

Quali tipi di mercato esistono?

Dato che le contrattazioni e gli scambi sono di tipo diverso si possono fare diverse classificazioni dei mercati, utili per coglierne gli aspetti comuni e le differenze. La classificazione può essere fatta secondo diversi punti di vista:

- **Merceologico**, cioè la natura dei beni trattati (mercato del petrolio, dei bovini, mercato dell'oro, ecc.)
- **Territoriale**, cioè l'estensione territoriale su cui avvengono le contrattazioni (mercato nazionale, mercato internazionale)
- **Quantitativo**, cioè la misura delle quantità scambiate (mercato all'ingrosso, mercato al dettaglio)
- del **Controllo**, cioè del modo con cui le imprese controllano il mercato, cioè in base al potere contrattuale (la possibilità di un contraente di ottenere condizioni favorevoli in una contrattazione):
 - o concorrenza perfetta
 - o monopolio
 - o concorrenza monopolistica
 - o oligopolio

Concorrenza perfetta: si basa sulla capacità del mercato di coordinare al meglio le finalità di coloro che ci operano, cioè consumatori e produttori.

Le caratteristiche sono:

- i beni vengono prodotti o offerti da molte imprese
- i beni sono identici
- nessuna impresa ha il potere di determinare da sola il prezzo di mercato, cioè nessuna impresa ha dimensioni tali di poter imporre i propri prezzi al consumatore aumentando o diminuendo la propria offerta
- le imprese possono liberamente entrare o uscire dal mercato, quindi non c'è nessun ostacolo

In realtà questo mercato non esiste perché:

1. è impossibile trovare un gran numero di imprese che producono beni identici per i consumatori
2. è difficile immaginare un mercato nel quale tutte le aziende siano sullo stesso piano e nessuna si crei un posto di predominio
3. non è facile pensare a un mercato nel quale le imprese possano liberamente entrare e uscire

Mercato di monopolio: è caratterizzato dal fatto che:

- il bene è unico
- questo bene viene prodotto e offerto da una sola impresa
- esistono ostacoli per l'entrata di altre imprese nel mercato

Attualmente non esiste nessuna impresa che abbia il monopolio del mercato, ad eccezione del monopolio legale dove lo stato affida per legge ad un'impresa il compito di produrre un bene che nessun altro può produrre ed è lo stato che determina il prezzo (es. tabacco, per aumentare le entrate fiscali, o trasporto urbano, per garantire beni e servizi socialmente importanti a prezzi accessibili)

Mercato della concorrenza monopolistica: le caratteristiche sono:

- i beni vengono prodotti da un gran numero d'impres
- le imprese sono libere di entrare e di uscire
- i beni offerti non sono identici, ma sostituibili fra loro

L'impresa è in una situazione monopolistica: può fissare liberamente un prezzo più alto o più basso. Ma, al tempo stesso, è in concorrenza con le imprese che producono beni simili.

Molto diffuso nell'attuale sistema economico, infatti il mercato di concorrenza monopolistica lo troviamo "al supermercato".

Mercato di oligopolio: è caratterizzato da:

- i beni offerti sono identici o simili
- sono offerti da poche imprese
- ci sono ostacoli all'entrata di altre imprese

La caratteristica è la forte concorrenza tra poche grandi imprese. Qualsiasi decisione che un'impresa prende in merito al prezzo dell'offerta si ripercuote sul volume delle vendite delle altre imprese.

Es. Mercato dell'automobile, le compagnie aeree, le banche, le assicurazioni, tour operator.

Quando sul mercato esistono poche grandi imprese, vi è la possibilità che esse giungano a un accordo e si coalizzino tra loro, allo scopo di svolgere una comune politica delle vendite, che consenta a tutte di realizzare profitti elevati. Le forme di questi accordi sono varie:

- **cartelli:** accordi tra imprese che mantengono la propria autonomia limitando la concorrenza
- **pool:** accordi fra imprese per utilizzare congiuntamente risorse, beni e servizi ottenendo un risparmio rispetto a quanto pagherebbero gli stessi beni e servizi acquistandoli separatamente

- **joint venture**: accordi con cui più imprese decidono di gestire insieme una certa produzione

In alcuni casi, con i **conglomerati** o **gruppi societari**, imprese, che erano concorrenti, si raggruppano sotto la direzione di una società, definita **holding**, che diventa l'unico centro di decisione per tutte. Spesso questi gruppi operano in diversi Paesi, prendendo il nome di **multinazionali**.

Es. FIAT per autoveicoli, Nestlè nel campo alimentare, la Microsoft per il software, la Philips per gli elettrodomestici, la Nike per l'abbigliamento.

L'Unione Europea basa la sua esistenza sul libero mercato, cioè sulla libera concorrenza fra imprese. Per questo condanna tutte le forme di coalizione fra aziende, il cui scopo è quello di controllare il mercato, imporre prezzi elevati, impedire ad altre imprese di entrarvi. Per questo tutti i Paesi dell'UE hanno una legislazione **antitrust**, cioè un insieme di leggi volte a impedire che il mercato sia controllato sostanzialmente da poche grandi imprese coalizzate (*trust*). In Italia il controllo dei mercati è affidato **all'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato** (Antitrust), organismo che opera in collaborazione con il Governo, che può emanare direttive vincolanti per le imprese il cui comportamento sia lesivo della libera concorrenza.