

Il mercato

“ Luogo fisico o virtuale dove offerta e domanda si incontrano e si scambiano i beni o fattori di produzione al fine di aumentare il proprio benessere (consumatori) o profitto (imprese) ”

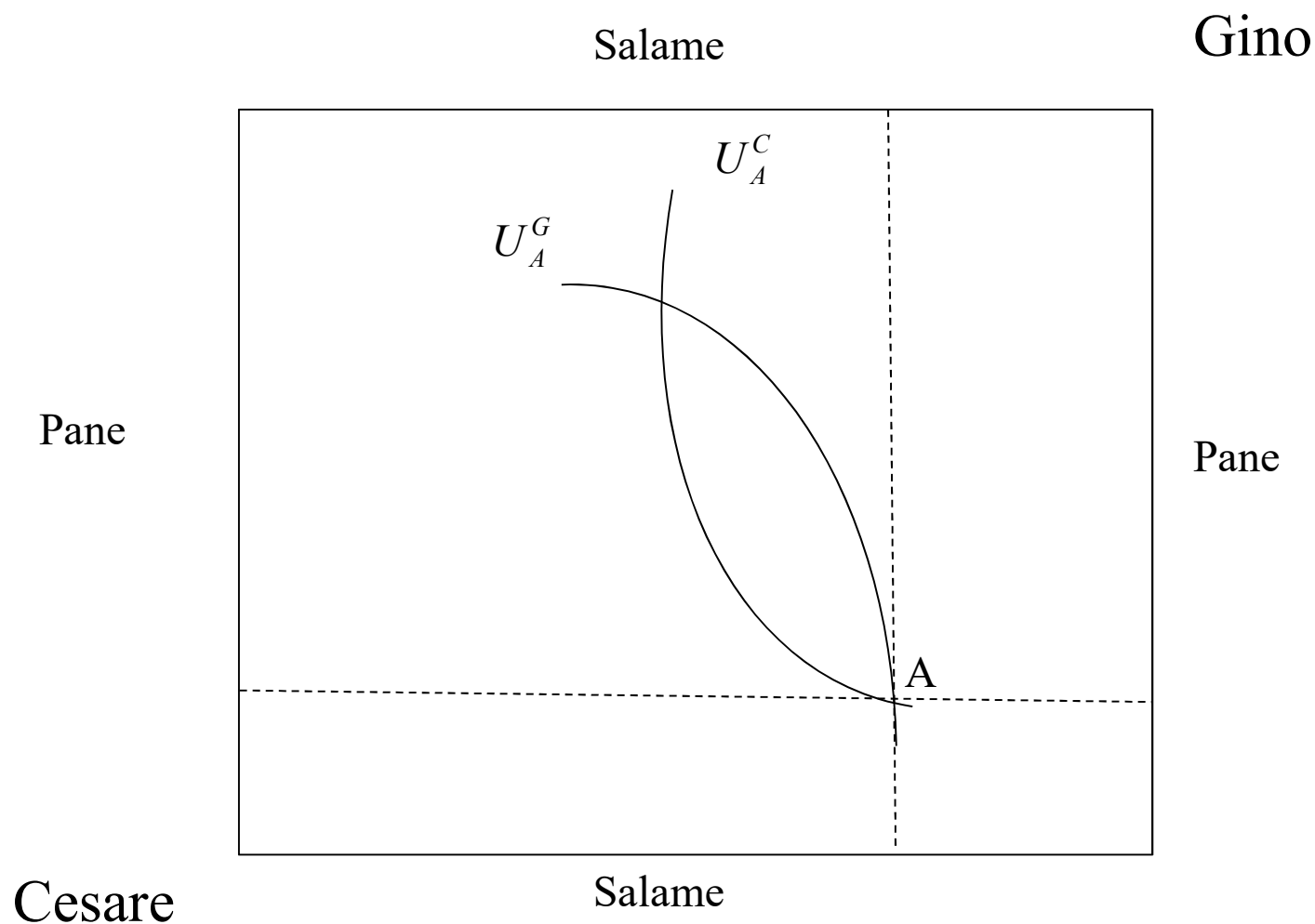
Lo scambio può avvenire:

1. In natura, senza l'uso della moneta (baratto): la ragione di scambio (prezzo unitario) di un certo bene è molteplice e definita rispetto a ciascuno dei beni con cui può essere scambiato;
2. Utilizzando la moneta: la ragione di scambio (prezzo unitario) è definita univocamente in una certa quantità di moneta.

Lo scambio di beni genera benessere (Edgeworth)

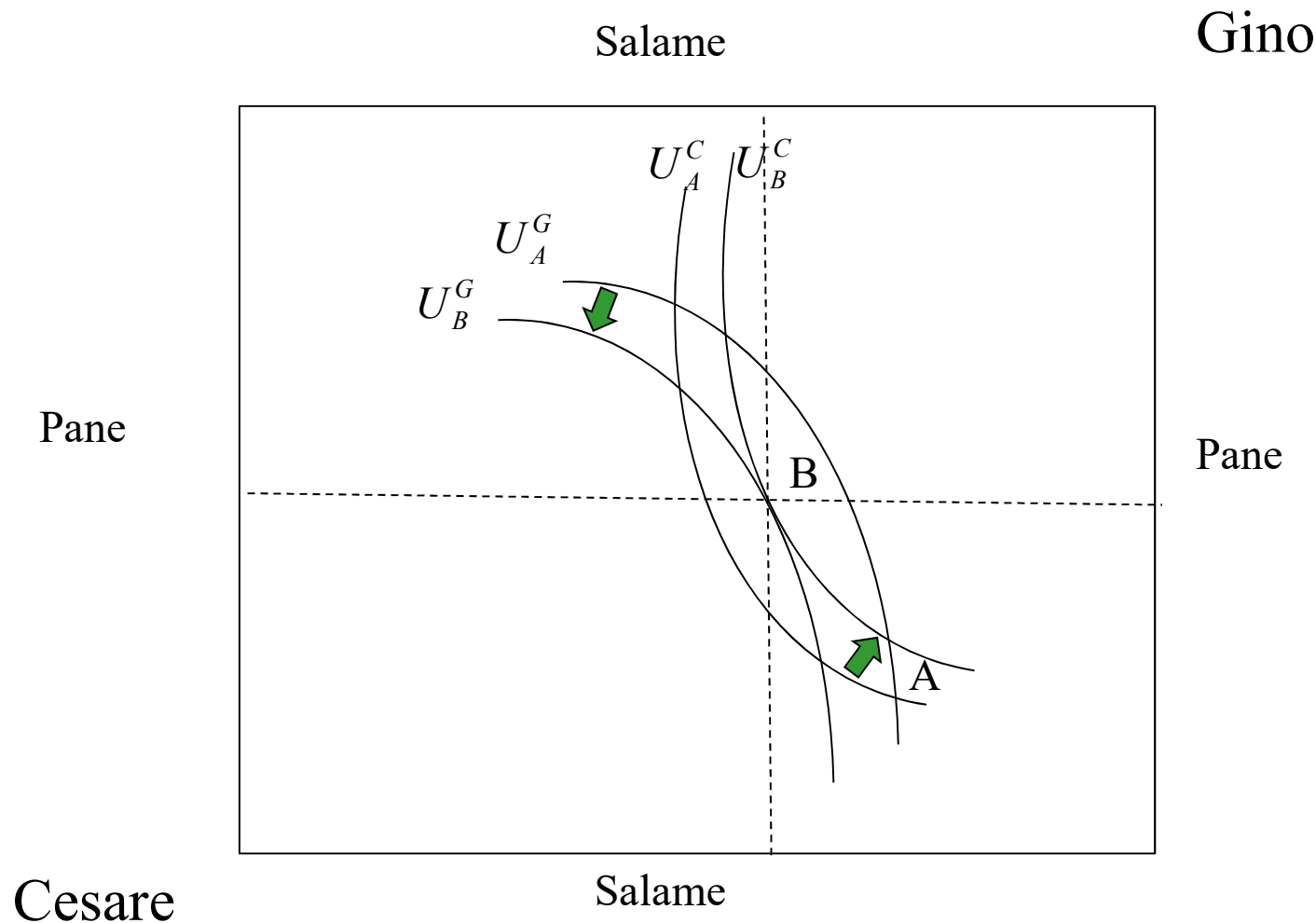
$$U_A^T = U_A^G + U_A^C$$

$$SMS_A^G \neq SMS_A^C$$



Lo scambio di beni genera benessere (Edgeworth)

$$U_B^G \succ U_A^G \quad U_B^C \succ U_A^C \quad U_B^T = U_B^G + U_B^C \quad U_B^T \succ U_A^T \quad SMS_B^G = SMS_B^C$$



Il mercato

Le principali forme di mercato

	Offerta			
Domanda		Molti operatori	Pochi operatori	Un solo operatore
	Molti operatori	Concorrenza libera	Oligopolio	Monopolio
	Pochi operatori	Oligopsonio	Oligopolio bilaterale	Quasi monopolio
	Un solo operatore	Monopsonio	Quasi monopsonio	Monopolio bilaterale

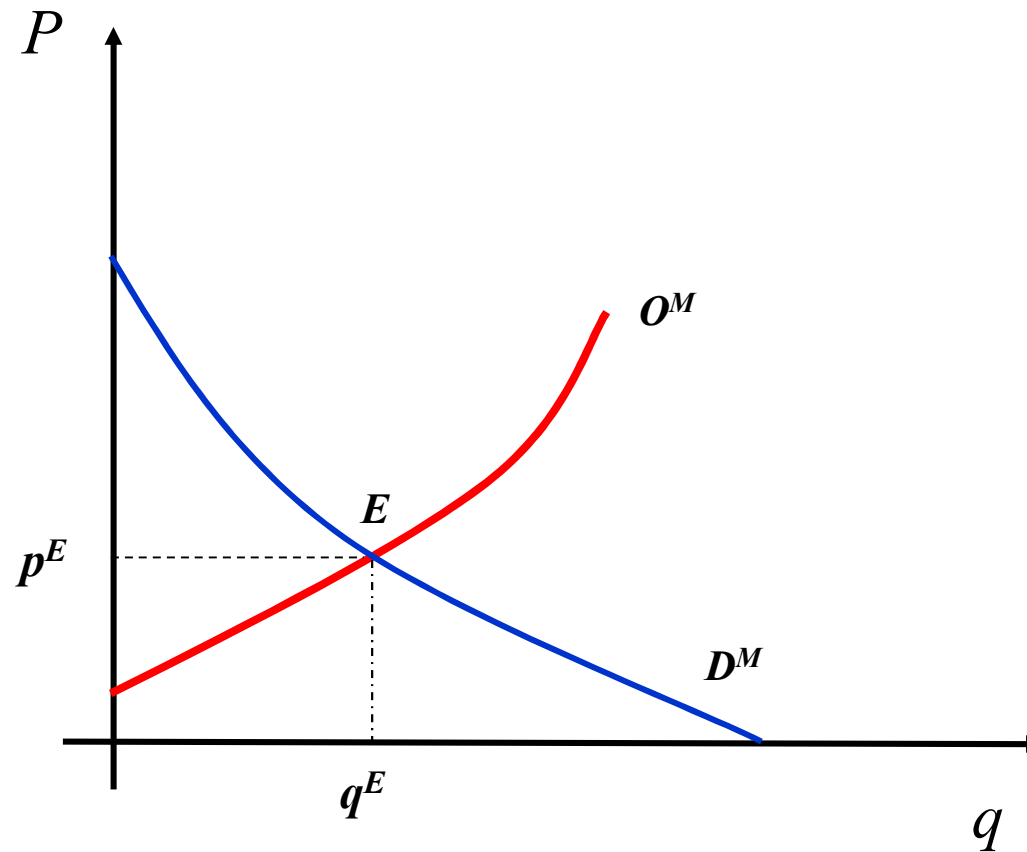
Il mercato di libera concorrenza

Forma di mercato ideale che massimizza il benessere totale prodotto dalle scambio e dove offerta e domanda controllano una porzione infinitesima dei beni scambiati e quindi non possono influenzare il prezzo di mercato (price taker).

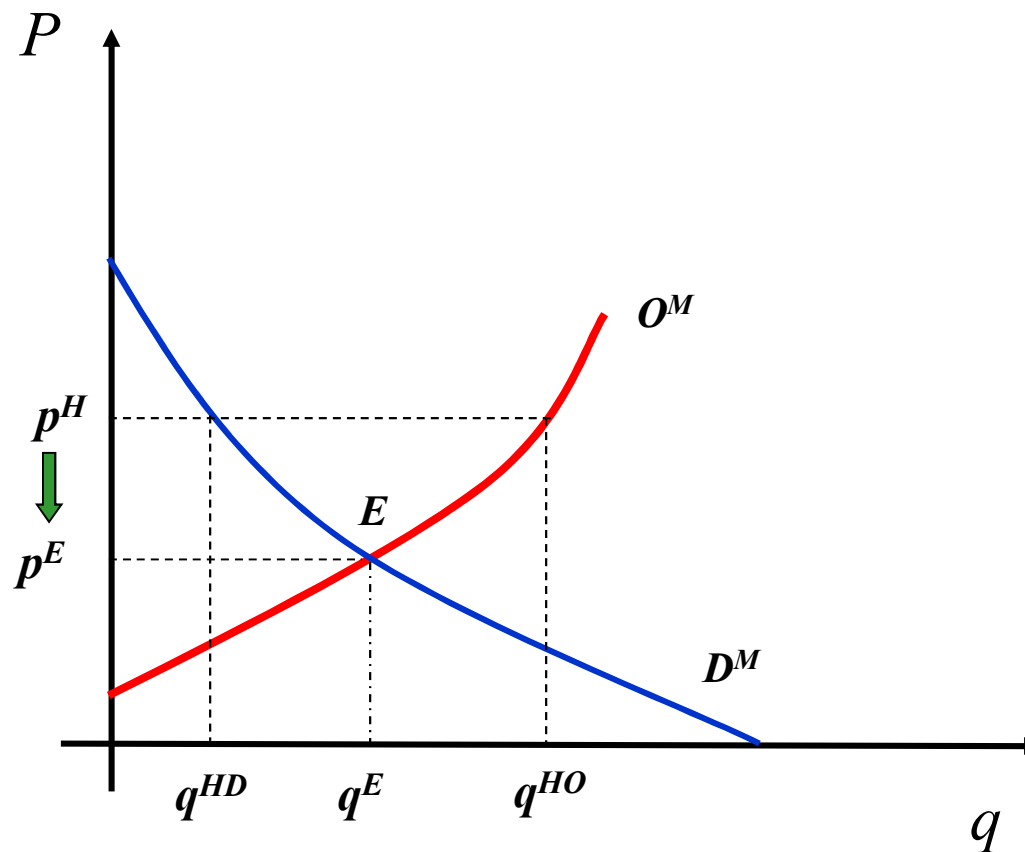
I prerequisiti:

1. Elevata numerosità degli attori
2. Merce suddivisibile
3. Flessibilità della domanda e dell'offerta
4. Gli operatori agiscono edonisticamente
5. Trasparenza del mercato (prezzi e quantità scambiate note a tutti gli operatori)
6. L'accesso al mercato è libero a offerenti e acquirenti

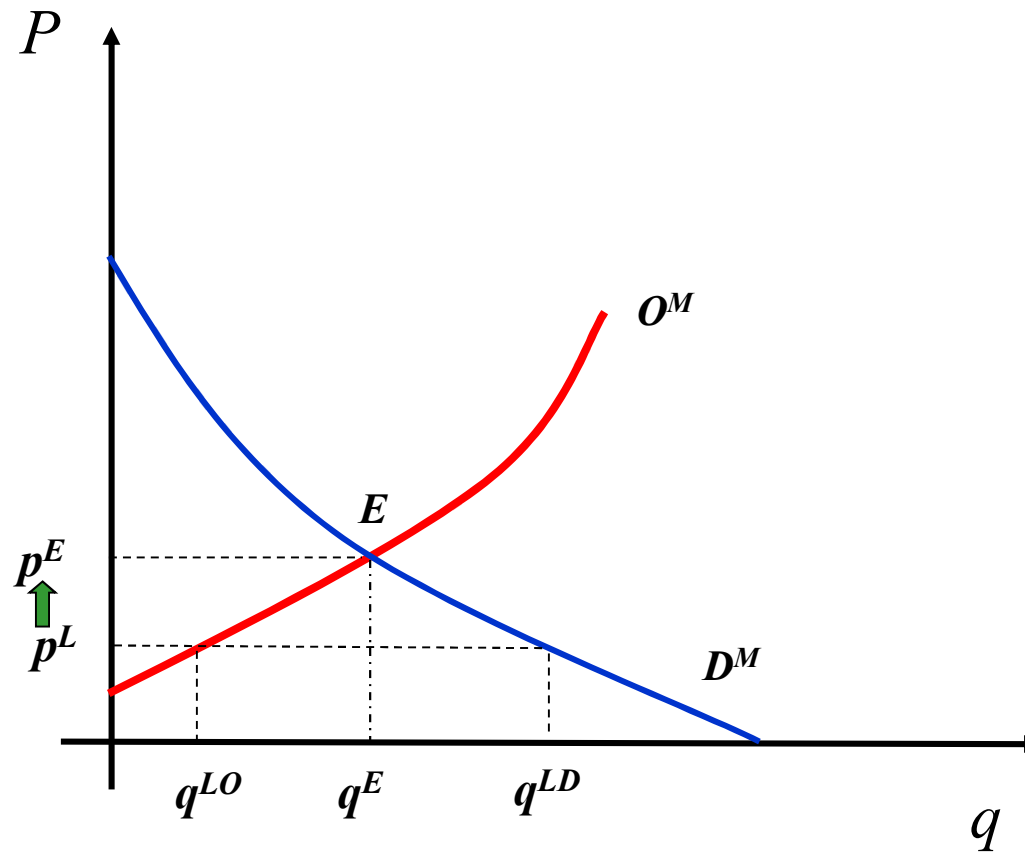
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza



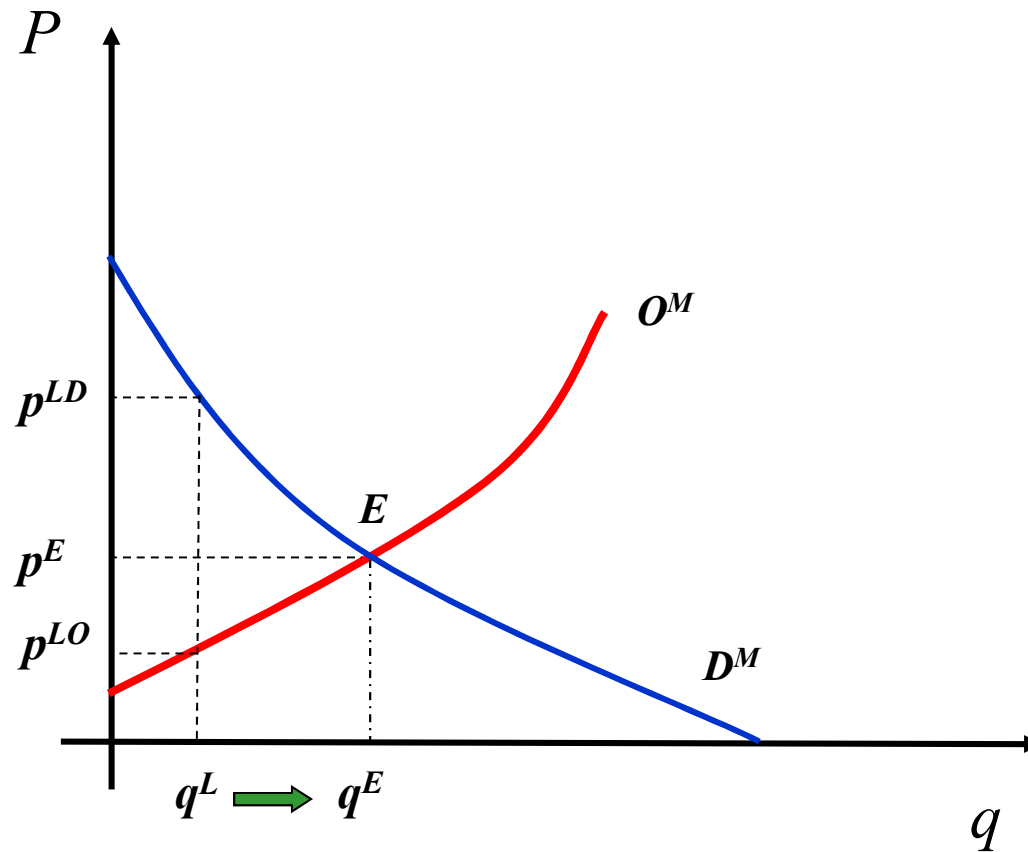
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di prezzo I



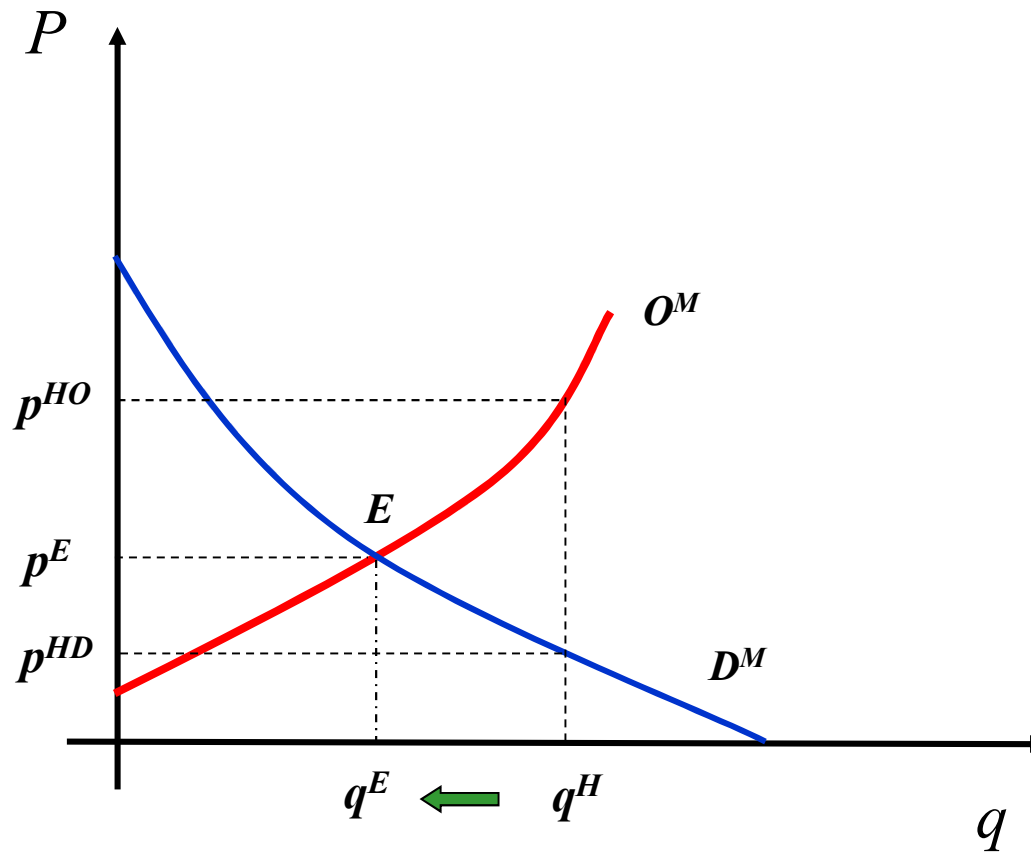
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di prezzo II



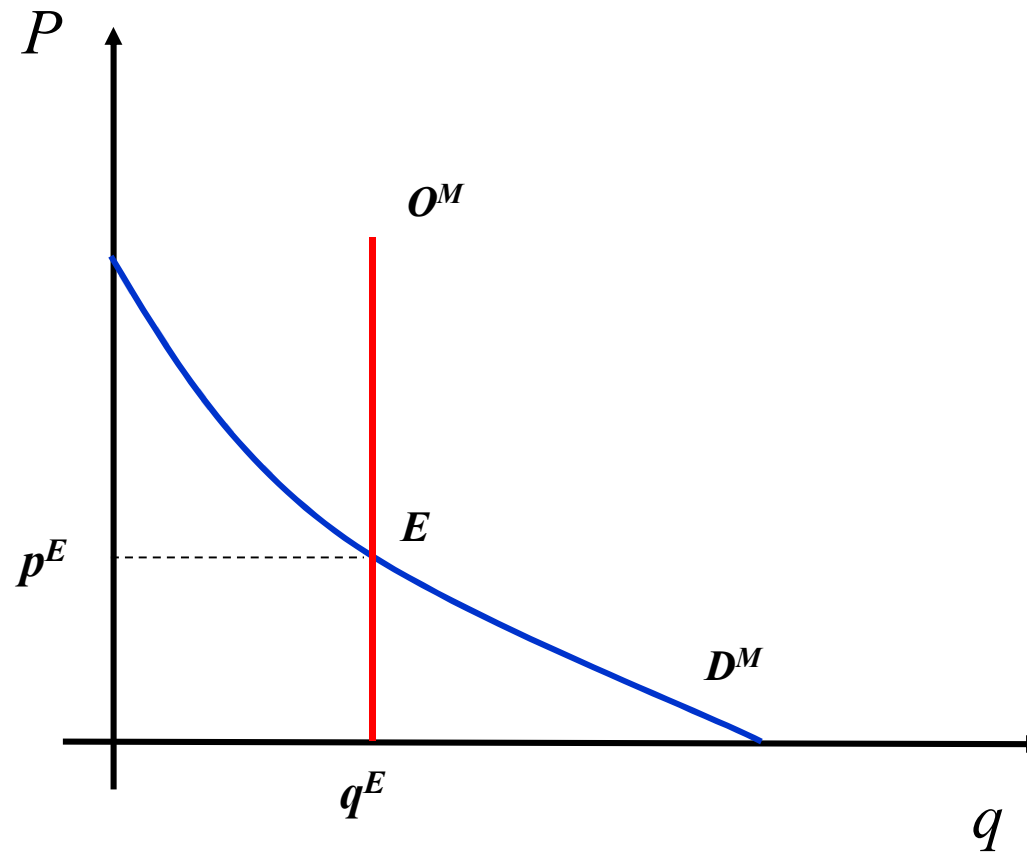
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di quantità I



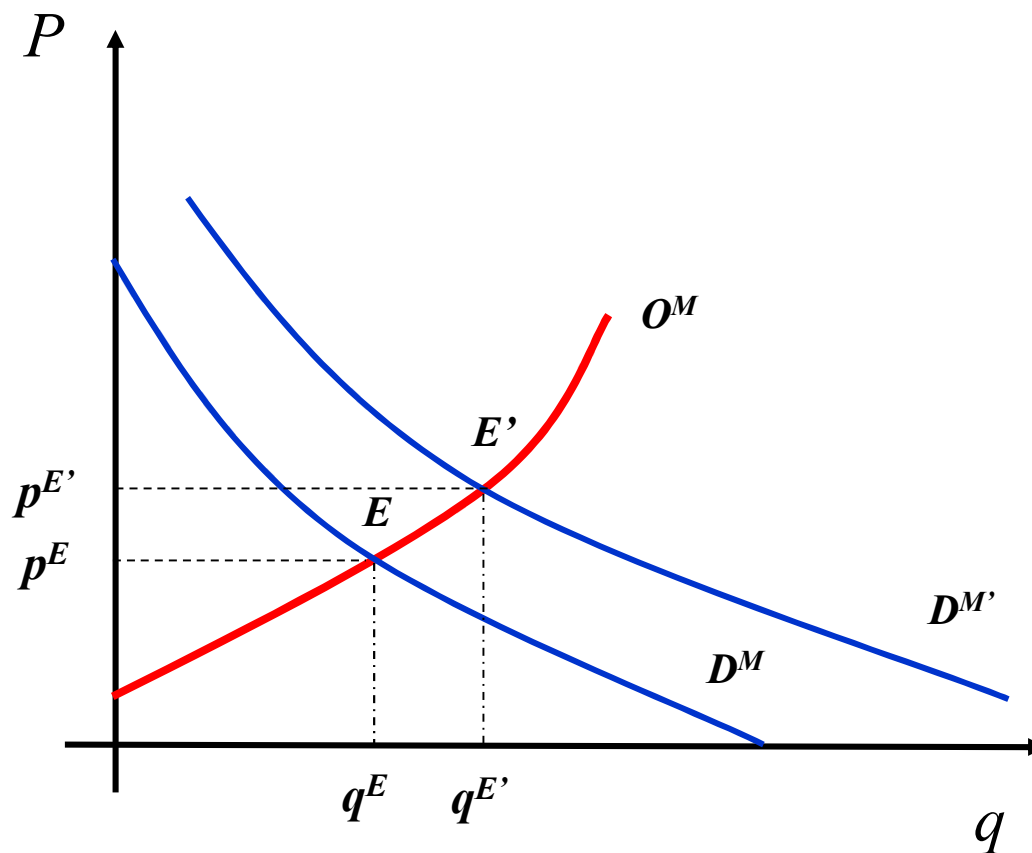
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza è stabile rispetto a variazioni di quantità II



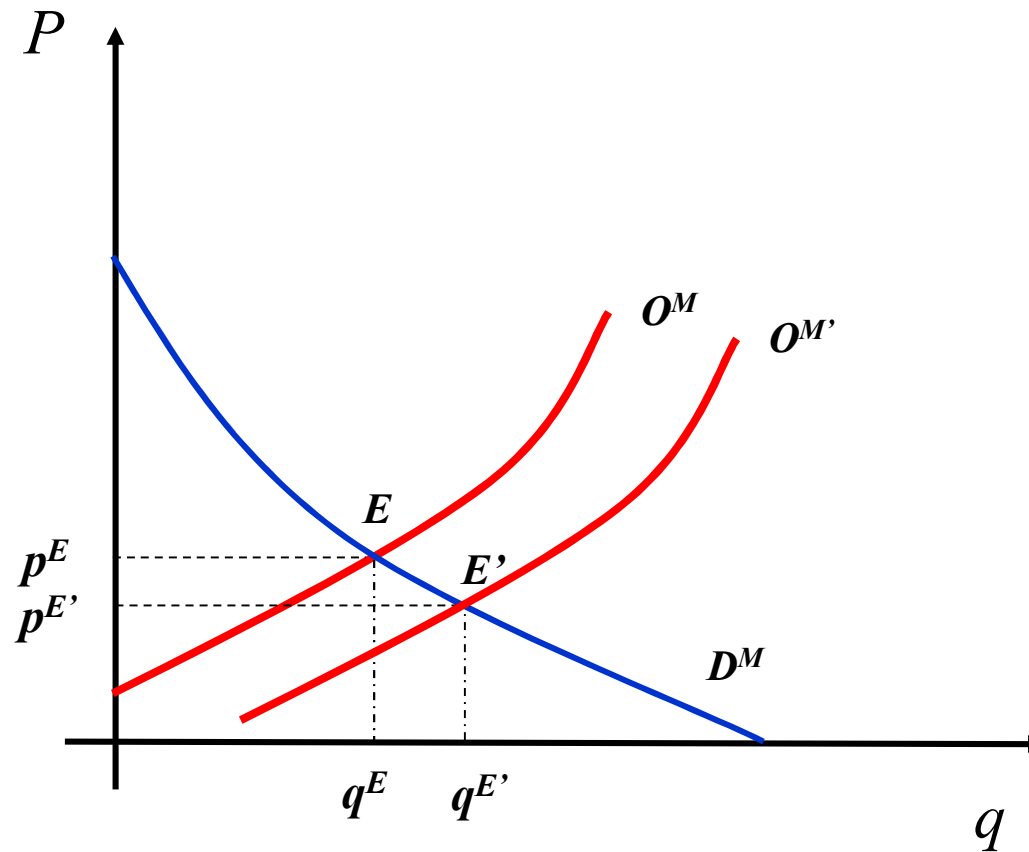
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza nel brevissimo periodo



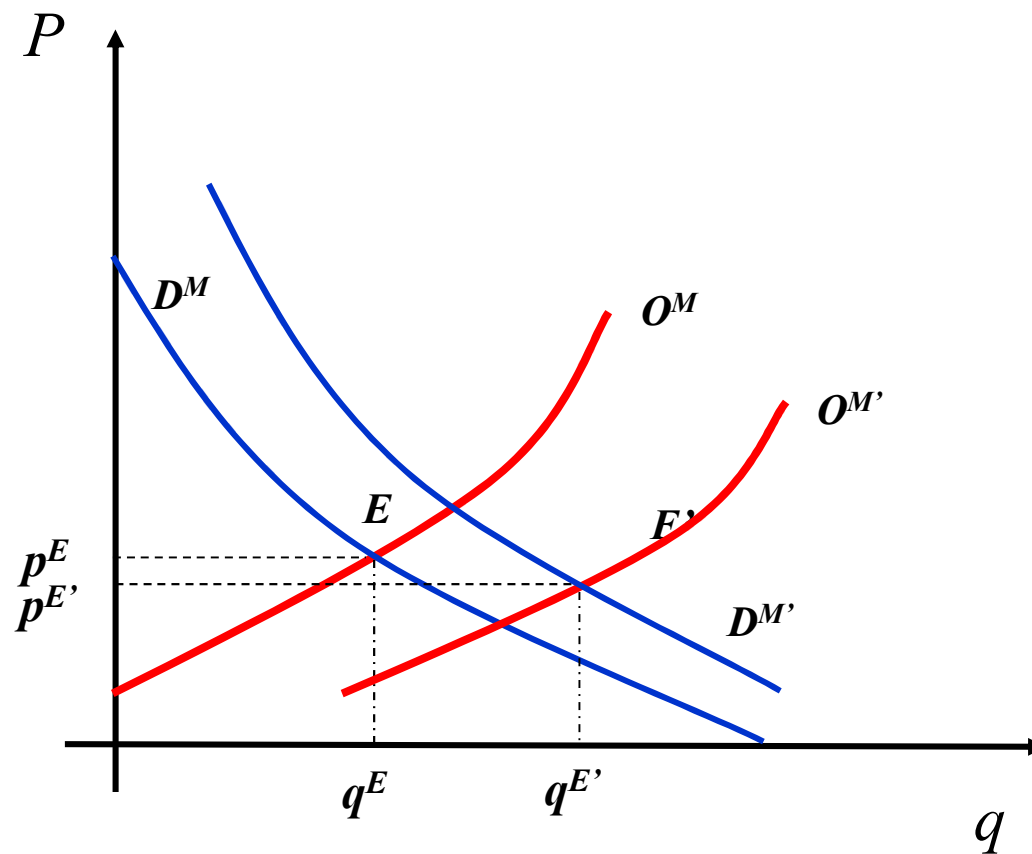
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e incrementi reddito



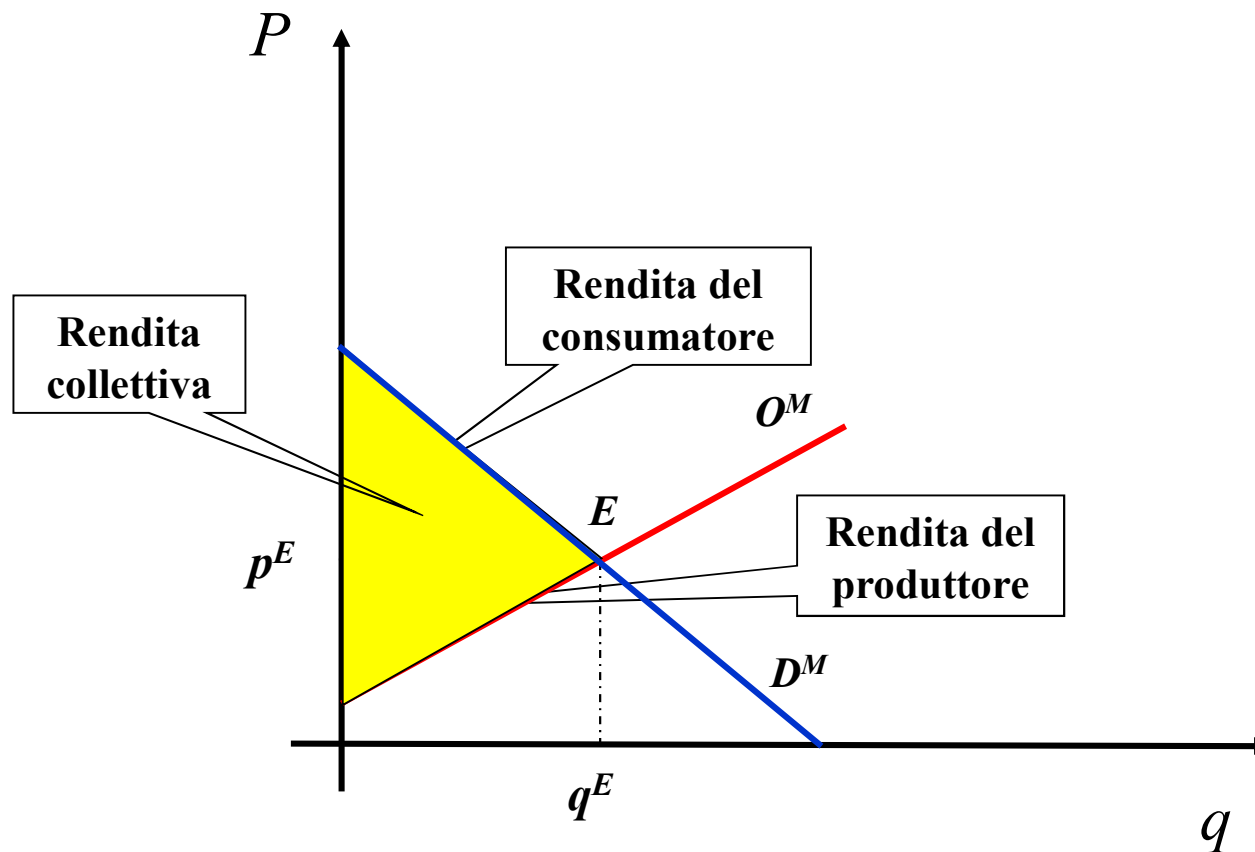
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e progresso tecnico



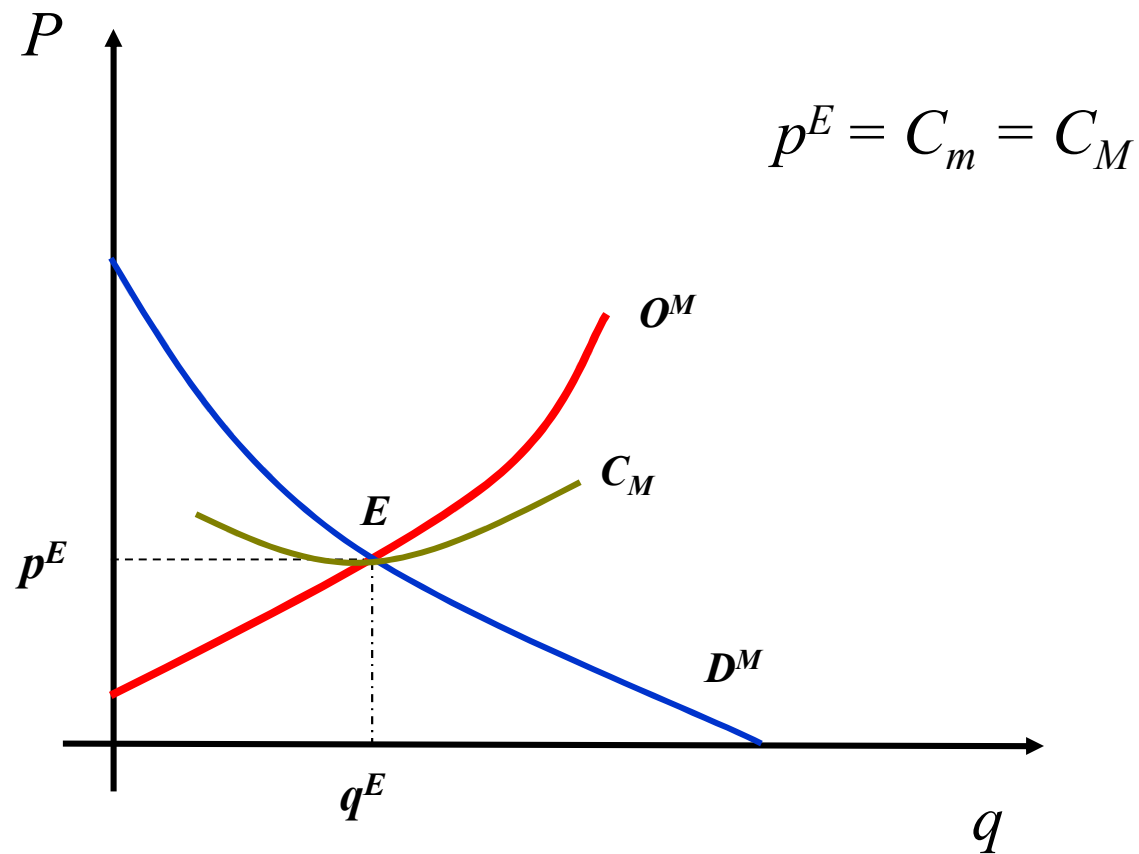
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza nell'evoluzione tecnica ed economica



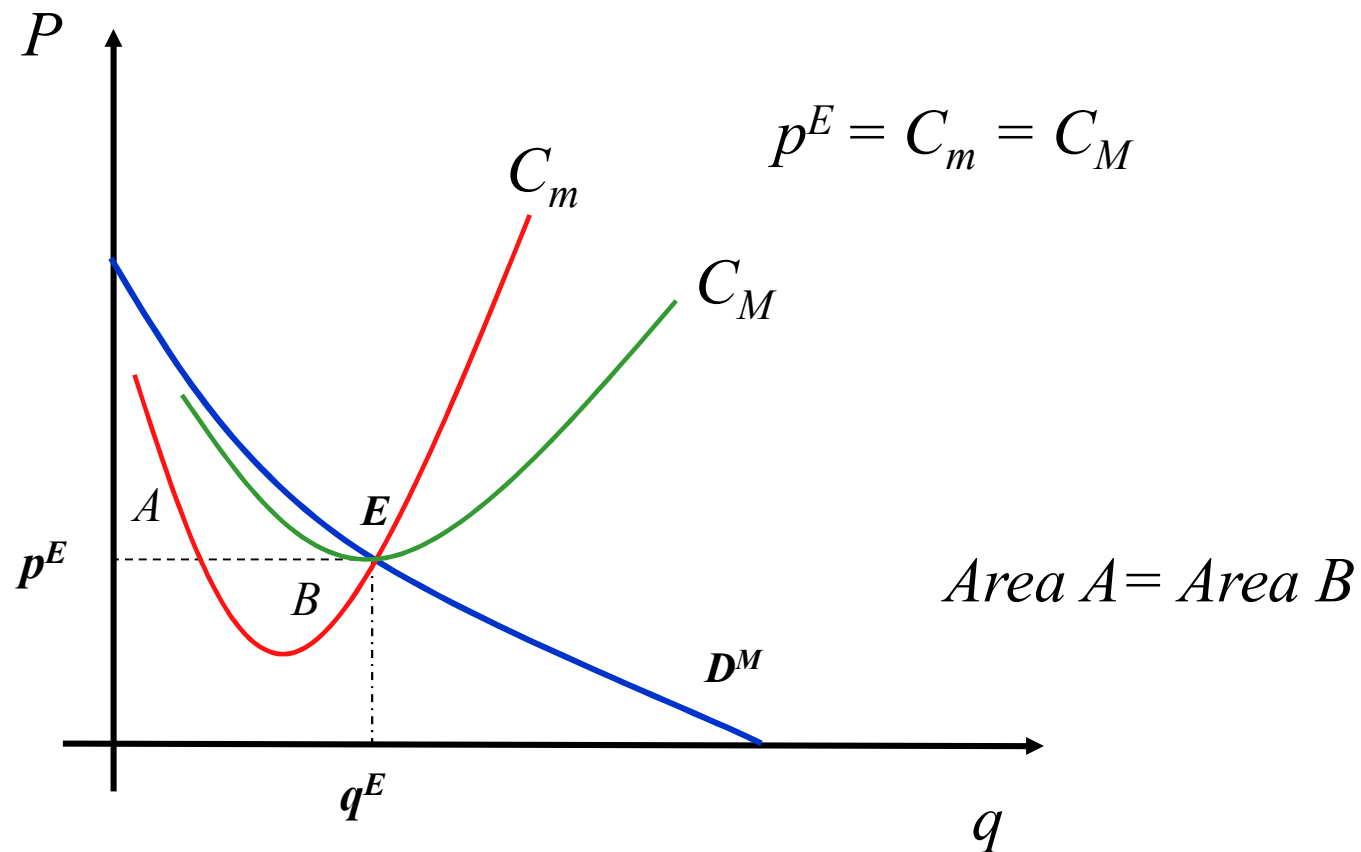
L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e rendita collettiva



L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e profitti dei produttori



L'equilibrio del mercato di libera concorrenza e profitto del produttore



Il mercato di monopolio

Forma di mercato caratterizzata dalla possibilità dell'offerta di stabilire il prezzo di vendita o la quantità collocata sul mercato. E' considerata una forma di mercato da contrastare poiché penalizza la domanda.

I prerequisiti:

1. Un solo offerente e numerosi acquirenti
2. Gli operatori agiscono edonisticamente
3. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
4. L'accesso degli acquirenti al mercato è libero
5. L'accesso di altri offerenti sul mercato è molto difficile

I monopoli

I monopoli possono essere:

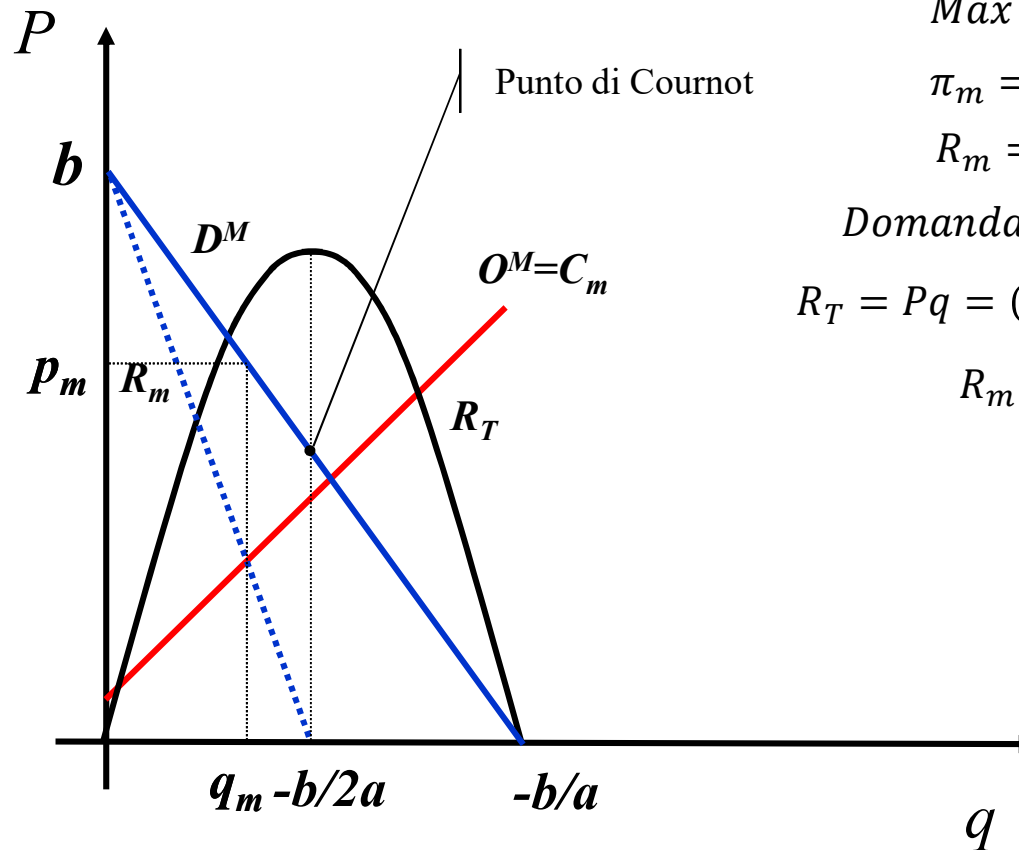
- Naturali: sono caratterizzati dal fatto che una singola impresa riesce a produrre ad un costo più basso (economie di scala) di una molteplicità di imprese e quindi in una strategia competitiva elimina progressivamente tutte le altre (chimica pesante, acciaierie, raffinazione, rete ferroviaria, rete di telecomunicazioni, distribuzione di energia elettrica). Possono anche costituirsi a causa delle «network externalities» vantaggi ad utilizzare un dato sistema operativo che deriva dalla sua diffusione (Windows, IOS).
- Legali: sono costituiti per legge per ragioni fiscali (tabacchi al consumo) o di interesse pubblico (il vecchio monopolio del sale).
- Di fatto: sono costituito da condizioni legali oggettive (brevetti, diritti d'autori) o sostanziali (De Beers per i diamanti)

I monopoli

Genesi:

- Economie di Scala/Rete
- Concentrazioni/Accordi
- Barriere all'ingresso di nuovi produttori (brevetti, investimenti, ecc.)

L'equilibrio del mercato di monopolio



$$\text{Max } \pi = R_T - C_T$$

$$\pi_m = R_m - C_m = 0$$

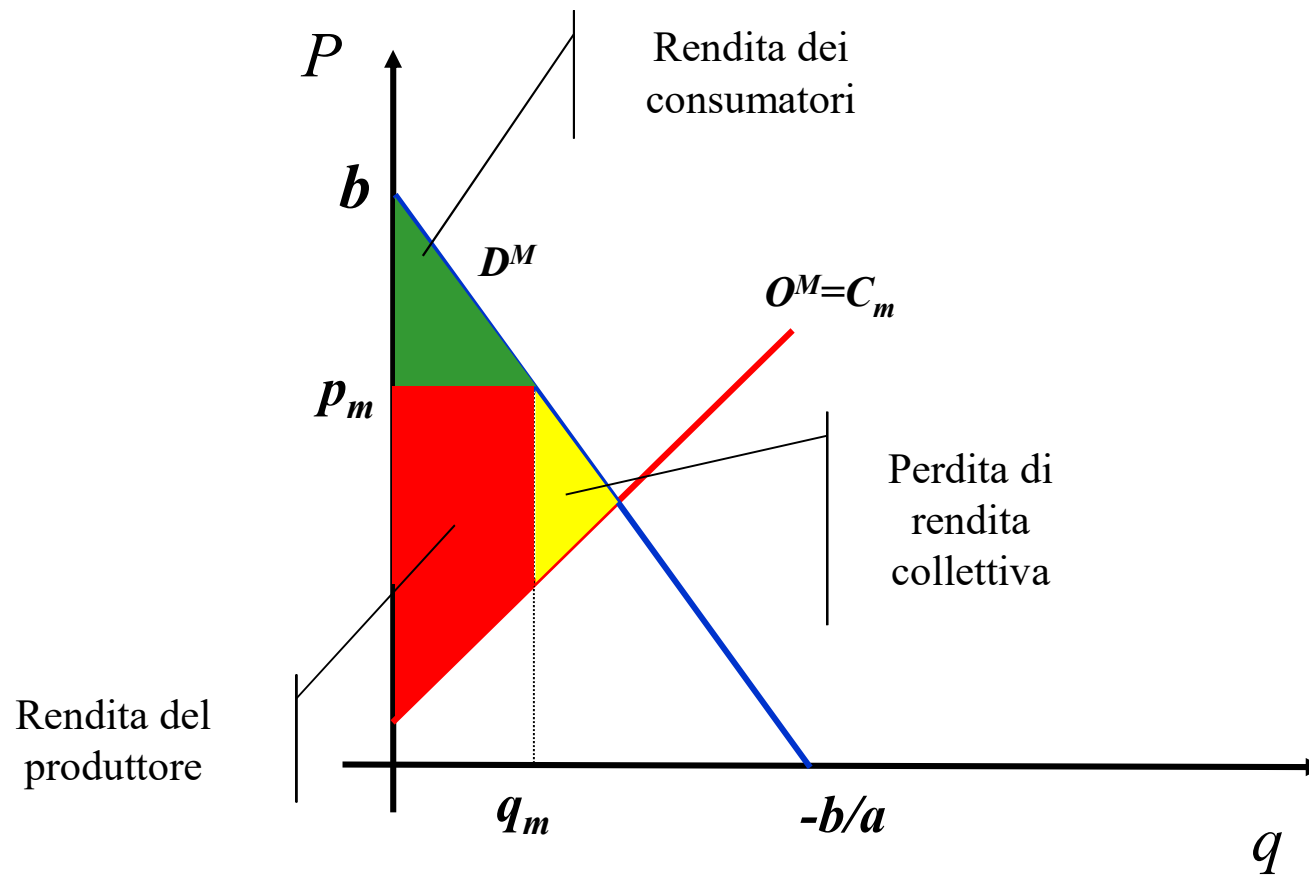
$$R_m = C_m$$

$$\text{Domanda: } P = aq + b$$

$$R_T = Pq = (aq + b)q = aq^2 + bq$$

$$R_m = 2aq + b$$

Le rendite nel mercato di monopolio



I monopoli

Il monopolista, se ne ha la possibilità, tende a discriminare il prezzo per massimizzare i suoi profitti.

Strategie di differenziazione:

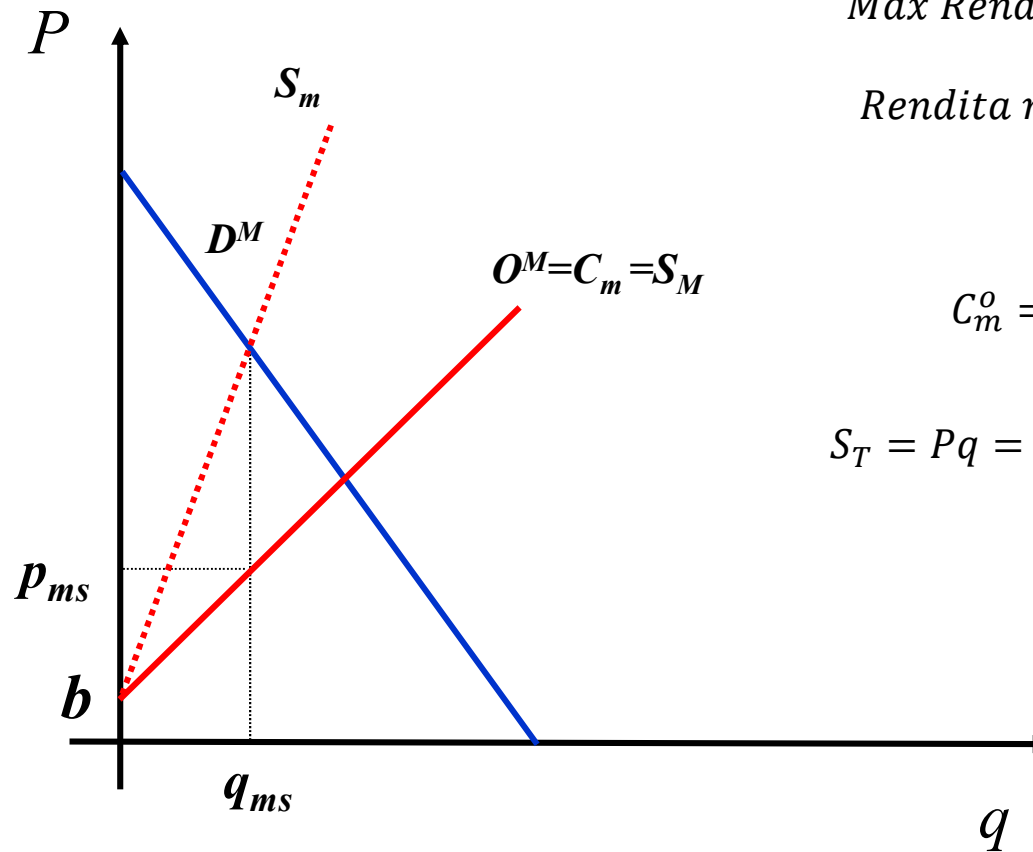
- Primo grado: il prezzo del bene/servizio è discriminato in funzione della disponibilità a pagare/reddito della domanda (prestazioni professionali, negoziazione da parte di un bravo venditore);
- Secondo grado: sconti sulla quantità acquistata, prezzi scalari in funzione della frazione acquistata);
- Differenziazione apparente: stesso prosecco (tappo corona 4 €, tappo sughero raso 5 €, tappo sughero fungo 6 €);
- Differenziazione nel tempo: tariffa aeree crescenti con l'avvicinarsi della data di partenza; prime e seconde visioni; saldi con sconti crescenti nel tempo;
- Tariffe a due componenti; componente fissa più variabile a consumo.

Il mercato di monopsonio

I prerequisiti:

1. Un solo acquirente e numerosi offerenti
2. L'acquirente ha la possibilità di stabilire il prezzo o la quantità domandata
3. Gli operatori agiscono edonisticamente
4. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità richieste)
5. L'accesso degli offerenti al mercato è libero

L'equilibrio del mercato di monopsonio



$$\text{Max Rendita} = DAP_T - S_T$$

$$\text{Rendita marginale} = 0$$

$$DAP_m = D^M = S_m$$

$$C_m^o = S_M^a = P = aq + b$$

$$S_T = Pq = (aq + b)q = aq^2 + bq$$

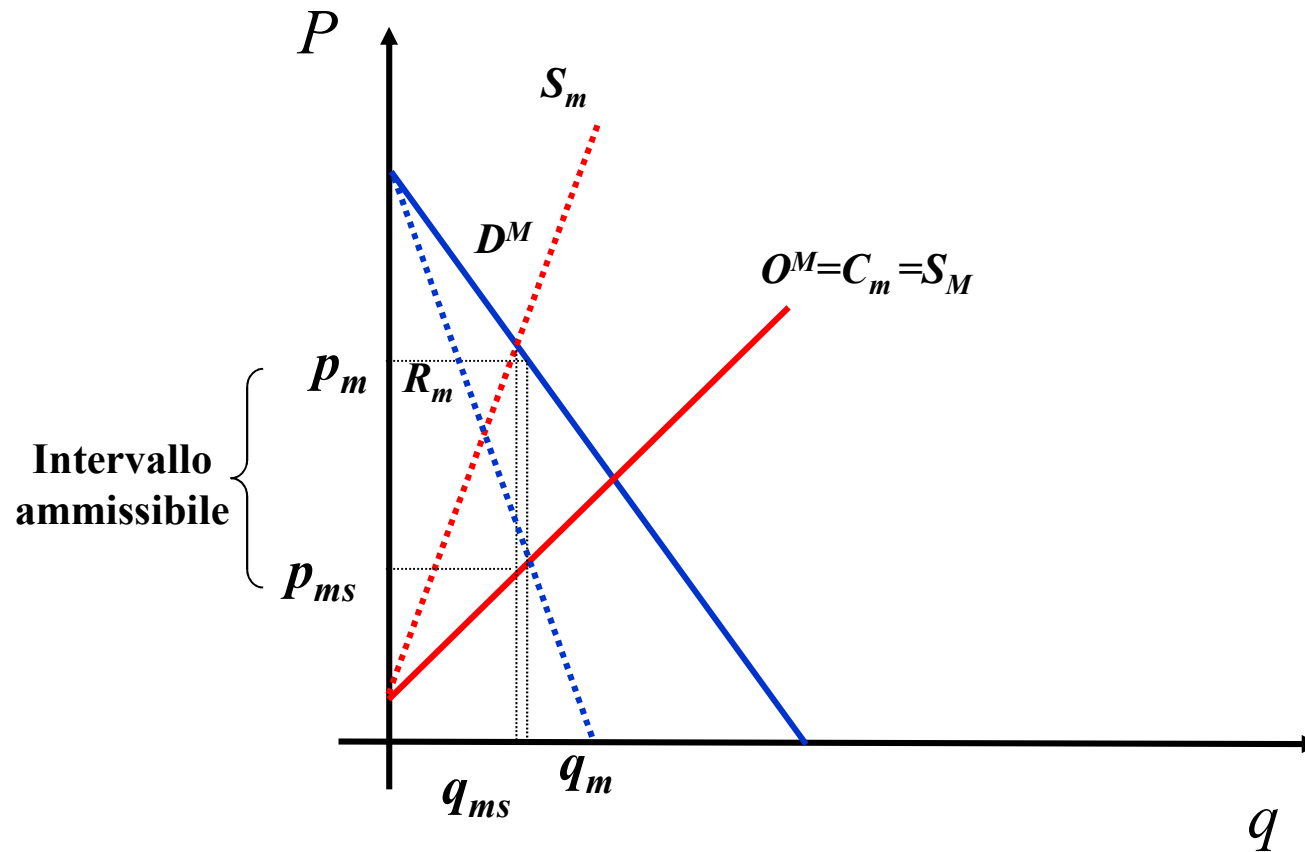
$$S_m = 2aq + b$$

Il monopolio bilaterale

I prerequisiti:

1. Un solo acquirente e un solo offerente
2. Gli operatori agiscono edonisticamente

L'equilibrio del monopolio bilaterale



L'oligopolio I°

I prerequisiti:

1. Pochi (due) offerenti e numerosi acquirenti
2. Gli offerenti hanno la possibilità di influire sul prezzo o la quantità di mercato offerta
3. Gli operatori agiscono edonisticamente
4. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
5. L'accesso degli acquirenti al mercato è libero

L'oligopolio II°

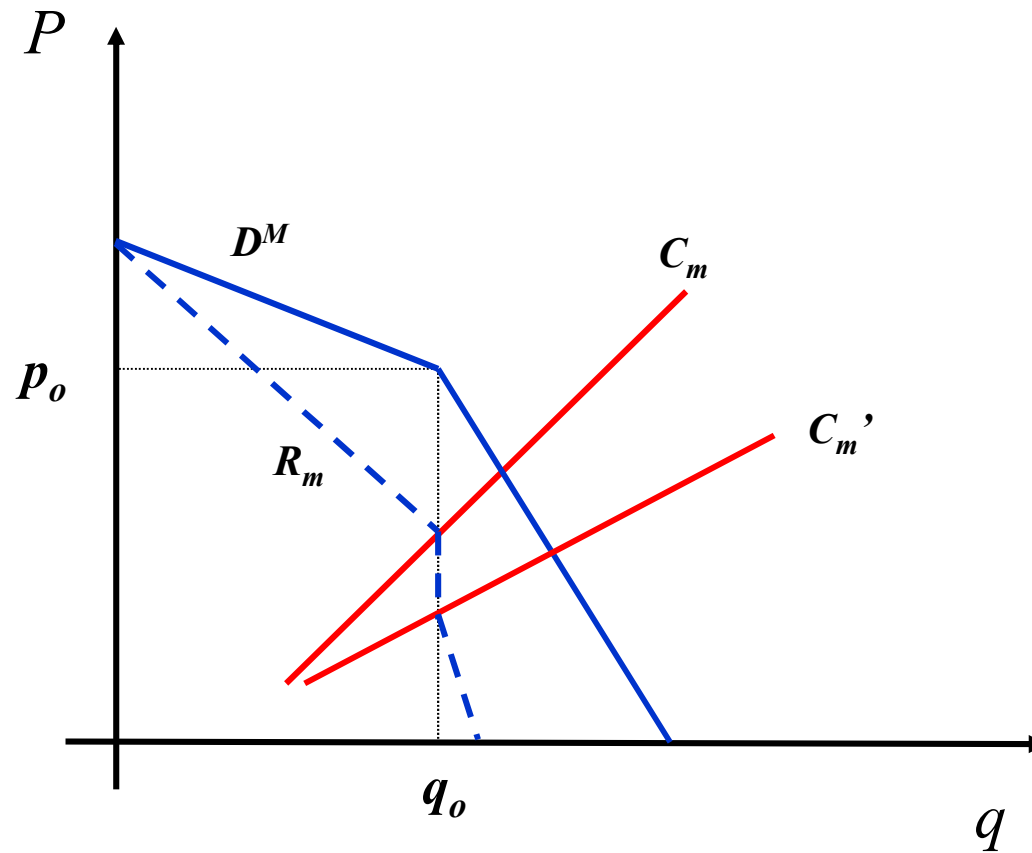
Tipi:

1. Puro
2. Differenziato

Genesi:

1. Economie di scala
2. Concentrazioni
3. Barriere all'ingresso
 1. marchi
 2. brevetti
 3. accesso a risorse
 4. investimenti

La stabilità del prezzo nell'oligopolio



Collusione e competizione nell'oligopolio

		Decisioni di Esso	
		Trivella due pozzi	Trivella un pozzo
Decisioni di Agip	Trivella due pozzi	<ul style="list-style-type: none"> • Esso guadagna 4 milioni di euro • Agip guadagna 4 milioni di euro 	<ul style="list-style-type: none"> • Esso guadagna 3 milioni di euro • Agip guadagna 6 milioni di euro
	Trivella un pozzo	<ul style="list-style-type: none"> • Esso guadagna 6 milioni di euro • Agip guadagna 3 milioni di euro 	<ul style="list-style-type: none"> • Esso guadagna 5 milioni di euro • Agip guadagna 5 milioni di euro

Gli effetti dell'oligopolio

Rispetto alla libera concorrenza:

- Prezzi alti
- Quantità contenute
- Profitti elevati
- Espansione della domanda senza aumenti nei prezzi

Le strategie dell'impresa oligopolistica:

1. Ridurre i costi di produzione
2. Investire in ricerca e sviluppo
3. Formare coalizioni (orizzontali e verticali)
 1. Cartelli
 2. Corner
 3. Pool
 4. Trust
 5. Ecc.

Il mercato di concorrenza monopolistica I°

I prerequisiti:

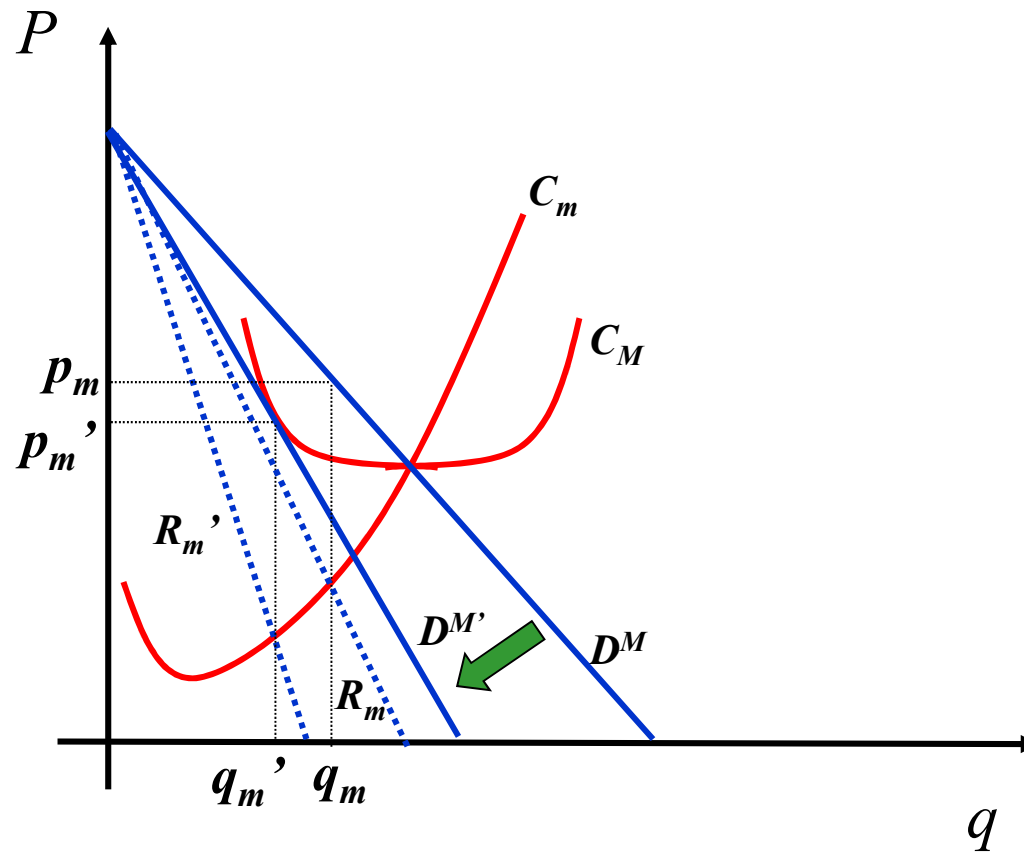
1. Imprese aggregabili in gruppi e numerosi acquirenti
2. La merce offerta è simile ma non identica (sostituibile)
3. Non vi sono barriere legali all'ingresso di nuovi offerenti
4. Non vi sono comportamenti collusivi
5. Ogni impresa è monopolista per il proprio prodotto
6. Gli operatori agiscono edonisticamente
7. Trasparenza del mercato (prezzo e quantità disponibili)
8. L'accesso al mercato è libero

Il mercato di concorrenza monopolistica II°

Le caratteristiche:

- La domanda è più elastica che nel monopolio
- La domanda è più rigida che nella libera concorrenza
- La singola impresa nel breve periodo può comportarsi da monopolista
- Se non innova vi è un'erosione della sua domanda e si avvia verso una situazione concorrenziale

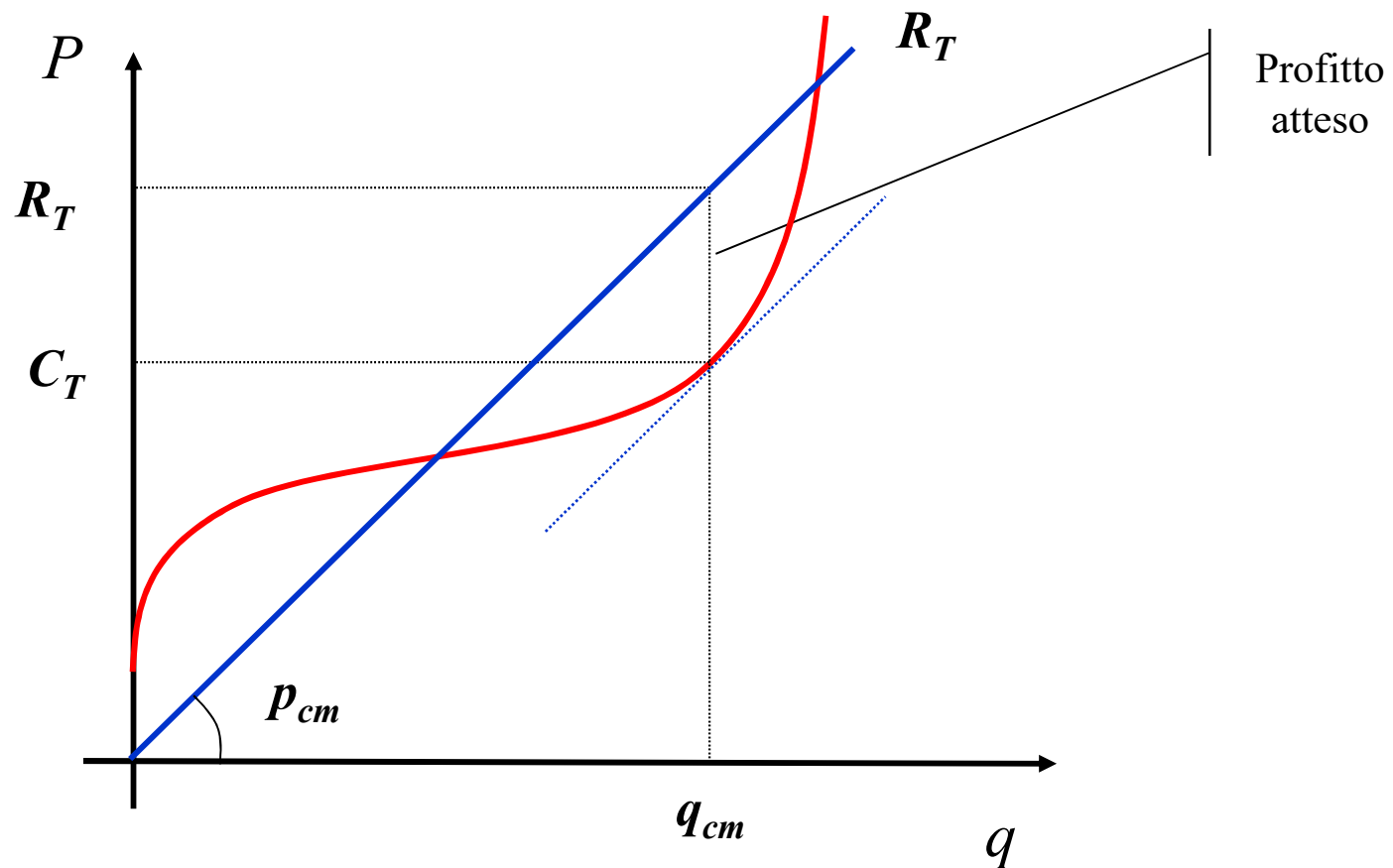
La dinamica della concorrenza monopolistica



Il mercato di concorrenza monopolistica III°

Il criterio del costo pieno

$$\text{Costo pieno} = \text{Costo totale} + \text{Profitto atteso} = \text{Ricavo totale}$$



Il mercato di concorrenza monopolistica III°

Le strategie dell'impresa in concorrenza monopolistica

1. Mantenere una posizione di monopolio mediante
 1. Investire in ricerca e sviluppo
 2. Differenziazione di prodotto
 3. Pubblicità
2. Fissa il prezzo con criterio del costo pieno