

I MERCATI: ORIGINE, FUNZIONE E STRUTTURA

Mercato: nozione e tipologie

Lo scambio di beni, servizi, fattori e capitali è reso possibile dal mercato, la cui funzione è quella di mettere in contatto i compratori e venditori di queste utilità. Il **mercato** è il luogo reale o ideale di incontro della domanda e dell'offerta collettive di beni, servizi, fattori, titoli e valute. Nel **mercato reale**, i compratori e venditori si incontrano fisicamente in un determinato luogo (piazza, fiera, ecc.). Il **mercato ideale**, invece, 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.).

Il mercato può essere:

- *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 **mercati liberi** 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.). Le barriere possono essere:

- 1) **tecnologiche** costituite dalla dimensione degli impianti di produzione.
- 2) **legali** rappresentate dall'esistenza di brevetti, marchi di fabbrica, concessioni governative.
- 3) **merceologiche** costituite dalla possibilità di sfruttare una particolare risorsa (es. miniera, fonte d'acqua, 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 e 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 Chicago Board of Trade, il London Metal Exchange, ecc.

L'incontro della domanda e dell'offerta, che avviene quando le due quantità di bene o servizio sono uguali determina il **prezzo di equilibrio**. In un determinato momento e per un determinato bene, nel mercato esiste un solo prezzo di equilibrio in grado di eguagliare quantità domandata e offerta.

Regimi di mercato

A seconda di numero di venditori e compratori, delle caratteristiche del bene, di chi stabilisce il prezzo e le modalità di accesso al mercato, questo presenta specifiche caratteristiche strutturali, che determinano i seguenti **regimi di mercato**.

1) **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 è risultata pressoché impossibile: atomizzazione del mercato, unicità del prezzo, 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.

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 è concentrata in due sole imprese, mentre la domanda del bene 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 è stabile: 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 indica il cosiddetto "*monopolio del compratore*". Il regime del monopsonio è riscontrabile di rado nella realtà; 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. 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

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 dal lato dell'offerta l'insieme delle organizzazioni sindacali e dal lato della domanda l'insieme delle organizzazioni dei datori di lavoro.

9) **Regimi di coalizione.** In questi regimi, 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 sono soggette alla direzione della capogruppo o *holding*.

Mercati dei beni e dei servizi e mercati dei fattori

I mercati possono essere **mercati dei beni e dei servizi** nei quali avviene lo scambio di beni e servizi (mercato dei cereali, mercato dell'automobile, mercato dell'energia elettrica, mercato del trasporto ferroviario, ecc.) e **mercati dei fattori** (mercato del lavoro, mercato dei capitali).

In genere, i mercati, specie quelli dei beni e dei servizi, sono caratterizzati dal gioco della domanda e dell'offerta. L'aumento dei prezzi provoca una diminuzione della domanda, mentre una diminuzione dei prezzi provoca un aumento della domanda. Viceversa, per l'offerta.

Il **mercato dei capitali** è il luogo reale (banca società finanziaria, ecc.) o ideale di incontro della domanda e dell'offerta di capitali. Il mercato ideale è costituito da piattaforme informatiche ("*sedi di negoziazione*"), dove si "incrociano" le proposte di acquisto e di vendita di strumenti finanziari immesse nel sistema telematicamente. Comprende il **mercato monetario** e il **mercato finanziario**. Il primo è il luogo ideale di incontro della domanda e dell'offerta di capitali a breve termine (fino a 18 mesi), mentre nel mercato finanziario avviene l'incontro della domanda e dell'offerta di capitali a medio e lungo termine (superiori a 18 mesi). Il mercato finanziario comprende il **mercato mobiliare**, dove sono scambiati i valori mobiliari (titoli di stato, obbligazioni, azioni, ecc.) che, a sua volta, comprende il **mercato di borsa**, che include le negoziazioni di titoli e di valute estere in mercati organizzati e regolamentati. Un segmento del mercato mobiliare è il mercato OTC (*Over the Counter*), non soggetto ad alcuna regolamentazione specifica relativa all'organizzazione e al funzionamento del mercato stesso dove è possibile scambiare anche le **obbligazioni perpetue** (o "**Matusalemme Bond**"), che hanno fatto la loro comparsa recentemente. Questi titoli hanno una scadenza lunghissima o addirittura non hanno scadenza. Offrono un tasso d'interesse superiore rispetto alle obbligazioni tradizionali poiché sono molto più rischiose. Hanno emesso obbligazioni *perpetual*, tra gli altri, l'Austria, con un'emissione con scadenza al 2117 e che offre il 2,1 per cento lordo annuo, Intesa San Paolo e Unicredit, i cui titoli garantiscono un rendimento pari rispettivamente al 6,37 e al 9,25 per cento.

Nel **mercato del lavoro** ha luogo l'incontro della domanda e dell'offerta di lavoro. Anche il mercato del lavoro può essere reale o ideale. Nel primo caso, è il luogo dove si incontrano fisicamente chi offre lavoro e chi domanda lavoro (es. mercato dei braccianti giornalieri in piazza Duomo a Tortona a fine Ottocento, "chiamata" dei lavoratori portuali a Genova in piazza san Benigno ancora negli anni Sessanta e Settanta del secolo scorso, ecc.). Il mercato ideale, invece, è costituito dall'insieme delle contrattazioni che intercorrono tra le organizzazioni sindacali e le associazioni di categoria. Alcuni autori attribuiscono al mercato del lavoro la configurazione di **monopolio bilaterale** o di **regime di coalizione** organizzato.

A differenza di quanto si crede di solito, la domanda di lavoro è espressa dalle imprese, mentre l'offerta è espressa dai lavoratori (dalle famiglie). L'andamento della domanda di lavoro è inversamente proporzionale all'andamento del salario; al contrario, l'andamento dell'offerta di lavoro è direttamente proporzionale all'andamento del salario in un sistema di assi cartesiani, domanda e offerta di lavoro sono rappresentate da due curve rispettivamente discendente e ascendente verso destra.

Mercati, imprese multinazionali e transnazionali

I mercati mondiali dei singoli beni e, in particolare delle principali materie prime (minerali, derrate alimentari, ecc.) ma anche di alcuni prodotti finiti e semilavorati hanno struttura oligopolistica, dove operano soprattutto imprese multinazionali e transnazionali.

Le **imprese multinazionali** sono un fenomeno tipico del secondo dopoguerra favorito dalla crescente liberalizzazione degli scambi internazionali verificatosi a partire dagli anni Cinquanta del Novecento e dallo sviluppo della tecnologia in USA, Giappone, Europa occidentale, URSS.

L'impresa multinazionale è un'impresa che svolge la propria attività in due o più Stati attraverso filiali, uffici o impianti produttivi. Di solito, ha una sede centrale (**holding**) nel paese d'origine, che coordina le strategie globali e le decisioni politiche del gruppo. Sfrutta la sua portata globale per ridurre i costi di produzione e accedere a risorse o mercati locali a condizioni vantaggiose, investendo preferibilmente negli Stati in cui il costo del lavoro è basso, la pressione fiscale contenuta e sono scarsi i controlli fiscali e valutari. Ha, in genere, carattere oligopolistico quando non monopolistico, dispone di enormi capitali e di notevoli capacità tecnico – produttive. Esistono multinazionali con un attivo di bilancio superiore a quello di Stati medio – piccoli.

La multinazionale è nata negli USA ed ancor oggi è statunitense il maggior numero delle multinazionali più importanti, anche se hanno finito per assumere un ruolo di rilievo anche le multinazionali giapponesi ed europee. Le prime hanno il loro mercato preferenziale nei Paesi in via di sviluppo dell'Asia ma, negli ultimi decenni del Novecento, sono penetrate in misura crescente anche in Europa e negli USA. Quelle europee operano soprattutto nei Paesi dell'Europa orientale, dell'Africa e dell'Asia facilitate dal fatto che, in questi ultimi Paesi, le multinazionali made in USA sono penalizzate dall'immagine "*neoimperialista*" con la quale vengono percepite. Vantano imprese multinazionale anche altri paesi, ad esempio, nel campo del commercio delle materie prime operano l'anglo - svizzera Glencore, la più grande compagnia al mondo di *trading* di materie prime, e le russe Gazprom, Rosneft, ecc. attive nel comparto energetico (petrolio, gas).

Queste imprese, diffondendo le tecnologie di cui dispongono e i propri modelli organizzativi possono dare vantaggi all'intero sistema economico del paese in cui operano, specie se in via di sviluppo, ma anche svantaggi di non poco conto. I paesi a struttura economica debole, infatti, quasi mai dispongono degli strumenti necessari per contrastare gli obiettivi finali dell'impresa multinazionale (massimizzazione del profitto e minimizzazione dei costi), spesso in contrasto con quelli degli stati ospitanti. Il potere di cui dispongono consente alle multinazionali di eludere a volte le norme giuridiche, specie in materia fiscale, dello stato che le ospita attraverso movimenti di capitale tra le diverse sedi nei vari stati mediante innalzamenti artificiosi dei prezzi dei beni importati dalle filiali che si trovano in altri paesi oppure mediante la domiciliazione delle proprie sedi in paesi che accordano esenzioni fiscali oppure praticano laschi controlli fiscali.

L'organizzazione e la struttura di un'impresa multinazionale salita alla ribalta della cronaca in questi giorni come Electrolux possono essere utili per capire meglio cos'è una multinazionale.

Electrolux è un'azienda multinazionale svedese con sede a Stoccolma, che opera nella produzione di elettrodomestici per la casa e per uso professionale. Fondata nel 1910, è la terza maggiore azienda del proprio settore, in cui opera dal 1919, sia in Europa che a livello mondiale.

Nel 2020, il Gruppo ha realizzato un fatturato di 11,3 miliardi di euro e un utile netto di 560 milioni di euro. Nel medesimo anno, contava di 47.543 addetti, di cui 9.844 in Europa occidentale. Electrolux realizza il 40% delle vendite in Europa, seguita dal Nord America con il 33%. Possiede 35 stabilimenti per l'assemblaggio degli elettrodomestici e 5 stabilimenti per la produzione di componenti e accessori, sparsi nei cinque continenti. Produce e vende nel mondo 60 milioni di pezzi l'anno. In Italia è presente con cinque stabilimenti produttivi che occupano circa 4.000 lavoratori.

Electrolux opera a livello globale con i marchi AEG, Electrolux, Frigidaire, Kelvinator e White-Westinghouse, a cui si aggiungono altri marchi regionali. Nel 2016, possedeva una quota di mercato in Europa e Russia dell'11%, terza dopo la tedesca BSH Hausgeräte e la statunitense Whirlpool Corporation.

Altri esempi di multinazionali sono Apple, Microsoft, Google, Enel, Eni, Amazon, Unilever, Stellantis, Toyota, JPMorgan Chase, Ernst & Young. Dai nomi è facile dedurre che le multinazionali operano in molti settori: tecnologia e digitale, energia e petrolio, beni di consumo e distribuzione, automotive e finanza e consulenza.

Le **imprese transnazionali** sono presenti in molti Stati e sono caratterizzate da una struttura decentralizzata dove le filiali estere godono di elevata autonomia gestionale rispetto alla sede centrale. A differenza delle multinazionali tradizionali, queste imprese si adattano alle legislazioni locali, gestendo reti globali coordinate anziché controllate rigidamente.

Le imprese transnazionali:

- hanno filiali che non sono semplici succursali, ma entità con personalità giuridica autonoma. Il centro decisionale è diffuso e permette una maggiore reattività alle esigenze dei mercati locali.
- controllano una quota significativa del commercio mondiale attraverso investimenti duraturi in diversi paesi (investimenti diretti esteri o IDE).
- a differenza delle multinazionali, l'impresa transnazionale favorisce una strategia di rete con filiali indipendenti, mentre la multinazionale tende a imporre una strategia centralizzata dalla casa madre (**holding**),
- favoriscono la globalizzazione economica ma hanno un forte impatto ambientale, lo sfruttamento del lavoro in paesi in via di sviluppo e il mancato rispetto dei diritti umani- Tuttavia,

molte grandi corporation moderne come Apple, Amazon, Google (Alphabet), IBM e Procter & Gamble operano con logiche transnazionali, adattando prodotti e strategie ai mercati locali.

Sono esempi di imprese transnazionali:

- **Unilever:** azienda anglo-olandese che adatta i propri prodotti di largo consumo (alimentari e per l'igiene) ai gusti e alle culture dei singoli paesi.
- **Nestlé:** li colosso svizzero adatta gli ingredienti e le strategie di marketing in base alle preferenze alimentari locali nei mercati in cui opera.
Toyota: pur mantenendo il cuore produttivo in Giappone, adotta una forte strategia transnazionale producendo e progettando veicoli in stabilimenti locali in tutto il mondo per soddisfare le specifiche esigenze regionali. È la maggiore società automobilistica del Giappone e del mondo, con una produzione stimata in circa nove milioni di veicoli l'anno.
- **McDonald's:** presente in oltre cento nazioni, pur mantenendo un *marchio* globale, adatta i propri menu alle culture locali.
- **Coca-Cola:** produce la bevanda globalmente ma gestisce i mercati locali attraverso un forte decentramento decisionale e stabilimenti di imbottigliamento dislocati in molti paesi.

Le multinazionali in cifre

Secondo l'Unctad (Conferenza delle Nazioni sul commercio e lo sviluppo), i gruppi multinazionali sono 320.000 per un totale di 1.116.000 filiali. Non sono disponibili dati complessivi sui dipendenti, ma tenendo conto dei dati storici e dei dati parziali provenienti da varie fonti, si può giungere a una stima prudente di 130 milioni di addetti, pari al 4% degli occupati mondiali. Il fatturato complessivo è stimato in 132 mila miliardi di dollari, mentre i profitti netti (depurati dalle tasse), sono stimati in 7.200 miliardi di dollari. Si stima anche che l'insieme delle multinazionali controlli l'80% del commercio internazionale

La nazionalità delle multinazionali è definita in base al paese in cui è domiciliata la capogruppo. Non esistono informazioni sul totale delle multinazionali, ma relativamente alle prime duemila, Forbes informa che il 31% delle capogruppo sono domiciliate negli USA, il 16% in Cina, il 9% in Giappone. In termini di continenti, quello che ne ospita di più è l'Asia col 40%. Dalla stessa fonte si apprende che nel 2023, il fatturato complessivo dei primi duemila gruppi ammonta a 51.700 miliardi di dollari e i profitti a 4.500 miliardi di dollari.

Benché le multinazionali siano tutte accomunate dal fatto di disporre di filiali estere, le loro dimensioni variano molto l'una dall'altra. Si può stimare che le prime 200 da sole contribuiscano al 19% del fatturato globale delle multinazionali. Un raffronto con il 2013 indica una crescita delle Top200 su tutti i fronti.

L'avanzata principale si registra nei profitti, cresciuti del 47% in 10 anni. Altrettanto sostenuta la crescita del fatturato pari a +33%. La voce dei dipendenti è quella cresciuta di meno, segno del crescente ricorso al contoterzismo. Mentre un tempo, infatti, le imprese tendevano ad integrarsi verticalmente, in modo da controllare tutte le fasi della produzione, oggi preferiscono appaltare il più possibile all'esterno, possibilmente in paesi a bassi salari, per ridurre i loro costi di produzione.

Un confronto col 2013 relativo alle prime 10 mette in evidenza una caduta del settore energetico e automobilistico con avanzamento dell'informatica, finanza e della distribuzione. Di rilievo, la crescente presenza dei gruppi cinesi che numericamente rappresentano il 27% delle Top200, in ogni caso 10 punti percentuale al di sotto degli Usa.

Se elenchiamo gli stati in base al Prodotto Interno Lordo e le multinazionali in base al fatturato, fra i primi cento posti siedono 42 multinazionali e la prima compare al 22° posto, appena dopo la Polonia. Il quadro cambia radicalmente se elenchiamo gli stati in base agli introiti governativi. Rappresentazione più reale perché basata su criteri più omogenei. Osservando questi dati, fra i primi cento posti siedono ben 70 multinazionali, con la prima multinazionale che compare al tredicesimo posto prima dell'Australia.

Attualmente, i mercati sono dominati da società multi fondo (varie centinaia). Esse, a livello mondiale gestiscono un totale di denaro che, a fine 2022, superava 113 mila miliardi di dollari.

Quattro di esse gestiscono all'incirca il 20% dell'intera cifra raccolta. Si tratta di **Vanguard**, **Fidelity Investments**, **BlackRock**, e **State Street**, tutte statunitensi. E poiché investono pesantemente in Borsa, hanno assunto un grande peso nella proprietà, e quindi nella gestione, di migliaia di imprese, compresi i più grandi complessi multinazionali. A titolo d'esempio, compaiono tutti nella proprietà delle prime dieci imprese quotate alla borsa di New York: Apple Tecnologico,

Microsoft Tecnologico, Nvidia Tecnologico, Alphabet Informatico. Amazon Commerciale. Meta Informatico, Berkshire Finanziario, Eli Lilly Farmaceutico, Broadcom Tecnologico, Tesla Automobilistico.