza tra le due parti.

I mercati concorrenziali e monopolistici erano stati ipotizzati dalla scuola classica, che li aveva individuati come unici regimi di mercato. In realtà, concorrenza perfetta e monopolio nelle forme assolute non sono mai esistiti. Tra il 1926 e il 1933, sulla base dell'osservazione dei mercati esistenti, **Piero Sraffa** (1898 – 1983), **Edward Chamberlin** (1899 – 1967) e **Joan Robinson** (1903 – 1983) elaborarono la teoria della concorrenza monopolistica, mentre l'oligopolio (duopolio) era già stato oggetto di analisi nell'Ottocento da parte di **Antoine Augustin Cournot** (1801 – 1877) e successivamente, tra gli altri, di Bertrand e degli stessi, Chamberlin e Robinson.

I regimi di coalizione

Nel **regime** o **mercato di coalizione**, le imprese realizzano tra loro accordi, spesso non resi pubblici, per non farsi concorrenza. Ne sono esempi i ring, i corner, i cartelli e i trust. I primi due, tipici del commercio, sono di matrice nordamericana. Il **ring** consiste in un accordo fra commercianti interessati ad uno stesso prodotto, mentre nel **corner** l'offerta di un prodotto è concentrata in solo soggetto per cui sono molto vicini al monopolio.

Tipici del settore industriale, bancario e dei trasporti sono i cartelli e i trust. Il **cartello** mira a fissare il prezzo di vendita del prodotto interessato, stabilendone la quantità da immettere sul mercato in misura compatibile con il prezzo stabilito, mentre nel **trust** le imprese partecipanti perdono parte della loro autonomia decisionale in seguito all'inserimento nei loro organi direttivi di soggetti espressione dell'impresa o delle imprese principali (capogruppo o *holding*). Esempi di cartelli sono l'accordo interbancario tra gli istituti di credito in vigore in Italia dal 1918 fino agli anni Settanta del secolo scorso, e le *Conferences* marittime, con cui si stabiliscono le norme tariffarie o l'entità dei servizi offerti delle compagnie aderenti in corrispondenza dei prezzi prefissati. Esempi di trust sono stati *la Northern Securities Company*, *l'American Tobacco Company* e *la Standard Oil*.

Tavola sinottica 1

CARATTERISTICHE STRUTTURALI DEI PRINCIPALI REGIMI DI MERCATO

Regimi di mercato	Numero venditori	Numero compratori	Caratteristica dei beni	Prezzo stabilito da	Accesso al mercato	Frequenza del regime
Concorrenza perfetta	Molti	Molti	Omogenea	Mercato	Libero	Frequente
Monopolio	Uno	Molti	Unico (salvo differenze formali)	Venditore	Impedito	Raro per le imprese private
Concorrenza monopolistica	Molti	Molti	Differenziata	Venditore con limitazioni	Libero	Molto comune
Oligopolio	Pochi	Molti	a) omogenea b) differenziata	Venditore	Ostacolata	a) poco frequente b) molto frequente
Monopsonio	Molti	Uno	Omogeneo	Incerto	Impedito	Raro
Monopolio bilaterale	Uno	Uno	Omogeneo	Rapporto di forza esistente tra le parti	Difficile	Rarissimo
Duopolio	Due	Molti	Omogeneo	Incerto/ Stabile	Difficile	Abbastanza raro
Oligopsonio	Pochi	Molti	Omogeneo	Venditore	Libero	Non frequente