

MERCATO E REGIMI DI MERCATO

Scambio e prezzo

La divisione del lavoro, che caratterizza l'attuale organizzazione dell'economia, comporta che la produzione di beni e servizi sia affidata ad una pluralità di soggetti e destinata ad altri soggetti diversi dai produttori attraverso il meccanismo dello scambio.

Lo *scambio* consiste nella libera e reciproca cessione di beni e servizi ed avrà luogo finché esiste, a favore di ciascun contraente, un divario fra le utilità marginali dei due beni oggetto di contrattazione. Lo scambio può assumere le forme del *baratto* (cessione di beni e servizi contro altri beni e servizi), della *compravendita* (cessione di beni e servizi contro moneta), del *credito* (cessione di beni e servizi contro la promessa di un pagamento futuro).

Il rapporto nel quale due beni sono scambiati costituisce la *ragione di scambio*. Essa rappresenta il valore del bene, cioè la quantità di altri beni che debbono essere ceduti per acquistarlo. Nel baratto, le ragioni di scambio sono tante quante sono le combinazioni binarie dei beni (cioè presi due a due) oggetto della contrattazione e sono date da $n!$ (*n fattoriale*) dove n indica il numero dei beni. In simboli: $n! = n(n-1)/2$.

Nella compravendita, dove la misura di valore è rappresentata da un unico bene (moneta), le ragioni di scambio sono tante quanti sono i beni oggetto di contrattazione e sono determinate immediatamente. Il rapporto di scambio fra beni e moneta prende il nome di *prezzo*, che è definito come il valore di un bene espresso in moneta. Il prezzo dei beni si forma nel mercato.

Mercato: nozione e tipologie

Lo scambio di beni e servizi è reso possibile dal mercato, la cui funzione è proprio quella di mettere in contatto compratori e venditori di beni e servizi. Il *mercato* è il luogo reale o ideale di incontro della domanda e dell'offerta collettive di beni, servizi, fattori, titoli e valute. E' reale nel caso in cui compratori e venditori si incontrano fisicamente in un determinato luogo (piazza, fiera, ecc.); è ideale se indica l'insieme delle contrattazioni che intercorrono tra compratori e venditori e relative a uno o più beni (mercato della lana, del petrolio, dei cereali, dei metalli, ecc.).

Si possono avere vari tipi di mercato:

- *Locale* se riferito ad una città o a un suo rione
- *Nazionale* se riferito a uno Stato
- *Internazionale* se riguarda più Stati legati fra loro da rapporti di scambio
- *Mondiale* se riguarda la domanda e l'offerta di un bene su scala mondiale. Costituisce il caso tipico di mercato ideale.

In relazione alla maggiore o minore facilità di accesso, i mercati possono essere *liberi* o *chiusi*. I primi realizzano, sia pure in diversa misura, la libera circolazione di beni, servizi, lavoro, capitali e fattori. I mercati chiusi, invece presentano barriere all'entrata (numero contingentato di operatori, attività sottoposte al rilascio di licenze, ecc.). I mercati possono essere anche *liberi* (o *perfetti*) quando il prezzo risulta dal complesso delle contrattazioni spontaneamente concluse dagli operatori economici che vi agiscono senza che nessuno di essi sia in grado di far prevalere la propria volontà e senza interventi dello Stato. Sono *vincolati* (o *imperfetti*) quando il prezzo di mercato è imposto o influenzato da alcuni operatori economici (monopolio, oligopolio) oppure dallo Stato (calmieri, prezzi amministrati). La globalizzazione dell'economia ha prodotto la tendenza alla creazione di mercati sempre più vasti, integrati e a carattere internazionale.

I mercati possono essere classificati ulteriormente in mercati:

a) *All'ingrosso*, dove l'offerta è indirizzata a commercianti, grossisti, dettaglianti, utilizzatori professionali o ad altri utilizzatori in grande;

b) *Al dettaglio* (o *al minuto*), dove l'offerta è indirizzata direttamente al consumatore finale. A causa degli elevati costi di distribuzione, in questo mercato i prezzi presentano una rigidità maggiore rispetto ai prezzi del mercato all'ingrosso, rigidità che attenua l'incidenza delle fluttuazioni dei prezzi all'ingrosso sul mercato al minuto;

c) *Dei beni di consumo*, dove vengono scambiati beni durevoli (automobili, elettrodomestici, ecc.) e beni non durevoli (alimentari, bevande, ecc.);

d) *Alla produzione*, dove le merci sono offerte direttamente dai produttori (es. produttori agricoli singoli o associati);

e) *Delle materie prime (commodities)*, dove sono scambiati in un ampio range prodotti tra cui commodities agricole, prodotti energetici e petroliferi, cereali, metalli, ecc.. Ne sono esempi il Chicago Mercantile Exchange, il New York Mercantile Exchange, il Chicago Board of Trade, il London Metal Exchange, ecc.

Esistono mercati specifici per ogni bene: mercato del grano, dell'automobile, ecc.

Il mercato presuppone appositi istituti giuridici come la tutela della proprietà privata e dell'esecuzione dei contratti.

Il mercato di ciascun bene presenta una struttura definita dall'*omogeneità* (più o meno marcata) dei prodotti, dal *numero delle imprese venditrici*, dal *numero dei compratori*.

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 (Inghilterra) è 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 pezzo 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 o 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.** Nel 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 fondamentalmente instabile e sfocia in una forma di 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 fondamentalmente 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 che si fissano 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. Sono esempi di mercati di questo tipo quelli di alcuni prodotti agricoli come il caffè e il cacao, dove moltissimi piccoli produttori di caffè e di cacao vendono a pochi grandi commercianti internazionali, e la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), che ha spesso un potere di mercato superiore rispetto a molti dei suoi fornitori di derrate alimentari specie deperibili. I grandi *buyer* internazionali e la grande distribuzione, coprendo una percentuale molto alta del mercato complessivo, hanno la capacità di influenzare fortemente il livello dei prezzi e, di conseguenza, riescono a estrarre la parte più importante del valore che si crea in queste filiere produttive.

8) **Monopolio bilaterale**. E' una forma di mercato caratterizzata dalla presenza del monopolio dal lato dell'offerta e del monopsonio dal lato della domanda. Domanda e offerta sono concentrate in due soli soggetti economici. 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. In altre parole, la formazione del prezzo (che nel caso del mercato del lavoro è il salario) dipende dai rapporti di forza tra le due parti.

La teoria classica aveva ipotizzato l'esistenza dei soli mercati concorrenziali e monopolistici. 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).

I regimi di coalizione

Nel **regime o mercato di coalizione**, le imprese realizzano tra loro accordi, spesso non resi pubblici, per non farsi concorrenza. Esempi di regime di coalizione si sono avuti e si hanno in diversi settori economici: commercio, industria, trasporti, credito, assicurazioni. Le principali forme di accordo fra imprese sono i ring, i corner, i cartelli, 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 sono i cartelli e i trust. Il **cartello** mira a fissare per il prodotto interessato il prezzo di vendita, stabilendo la quantità di prodotto da immettere sul mercato in misura compatibile con il prezzo stabilito, mentre nel **trust** le imprese partecipanti perdono parte della loro autonomia decisionale in quanto, attraverso l'inserimento nei loro organi direttivi di soggetti espressione dell'impresa o delle imprese principali (*capogruppo* o *holding*), ciascuna impresa agisce in vista dell'interesse generale del gruppo di appartenenza. 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 le quali si stabiliscono le norme tariffarie delle compagnie aderenti o l'entità dei servizi offerti in corrispondenza dei prezzi prefissati.

Altri esempi sono i trust societari costituiti per disciplinare i passaggi generazionali dell'impresa con maggior semplicità e minori costi (anche fiscali) di quanto previsto dalla legge ordinaria oppure per separare parte dei patrimoni aziendali, per trasferire parte o interi rami di azienda, per proteggere i patrimoni aziendali e per salvaguardare le azioni o le quote sociali.

Equilibrio di mercato

Cosa succede quando domanda e offerta si incontrano, cioè quando la curva di domanda interseca la curva di offerta? Il punto nel quale le curve di domanda e di offerta si intersecano si chiama **punto di equilibrio** al quale corrisponde la quantità scambiata **OQ** e il prezzo **OP**. Per ogni bene, in un determinato momento, esiste un solo prezzo capace di uguagliare quantità domandata e quantità offerta.

Come si forma il prezzo di equilibrio? Ipotizziamo che, in un certo momento, il prezzo sia superiore rispetto a quello di equilibrio, ad esempio sia pari a OP_1 . La quantità offerta in corrispondenza di questo prezzo è OQ_2 di gran lunga superiore alla quantità domandata OQ_1 . Le imprese, per evitare di trovarsi con gran parte dei propri prodotti invenduti, saranno disposte a vendere a prezzi più bassi. Si avrà, quindi, un calo dei prezzi fino a che la domanda e l'offerta non si eguaglieranno nuovamente nella quantità di equilibrio OQ_0 e nel prezzo di equilibrio OP_0 .

In maniera analoga, se il prezzo di mercato, in un dato momento, è inferiore rispetto a quello di equilibrio, ad esempio è pari a OP_2 , la quantità offerta in corrispondenza di questo prezzo è OQ_2 inferiore rispetto alla quantità domandata OQ_1 . I consumatori, per poter avere i beni in questione saranno disposti a pagarli ad un prezzo superiore. Si avrà così un aumento dei prezzi fino a che la domanda e l'offerta non si eguaglieranno nuovamente alla quantità OQ_0 e al prezzo OP_0 . In altre parole, esistono dei meccanismi automatici che, attraverso il gioco della domanda e dell'offerta, assicurano il raggiungimento del prezzo di equilibrio.

Tabella 1

SCHEDA DI DOMANDA E DI OFFERTA COLLETTIVE E PREZZO DI EQUILIBRIO

| Prezzo di mercato | Quantità domandata | Quantità offerta |
|-------------------|--------------------|------------------|
| 60 | 140 | 20 |
| 80 | 120 | 40 |
| 100 | 100 | 60 |
| 120 | 80 | 80 |
| 140 | 60 | 100 |
| 160 | 40 | 120 |
| 180 | 20 | 140 |

Dalla scheda, dato che $p+D = 200$ e $p-S = 40$, si ricavano le funzioni (lineari) di domanda e di offerta:

$$D = 200 - p$$

$$S = p - 40$$

Il modello di Marshall consente di calcolare quantità domandata, quantità offerta e prezzo di equilibrio.

$$D = D(p)$$

$$S = S(p)$$

$$D = S$$

Inserendo le schede di domanda e di offerta, avremo:

$$D = 200 - p$$

$$S = p - 40$$

$$200 - p = p - 40$$

Da cui:

$$-p - p = -200 - 40$$

$$-2p = -240$$

$$p = -240 / -2$$

$$P = 120$$

Sostituendo 120 a P, avremo:

$$D = 200 - 120 = 80$$

$$S = 120 - 40 = 80$$

Il prezzo di equilibrio così determinato è relativo al periodo breve. Con riferimento al fattore tempo in economia è possibile distinguere il:

- a **Periodo breve** durante il quale la quantità di qualche fattore produttivo (almeno uno, di solito il capitale) non può variare
- b **Periodo lungo** durante il quale la quantità dei fattori produttivi impiegati può variare
- c **Periodo lunghissimo** durante il quale cambiano le tecniche disponibili per produrre i beni esistenti, diventano disponibili prodotti nuovi e varia la natura dei fattori produttivi specie del lavoro.

La durata effettiva di tali periodi non è determinabile a priori ma va valutata di volta in volta.

Grafico 1

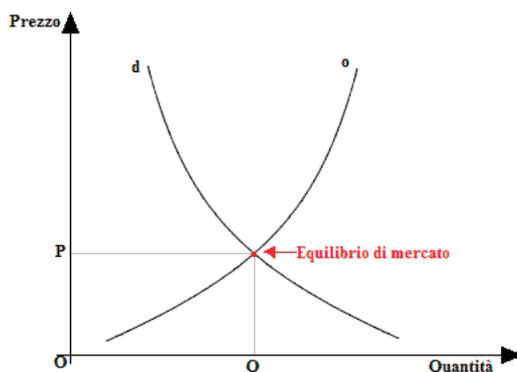


Tavola sinottica 1

CARATTERISTICHE STRUTTURALI DEI PRINCIPALI REGIMI DI MERCATO

| Regimi di mercato | Numero venditori | Numero compratori | Carattere dei beni | Prezzo stabilito da | Accesso al mercato | Frequenza del regime |
|----------------------------------|------------------|-------------------|----------------------------------|--|--------------------|-----------------------------|
| Concorrenza perfetta | Molti | Molti | Omogeneo | Mercato | Libero | Raro |
| Monopolio | Uno | Molti | Unico (salvo differenze formali) | Venditore | Impedito | Raro per le imprese private |
| Concorrenza monopolistica | Molti | Molti | Differenziato | Venditore con notevoli limitazioni | Libero | Molto comune |
| Oligopolio | Pochi | Molti | Omogeneo | Venditore | Ostacolato | Poco frequente |
| Oligopolio | Pochi | Molti | Differenziato | Venditore | Ostacolato | 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 |