

PARTE TERZA

LA CONCENTRAZIONE INDUSTRIALE
ED I REGIMI DI MERCATO

PAGINA BIANCA

CAPITOLO IX.

IMPOSTAZIONE DEL PROBLEMA

« La nostra posizione generale è che la misura del monopolio e della concorrenza ha molti lati. Certi aspetti di queste due categorie e delle rispettive relazioni non possono essere assolutamente misurati; gli indici poi degli altri aspetti misurabili riducono semplicemente le *parti* di un complicato problema ad una espressione quantitativa. I vari indici che possono essere costruiti, sono limitati nel loro significato e richiederanno sempre un'ulteriore interpretazione, specialmente per quanto riguarda i loro rapporti reciproci » (1). Con queste parole concludeva il Chamberlin uno studio dedicato alle misure del grado di monopolio e di concorrenza e l'affermazione può essere senz'altro condivisa e non soltanto per quanto concerne gli « indici » che dovrebbero fornire un'idea delle deviazioni da un regime di concorrenza o di monopolio, ma anche e soprattutto per quanto riguarda la stessa nozione di « grado » riferita ai termini monopolio e concorrenza. Si può evidentemente parlare di « grado » di concorrenza o di monopolio tanto per intendersi, come nella pratica degli affari si dice che sul mercato vi è *più o meno* concorrenza, ma ciò non significa affatto che in tema di regime di mercato esista una nozione di « grado » di concorrenza o di monopolio definibile.

Abbiamo convenuto, senza alcuna riserva, fin dalle prime pagine di questo scritto, con coloro che ritengono che una misura della concentrazione industriale, e possiamo aggiungere ora, in quale che sia l'accezione del termine, non possa assumersi come misura del grado di concorrenza o di monopolio, ma non possiamo far a meno di rilevare che anche le misure dell'elasticità della domanda o dell'elasticità incro-

(1) E. H. CHAMBERLIN: *Verso una più generale teoria del valore*, pag. 85, U.T.E.T., Torino, 1960.

ciata, nonché le altre misure ricavate dai rapporti fra costi e ricavi, ammesso possibile il loro calcolo (2), fornirebbero un'idea molto discutibile e spesso del tutto inadeguata delle condizioni reali della concorrenza.

Che significato infatti può avere una misura dell'elasticità o dell'elasticità incrociata, facciamo pure l'ipotesi di una merce perfettamente omogenea, se il prezzo della merce è fissato di autorità? Il problema è assai vecchio ed il Wicksell osservava al riguardo: « Un prezzo elevato, fissato di autorità ha, in questo caso, lo stesso effetto di un generale accordo tra i venditori di non scendere al di sotto di un certo prezzo; e non vi è dubbio che questo accordo, se lealmente eseguito e se il profitto è diviso tra i venditori con un certo grado di uniformità, può almeno in principio, essere di grande vantaggio per essi » (3). Si potrà certamente trovare in questo caso una differenza anche notevole fra prezzo e costo marginale, e tale differenza potrà diversificare anche di molto per i diversi produttori, ma ciò non significherà affatto che le imprese seguano quel tipo di comportamento che si concreta « nel controllo dell'offerta », che, nonostante tutte le critiche mosse fino ad oggi, rappresenta il criterio più rispondente alla sostanza reale di ciò che distingue il monopolista da tutti gli altri operatori economici (4).

Ma vi è di più. Quale può essere il significato della differenza fra prezzo e costo marginale, dell'elasticità della domanda o dell'elasticità incrociata in presenza di un prezzo enormemente gravato da un'imposta

(2) Non è il caso di richiamare qui le notevoli difficoltà che si incontrano nel calcolo dell'elasticità della domanda e le perplessità che tali calcoli sollevano in conseguenza degli artifici ai quali si è costretti a ricorrere. Per quanto riguarda l'elasticità incrociata non ci risulta che siano stati tentati dei calcoli.

(3) K. WICKSELL: *Lezioni di economia politica*, pag. 84, Torino, U.T.E.T., 1960.

(4) La distinzione del PARETO (*Manuale di economia politica*, Milano, 1906, pp. 159-160) fra chi « può cercare esclusivamente di soddisfare i propri gusti, data che sia una condizione qualsiasi di mercato » (tipo di comportamento I) e chi « può, invece, occuparsi di modificare le condizioni del mercato, per farne suo pro o per altro fine qualsiasi » (tipo di comportamento II) è definita dal Chamberlin, in una nota del noto volume *The Theory of Monopolistic Competition* (p. 16, ed. 1956) come *infelice*, in base all'argomento che tanto il monopolista quanto il venditore in regime di concorrenza, tendono a massimizzare il loro profitto. L'argomento è assolutamente artificioso perché è fuori questione che chi è negli affari cerca di guadagnare il più possibile, ma la differenza fra i due comportamenti sta proprio nella circostanza che per l'uno la massimizzazione del profitto è il risultato di un suo calcolo di convenienza, mentre per l'altro il calcolo è condizionato dal particolare regime di mercato che egli determina insieme a tutti gli altri venditori. La critica del Chamberlin cade poi quando egli stesso (pag. 65) afferma che « L'essenza del monopolio è il controllo dell'offerta », cioè quel tale comportamento II definito dal PARETO.

di consumo? se in tali casi la domanda è assolutamente rigida per effetto dell'imposta, la variazione del ricavo del produttore potrebbe non aver alcuna influenza sull'elasticità, perché una riduzione del prezzo alla produzione si concreterebbe in una variazione irrilevante del prezzo di mercato.

I due esempi portati, che evidentemente non esauriscono l'argomento, provano che di fronte, se non altro, agli ostacoli legali alla concorrenza il significato delle misure del « grado » di monopolio o del « grado » di concorrenza ricavate dalle relazioni fra prezzi e costi marginali e fra variazioni dei prezzi e variazioni della domanda hanno lo stesso scarso o nullo significato delle misure ricavate dalla struttura produttiva di un gruppo di imprese. Con la differenza che la struttura del gruppo dei produttori riflette in molti casi le condizioni del mercato che i produttori stessi con il loro comportamento non concorrono a formare, mentre le elasticità della domanda e le elasticità incrociate non consentono alcuna selezione dei fattori che ne determinano il livello.

A prescindere dal significato delle misure, il fatto che esse debbano necessariamente far riferimento ad una delle due condizioni estreme del regime di mercato, alla concorrenza pura o al monopolio puro, implica che esse sono strettamente correlate alla definizione della concorrenza o del monopolio dalla quale si parte. Pertanto all'elemento arbitrario relativo alla scelta dell'*indice* si aggiunge l'elemento arbitrario della scelta della definizione di quello *stato* dal quale l'indice dovrebbe segnalare una deviazione.

Che in alcuni casi un indice di concentrazione ed in altri una misura dell'elasticità possano riflettere le condizioni reali del regime di mercato non sposta il problema, perché in entrambi i casi la scelta della misura presuppone *a priori* la conoscenza delle cause che limitano o non limitano la concorrenza. Da questo punto di vista parlare di limiti alla concorrenza derivanti da concentrazione o addirittura di « oligopoli da concentrazione » significa soltanto aver scartato tutte le altre cause che potrebbero agire in senso completamente opposto, nel senso cioè che l'oligopolio potrebbe risolversi in uno o tanti monopoli o potrebbe, in concreto, presentarsi come un numero ridotto di imprese in concorrenza pura sul mercato.

Infatti, definire il regime di mercato come un « oligopolio da concentrazione » significa ammettere da un lato che fra le imprese non esistono accordi, cartelli, consorzi, ecc., che non esistono condizioni di fatto che frazionano il mercato, ecc. e dall'altro lato significa supporre un comportamento non competitivo fra le imprese. Tali ammissioni non trovano e non possono trovare alcuna conferma dal grado di concen-

trazione, perché le cause che determinano il regime di mercato non risiedono in tal caso nella struttura del gruppo di imprese presenti sul mercato.

Gli scarsi risultati ottenuti dalle ricerche nelle quali si sono voluti mettere a confronto misure della concentrazione ed altri aspetti del regime di mercato, come ad esempio l'elasticità dei prezzi, non possono sorprendere chi tenga presente che tali relazioni possono sussistere soltanto se risulta già accertato che il mercato è condizionato da fenomeni di concentrazione e soltanto da essi. A parte quindi i rilievi di ordine metodologico che si possono muovere a studi come quello compiuto dal Neal, sia per la misura della concentrazione che egli ha considerato sia per la insoddisfacente impostazione del problema della flessibilità dei prezzi in relazione alla variazione dei costi, non meraviglia che il comportamento dei prezzi marginali risulti spiegato in maggior misura dal comportamento dei costi unitari marginali che non dalla concentrazione e che la concentrazione non spieghi neppure la differenza fra le diminuzioni dei prezzi e quelle che si sarebbero dovute attendere come conseguenza delle variazioni dei costi diretti (5).

I risultati ai quali è giunto il Neal sarebbero stati con ogni probabilità diversi se l'analisi fosse stata condotta esclusivamente su quei settori produttivi per i quali fosse stato accertato in precedenza che la forma del mercato era determinata dalla sola concentrazione, con esclusione di ogni altra causa. La circostanza che il Neal abbia tuttavia trovato che i margini di profitto tendono a diminuire in modo trascurabile ove la concentrazione è alta, mentre diminuiscono molto o moltissimo per i settori in cui la concentrazione è bassa fa pensare, che nonostante tutto, per il limitato periodo di osservazione considerato (1929-1931 e 1929-1933), le forme di mercato determinate dagli elementi strutturali avevano negli Stati Uniti una importanza maggiore che non quelle determinate da altre cause, il che è molto probabile in un tipo di economia ed in un periodo come quelli studiati.

Se, per quanto si è detto, una misura della concentrazione non potrà mai fornire un indice del grado di concorrenza o di monopolio, un'analisi della concentrazione di un settore produttivo, sotto i diversi aspetti che abbiamo esaminati, potrà consentire una conoscenza della struttura di un gruppo di imprese tale da rendere se non altro possibile l'individuazione degli elementi che concorrono a determinare il regime del

(5) A. C. NEAL: *op. cit.*, pp. 165-166 e si veda anche J. BACKMAN « Economic concentration and price inflexibility, in: *The Review of Economics and Statistics*, novembre, 1961.

mercato e consentire eventualmente di affermare che il regime stesso non è condizionato da elementi strutturali.

Purtroppo la tendenza prevalente rivolta ad una strumentalizzazione delle misure della concentrazione, intese nella maggior parte dei casi esclusivamente come un rapporto della produzione delle imprese maggiori sul totale della produzione, ha impedito di guardare all'analisi della concentrazione come ad uno strumento per la conoscenza (anatomica) di un settore produttivo, conoscenza che avrebbe dovuto essere portata molto al di là della semplice ricerca dell'indice o della misura più idonea a mettere in evidenza il peso disuguale che possono avere sul mercato i produttori o i venditori. A quanto ci risulta un solo autore, il Miller, conveniva che un progresso nelle indagini sui regimi di mercato si sarebbe potuto ottenere attraverso studi e ricerche sulle variazioni di quelli che egli chiama « gli aspetti strategici della struttura industriale » e cioè del numero, delle dimensioni, della concentrazione, dei saggi di incremento, delle graduatorie delle imprese (6).

Certamente indagini siffatte sono condizionate dalla possibilità di disporre di un materiale statistico molto più dettagliato di quello che normalmente è fornito dalle rilevazioni statistiche ufficiali, ma a tal riguardo va anche detto che in base a queste ultime rilevazioni nessuna indagine sulla concentrazione sarebbe possibile, perché esse forniscono notizie soltanto sugli stabilimenti di un'industria e talvolta anche sulle aziende, ma non consentono né il raggruppamento delle aziende, quando esse sono collegate fra di loro, né la possibilità di riclassificazione dei settori produttivi in base ai particolari criteri che si rendono indispensabili nel nostro tipo di ricerca.

Abbiamo già visto nelle pagine precedenti che per molte indagini è indispensabile conoscere le dimensioni e le caratteristiche di ciascuna delle imprese che costituiscono un gruppo di produttori ed anche le variazioni che tali dimensioni e caratteristiche subiscono nel corso di un periodo. A qualcuno potrà sembrare che lo spingere la ricerca fino a tale punto possa costituire una minuzia eccessiva e che in molti casi il giuoco non valga la candela, ma ad un'obiezione del genere si può sempre rispondere che per vedere il contenuto di una scatola non si può far a meno di aprirla e che purtroppo fino ad oggi alle innumerevoli teorizzazioni hanno seguito ben poche ricerche induttive capaci di fornirci qualche elemento positivo sulla verosimiglianza di tante ipotesi. Del resto, se un insegnamento può essere tratto dagli studi che in que-

(6) J. P. MILLER: « Measures of Monopoly and Concentration: Their Economic Significance », pag. 136, in: *Business Concentration and Price Policy*, Princeton, 1955.

st'ultimo trentennio sono stati rivolti a chiarire i problemi connessi ai regimi di mercato, questo è che soltanto portando l'analisi il più vicino possibile alle condizioni in cui operano le singole imprese ed alle relazioni fra le imprese stesse è forse possibile scoprire la sostanza di quei fenomeni di mercato che molto spesso restano avvolti da una densa cortina fumogena che ci impedisce di coglierne l'essenza.

Il notevole successo che ha avuto nella letteratura economica l'impostazione data dal Triffin al problema della concorrenza fra le imprese, esaminata sotto il profilo dell'effetto che una variazione del prezzo dell'impresa j ha sulle vendite dell'impresa i (7), che altro non rappresenta se non l'analisi dell'elasticità riflessa della domanda del prodotto dell'impresa i rispetto alla variazione di prezzo praticata dall'impresa j , rende più che mai necessaria una maggior conoscenza delle singole imprese e delle reciproche relazioni che esistono fra le loro dimensioni.

Vero è che il Triffin si è fermato alla pura analisi teorica del significato delle elasticità incrociate nei casi di monopolio, di concorrenza eterogenea e di concorrenza omogenea e che tutta l'impostazione che egli dà al problema è subordinata ad una particolare definizione della concorrenza e del monopolio, ma ciò non toglie che nella misura in cui si abbandona l'analisi dell'equilibrio fondata sull'impresa rappresentativa del Marshall (8) o sull'impresa in equilibrio del Pigou, anche la ricerca empirica non può più aggirare l'ostacolo ammettendo che « quando la produzione di una industria nel suo complesso si sia adattata ad una data condizione della domanda, le tendenze ad espandersi o a contrarsi da parte di ditte singole si compensano, queste possono appropriatamente essere considerate come *irrilevanti* per quanto riguarda la scheda di offerta dell'industria nel suo complesso. Quando le condizioni della domanda cambiano, la produzione ed il prezzo di offerta dell'industria nel suo complesso debbono mutare esattamente nello stesso modo in cui farebbero se, sia nello stato originario ovvero nel nuovo stato della domanda, tutte le ditte in essa contenute fossero individualmente in equilibrio. Questo fatto legittima la ipotesi di quella che io chiamerò la *ditta in equilibrio* » (9).

La differenza sostanziale fra l'indagine sui regimi di mercato fondata sulla impresa rappresentativa o sull'impresa in equilibrio e quella

(7) R. TRIFFIN: *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory* pagg. 103-104, Cambridge, Harvard University Press, 1949.

(8) A. MARSHALL: *Principi di economia*, pagg. 302-303, Torino, U.T.E.T., 1959.

(9) A. C. PIGOU: *Economia del benessere*, Appendice Terza, pag. 691, Torino, U.T.E.T., 1948.

fondata su un « gruppo specifico di imprese » (Chamberlin) o addirittura sull'interdipendenza fra singole imprese in concorrenza omogenea, eterogenea ovvero in condizioni di monopolio (Triffin), sta soltanto indirettamente nell'oggetto della ricerca (« industria », « gruppo », « impresa »), ma, in realtà, si fonda su una visione antitetica dei regimi di mercato, perché nella misura in cui si abbandona lo schema della libera concorrenza adottato in via di pura astrazione per « rivolgerci nella direzione opposta, cioè verso il monopolio », perché « qui troviamo una teoria ben definita, nella quale le variazioni di costo connesse con i *cambiamenti nelle dimensioni della singola azienda* hanno una parte importante » (10) è evidente che al cambiamento di impostazione della teoria astratta dell'equilibrio del mercato corrisponde necessariamente un cambiamento del soggetto o dei soggetti ai quali la teoria deve essere applicata.

Su quest'ultimo argomento dei soggetti (industrie, gruppi di imprese, imprese singole) che sono alla base della ricerca induttiva avremo occasione di tornare, ma ciò che ci preme di mettere in chiaro, in via del tutto preliminare, è che l'indagine empirica sulla struttura produttiva, quale può essere condotta analizzando i vari aspetti sotto i quali si può presentare la concentrazione industriale, non può essere che neutrale rispetto alle impostazioni puramente teoriche date ai problemi connessi con il regime del mercato. Evidentemente tale neutralità non significa che non si debba tener conto della teoria economica, ma anzi che si debbano prendere in considerazione tutte le posizioni assunte da questa, nessun esclusa, perché soltanto in questo modo è possibile, esaminando i casi concreti, avvicinarsi alla realtà dei fatti economici, per successive approssimazioni, eliminando via via tutte quelle ipotesi che non si attagliano al caso del mercato in esame. Condizione *sine qua non* perché dalla ricerca empirica esca il quadro più attinente alla realtà è che ad essa non faccia velo *una* teoria assunta come valida, cioè proprio il contrario di quella condizione per la ricerca di una « misurazione del monopolio » che poneva al primo posto il Machlup (11), perché certamente ciò che maggiormente ha nuociuto alla ricerca empirica fino ad oggi è stato il fatto che nella maggior parte dei casi con essa si è voluto soltanto provare che questa o quella teoria era esatta.

Questa forse è stata la ragione principale che ha screditato agli occhi di molti quelle (presunte) indagini sulla concentrazione limitate a di-

(10) P. SRAFFA: « The Laws of Returns under Competitive Conditions », in *Economic Journal*, Vol. XXXVI, dicembre 1926, pubblicato nel testo originale italiano nel Vol. IV della « Nuova Collana di Economisti », Torino 1937.

(11) F. MACHLUP: *op. cit.*, pag. 579.

mostrare che gran parte dei settori produttivi sono dominati da un numero ristretto di imprese con una elevata capacità di produzione, indagini che malauguratamente hanno diffuso la convinzione che ricerche più approfondite non si rendessero necessarie essendo il mercato dominato da un mondo di monopoli o, nella migliore delle ipotesi, di oligopoli.

Dall'assunto classico di un mercato dominato dalla libera concorrenza intesa come modello teorico, con eccezioni in concreto derivanti da ostacoli da definire caso per caso, si è passati in questi ultimi trenta anni all'eccesso opposto di un mondo dominato da monopoli o da oligopoli, nel quale i casi di concorrenza sono eccezioni alla regola (12). Ora nella maggior parte dei casi la realtà economica è del tutto diversa e come l'esistenza di molte imprese non dimostra ancora che esiste un regime di concorrenza, così l'esistenza di poche imprese non dimostra che esistono soltanto monopoli od oligopoli, e soltanto indagini molto più approfondite sulla struttura, alle quali si è rinunciato *a priori*, perché ritenute superflue possono chiarire le condizioni reali dei singoli mercati. Un tipico esempio del modo assolutamente superficiale di considerare i problemi strutturali ci è fornito da un caso che traiamo da un lavoro del Chamberlin. Questo autore, proprio criticando la tendenza di giudicare le condizioni di un mercato in base alla percentuale della produzione di un limitato numero di imprese, anche nel caso che il prodotto sia omogeneo, rilevava che « Questo non può esser fatto per la ragione fondamentale che vi si ignorano tutti i monopoli sorgenti dall'eterogeneità entro l'area. Questa misura, infatti, farebbe apparire l'industria statunitense del cemento che elenca 162 stabilimenti gestiti da 75 società (1938), le cui 5 maggiori produssero circa il 40 % del totale, quasi come un'industria in concorrenza pura, mentre invece l'elemento del monopolio spaziale è effettivamente tanto grande da rendere il caso del cemento uno dei più evidenti esempi di concorrenza monopolistica » (13). Nella realtà dei fatti come la percentuale del 40 % accentrata dalle 5 imprese maggiori non dimostra che sussista un regime di concorrenza sul mercato, così l'elemento « eterogeneità entro l'area » dimostra altrettanto poco l'esistenza di un « monopolio spaziale », perché la dimostrazione di quest'ultimo si sarebbe potuta ricavare soltanto dimostrando che la distanza non fra le imprese, ma fra gli stabilimenti, era tale da rendere inoperante ogni possibile concorrenza fra di essi. Se,

(12) J. ROBINSON: *The Economics of Imperfect Competition*, pag. 307, London 1933 (Ed. 1961).

(13) E. H. CHAMBERLIN: *Verso una più generale teoria del valore*, pag. 79, Torino, U.T.E.T., 1960.

ad esempio, delle 75 società 70 possedevano un solo stabilimento e le 5 maggiori gli altri 87 e questi 87 stabilimenti fossero stati ubicati in modo da trovarsi sempre ad una « distanza competitiva » fra di loro e con gli altri 70, a gruppi di due, di tre, ecc., la conseguenza sarebbe che l'eterogeneità nell'area risulterebbe neutralizzata in tutto od in parte e che la possibilità di esistenza di posizioni monopolistiche dovrebbe andare ricercata in causa del tutto diverse; ma potrebbe anche darsi che l'accentrarsi di un certo numero di stabilimenti in determinate zone comportasse in queste una concorrenza attivissima, lasciando altre zone alla mercè di veri e propri monopoli di posizione.

I rilievi e le osservazioni fatte dovrebbero, secondo il nostro avviso, persuadere chi si accinge a compiere una ricerca empirica sui regimi di mercato, sia che la ricerca stessa riguardi la struttura industriale sotto il profilo della concentrazione, sia che riguardi la libertà di accesso, o l'elasticità dei prezzi o della domanda, o le relazioni fra prezzi e costi marginali, ecc., che non è possibile partire dall'accettazione di un « modello » al quale attribuire la possibilità di spiegare tutto.

Dopo un secolo e mezzo di discussioni sulla natura dei regimi di mercato, sembra più che lecito diffidare di tutte quelle soluzioni che pretendono di includere in una formula generale tutti i casi che concretamente possono presentarsi.

Alla nozione astratta di « mercato », oggetto di teorizzazione, è forse tempo di sostituire una nozione concreta dei singoli mercati, traendo dall'esperienza e dagli elementi di fatto empiricamente accertati la nozione stessa (14).

Nelle prossime pagine tratteremo i diversi aspetti ed i diversi elementi in base ai quali deve essere giudicata la struttura industriale dal punto di vista della concentrazione e che, direttamente o indirettamente, consentono un approfondimento delle conoscenze sui regimi di mercato, ma prima di passare a questo esame dobbiamo soffermarci brevemente sull'importanza che hanno le ricerche sulla struttura agli effetti delle altre analisi sui regimi di mercato che non si ricollegano direttamente agli elementi strutturali.

Quanto più le indagini sulla concentrazione approfondiscono, per un gruppo di imprese, i rapporti esistenti fra queste ultime in un determinato momento e le variazioni di tali rapporti nel corso di un periodo, tanto maggiormente restano facilitate le indagini sulle politiche imprenditoriali, sulle variazioni dei costi delle imprese, sulle politiche dei

(14) Questa opinione sembra affacciata da J. S. BAIN: *Politica dei prezzi e della produzione*, pag. 190; sta in H. S. ELLIS, *L'economia contemporanea*, Torino, 1959.

prezzi, si da poter affermare che la base più solida degli studi rivolti ad accertare tali aspetti è proprio l'indagine sulla struttura.

Certamente l'esistenza di un consorzio, di un cartello o di un intesa fra i produttori di una certa merce non potrà essere messa in luce da un'indagine sulla concentrazione, ma essa potrà mettere in evidenza tutti quegli elementi senza i quali una forma di collusione è difficile o impossibile. La constatazione che una merce è prodotta da un gran numero di imprese, che fra di esse non vi sono differenze di dimensioni molto grandi o che esistono invece diversità di dimensioni notevolissime, potrà costituire un primo elemento di giudizio per affermare che probabilmente accordi o collusioni fra i produttori sono piuttosto difficili. L'indagine condotta sul gruppo aperto rivolta ad accertare le variazioni nelle dimensioni subite nel corso di un periodo dagli stabilimenti, dalle aziende e dai raggruppamenti di aziende, nonché i processi di aggregazione e di estinzioni, che nel corso del periodo si sono verificati, forniranno elementi di notevole interesse per stabilire il potere di mercato di una effettiva o presunta coalizione. Le indagini, condotte sempre sul gruppo aperto (15), sulle graduatorie delle imprese in diversi momenti, potranno dare indicazioni interessanti sulle modificazioni intervenute nella gerarchia dei produttori. In altri termini l'indagine sulla concentrazione nei suoi diversi aspetti non potrà darci la prova dell'esistenza di accordi fra i produttori, ma potrà, in presenza di determinati fenomeni, metterci sull'avviso che tali accordi potrebbero sussistere o potrà persuaderci che essi si possono escludere.

Per quanto concerne i costi le ricerche sulla concentrazione si rendono indispensabile perché nella gran parte dei settori produttivi essi sono in funzione delle dimensioni delle imprese o delle unità tecniche di produzione.

Benché manchino quasi del tutto indagini sulla variabilità dei diversi caratteri per un gruppo di imprese o di stabilimenti, dai pochi elementi a disposizione appaiono differenze piuttosto notevoli e molto significative. Nel caso infatti che per lo stesso gruppo di termini (unità tecniche, aziende, gruppi di aziende) la disuguaglianza sia studiata in base alla mano d'opera impiegata, alla capacità di produzione, alla produzione, al valore aggiunto della produzione o ad altri caratteri, le differenze della variabilità per i diversi caratteri altro non sono che il riflesso di differenze tecnico-economiche fra le unità che compongono il gruppo. A titolo di esempio nell'industria per la produzione della

(15) Circa le misure della mobilità per i gruppi aperti si veda il nostro scritto « Indici di mobilità ed analisi dei gruppi », in: *Rivista it. di economia, demografia e statistica*, Vol. I, N.ri 1-2, 1950.

ghisa, acciaio e ferroleghie la variabilità relativa (indice di concentrazione) per gli stabilimenti (1937) risultava uguale a 0,55 per gli operai occupati, a 0,69 per la capacità di produzione ed ancora per la produzione a 0,74 (16). A nessuno, evidentemente, può sfuggire il significato, dal punto di vista dell'efficienza delle unità produttive, di tali diversità trovate per la disuguaglianza dei tre caratteri indicati e l'importanza della disuguaglianza delle dimensioni delle unità produttive su alcuni elementi di costo.

A parte l'utilità generale delle indagini sulla concentrazione per lo studio della struttura di un settore produttivo, si può aggiungere che nella misura in cui tale tipo di ricerca ci avvicina sempre di più alla conoscenza delle singole unità tecnico-produttive, alle singole aziende o ai gruppi di aziende, le analisi dei costi di produzione o di alcuni costi diretti possono risultare facilitate. Mentre, infatti, i costi medi per un gruppo di imprese ci dicono ben poco, con l'aiuto anche di poche variabili note per le singole aziende è possibile fornire un quadro molto più preciso delle differenze esistenti fra i produttori dal punto di vista della loro competitività sui prezzi.

Senza entrare in altri dettagli sugli orizzonti di ricerca che possono aprire le indagini sulla concentrazione industriale, nelle prossime pagine, ai limitati fini che ci proponiamo con il presente studio, ci soffermeremo su quegli elementi che concorrono alla definizione di un mercato e che pertanto devono essere esaminati in via preliminare, come presupposti alla ricerca sulla concentrazione in un determinato settore produttivo. Dall'altro lato invece ci soffermeremo su tutti gli elementi di giudizio che direttamente risultano dalle indagini sulla concentrazione e che possono mettere in evidenza le caratteristiche strutturali dei regimi di mercato.

Benché lo scopo del presente studio sia limitato all'esame degli aspetti della concentrazione in generale e della concentrazione industriale in particolare ci sembra non superfluo l'esame che ci accingiamo a fare, tenuto conto che fino ad oggi le indagini sulla concentrazione sono state subordinate allo studio dei regimi di mercato e che è mancata completamente un'analisi rivolta a confrontare gli elementi di giudizio che possono essere acquisiti attraverso le ricerche sulla struttura e quelli necessari per la conoscenza dei mercati.

(16) Si veda al riguardo il nostro studio: « Indagini sulla concentrazione industriale in Italia », pagg. 292-293, in: *Annali di statistica*, Serie VIII, Vol. I, Roma, 1947.

CAPITOLO X.

L'OMOGENEITÀ DEI PRODOTTI E LE DEFINIZIONI DI « INDUSTRIA » E DI UN « GRUPPO DI PRODUTTORI »

Abbiamo già visto che l'unità sulla quale impostare le indagini sulla concentrazione industriale è quella che abbiamo chiamato l'unità tecnica di produzione.

Per quanto poteva allora servire, abbiamo definito tali unità come quelle la cui produzione è costituita da « un singolo prodotto, merceologicamente ben definito ». Da un punto di vista generale una tale delimitazione del campo di indagine sulla concentrazione di un determinato settore industriale poteva anche essere sufficiente, ma dal momento in cui ci si propone di considerare le eventuali o presunte relazioni fra la concentrazione industriale e regime di mercato si rendono necessarie alcune precisazioni che non possono essere trascurate.

Una prima precisazione riguarda la *uniformità* delle unità tecniche che stanno alla base dello studio della concentrazione industriale. Abbiamo già esaminato il caso che uno stabilimento (concepito come unità locale) possa comprendere più di una unità tecnica di produzione, ma non ci siamo invece occupati delle unità tecniche che avendo per oggetto le stesse produzioni possono passare da una produzione all'altra senza per questo assumere una fisionomia tecnico-produttiva diversa. Nei settori industriali che producono macchine o impianti, di solito di dimensione molto notevoli, e le cui attrezzature sono costituite prevalentemente da macchine universali, la produzione ha luogo prevalentemente su ordinazione o su singole progettazioni, con la conseguenza che una distinzione fondata su « un singolo prodotto, merceologicamente ben definito », agli effetti della classificazione delle unità da raggruppare, si rende assolutamente impossibile. Casi del genere sono frequentissimi nell'industria siderurgica, e specialmente nelle fonderie di seconda fusione, nella carpenteria metallica, nell'industria meccanica ed in genere in tutti i settori industriali la cui produzione è rivolta ai beni di investimento.

Un raggruppamento delle unità produttive, che possono passare con estrema facilità da una produzione all'altra, seguendo le occasioni e

rispondendo alla domanda di beni che fra di loro non hanno nulla di comune, presenta difficoltà che nessuno può nascondersi, ma che, secondo il nostro avviso, possono essere superate in base alla considerazione che potenzialmente tali unità sono presenti nello specifico settore che deve essere studiato. Il fatto che, ad esempio, su trenta stabilimenti di carpenteria metallica soltanto 10 abbiano costruito capannoni in ferro in un anno, mentre gli altri 20 hanno costruito altri impianti non significa che dal punto di vista delle attrezzature tecnico-produttive tutti e trenta gli stabilimenti non avrebbero potuto costruire capannoni metallici. Evidentemente la difficoltà di individuare le unità sarà maggiore che non nel caso in cui le produzioni fossero state le stesse ed a tale difficoltà si aggiungerà anche quella relativa alla scelta del carattere in base al quale giudicare la dimensione delle singole unità, essendo chiaro che non si potrà assumere come carattere la produzione, a meno di non voler fare riferimento ad elementi assai generici come, ad esempio, alle tonnellate complessive dei prodotti.

La questione sulla quale ci siamo ora soffermati non è di poco momento se si tiene conto che le aziende che operano nei settori produttivi con i particolari caratteri ora descritti rappresentano una parte fondamentale delle attività industriali.

Trascurare lo studio della struttura per tali settori significherebbe non conoscere uno degli aspetti più importanti dell'economia moderna e cioè quello della produzione dei beni di investimento e le condizioni di struttura che sono alla base dell'offerta di tali beni sul mercato. La teoria economica in genere si è piuttosto disinteressata delle condizioni di domanda e di offerta dei beni strumentali, quasi che per tali beni non esistesse un mercato o una contrattazione fra fornitori ed acquirenti. Ma su questo argomento avremo occasione di tornare.

Dal punto di vista della ricerca empirica la formazione del gruppo delle unità sulle quali studiare la concentrazione non potrà fondarsi che sulla natura tecnico-produttiva delle unità stesse, con riguardo alla capacità di utilizzazione degli impianti per la produzione di un complesso di beni, non identici fra di loro, ma affini ed accomunati dalla condizione di assoluta mobilità dei fattori per la loro produzione nelle singole unità costituenti il gruppo.

Di fronte a questo tipo di unità produttive, che, come detto, possono passare con estrema facilità da una produzione all'altra, stanno altri tipi di unità caratterizzate da una gamma quasi infinita di prodotti dello stesso genere, ma tutti diversi fra di loro.

Unità di questa specie si possono trovare, ad esempio, nell'industria tessile ed in ciascuna sottoclasse di questo settore, per quanto minuta

possa risultare la classificazione. Ogni unità tecnico-produttiva, per quanto specializzata, produce una gamma di filati o tessuti che si differenziano per tipo di lavorazione, per qualità della materia prima lavorata, per tipo di mischia delle fibre tessili, per titolo dei filati, fino alle varietà infinite degli stampati e degli appretti dei tessuti. Abbiamo citato il caso dell'industria tessile, ma non poche sono le industrie che si trovano, rispetto alle unità produttive nelle stesse condizioni.

Il raggruppamento di unità tecniche per industrie di questo tipo può essere fatto soltanto in base ad un minimo comune denominatore che accomuni le unità in base agli elementi forniti dall'esperienza. La suddivisione può aver luogo in base alla materia prima lavorata ed al tipo di lavorazione o alla categoria di prodotti che l'uso commerciale considera come « articoli » uguali, ovvero in base ad altri elementi desumibili dalla consuetudine mercantile.

Evidentemente se esistono possibilità di raggruppamenti particolari per le stesse classi di industria in base a criteri più precisi di quelli sopra indicati, quando sussistano specializzazioni nelle unità produttive della stessa industria, converrà attenersi alla classificazione più specifica. Nell'industria del vetro non converrà comprendere nello stesso gruppo le unità tecniche che producono lastre di vetro tirate o stampate, fiaschi e damigiane in vetro verde, vetri e cristalli soffiati, ecc. se dovesse risultare che tali produzioni sono compiute in stabilimenti specializzati, né converrà raggruppare insieme nell'industria cartaria le imprese che producono carta da giornali, carte di uso comune, carte speciali e a mano, ecc. se tali produzioni non vengono compiute negli stessi stabilimenti, come avviene normalmente.

Per un gran numero di industrie quindi nel formare i raggruppamenti di unità produttive da prendere in esame agli effetti dell'analisi della concentrazione non si può far ricorso che a criteri, sempre opinabili, di uniformità, non dei prodotti, ma delle strutture tecnico-produttive delle unità stesse.

In genere a tale criterio si è costretti a ricorrere in tutti quei casi in cui si presentano *ictu oculi* differenziazioni di prodotti insite nella natura stessa dell'industria considerata. Vi è però un certo numero di settori produttivi per i quali sussiste un'apparente omogeneità dei prodotti ed un numero non del tutto indifferente di settori che producono una merce omogenea non distinguibile in alcun modo a seconda del produttore. Esempio, sempre ripetuto, di prodotti apparentemente omogenei sarebbero le automobili di marche diverse, esempio di un prodotto assolutamente omogeneo potrebbe essere lo zucchero.

Anche da queste brevi osservazioni appare che un criterio universalmente valido di classificazione e raggruppamento delle unità produttive non è a portata di mano, con la conseguenza che la nostra comune nozione di « industria » si fraziona in un gran numero di rigagnoli che insieme non riescono a formare un tutto sufficientemente omogeneo da poter essere studiato come tale.

Questo problema della formazione dei gruppi di unità tecniche di produzione che si prestino ad un'analisi della concentrazione è stato oggetto di discussione fra gli economisti ed ha dato luogo ad una teoria dei regimi di mercato che è stata definita addirittura rivoluzionaria.

Vi è, in breve, un indubbio parallelismo fra un gruppo di produttori, costituito *ad hoc*, per studiare la concentrazione esistente per esso, ed un gruppo di produttori che partecipano con le loro offerte al mercato.

Per chi si accinge a studiare la concentrazione industriale ed esaminare sotto quali aspetti si possono instaurare connessioni fra la concentrazione esistente in un gruppo di produttori ed il regime di mercato nel quale il gruppo di produttori opera, ha molta importanza avere idee sufficientemente chiare su ciò che deve intendersi per mercato. Che il termine « mercato » abbia un significato ambiguo non è davvero una scoperta degli economisti moderni e che il termine si connetta ad un concetto limitato di « gruppo » è nozione abbastanza vecchia perché non si possa rivendicare l'originalità della scoperta. Già il Marshall affermava che « In tutti i differenti significati che esso può implicare, il termine « mercato » si applica ad un gruppo o a gruppi di persone di cui alcune desiderano ottenere certe cose, mentre le altre sono nella condizione di fornire ciò che le prime desiderano. Un mercato può estendersi a tutti gli abitanti di una città o di tutto un paese; o esso può esser formato effettivamente soltanto da coloro che hanno un interesse particolare per una determinata merce, come, ad esempio lo zinco o il cuoio » (1). Questo concetto di « gruppo » è ulteriormente specificato dal Marshall, poche righe dopo, con un chiarimento che non lascia dubbi sul pensiero dell'autore: « Tutti acquistano e quasi tutti i produttori vendono, fino ad un certo punto, su di un mercato *generale* ove essi si trovano presso a poco su un piede di parità con quelli che li circondano. Ma ciascuno, o quasi, possiede anche i suoi « mercati *particolari* », cioè qualche persona o gruppi di persone con le quali egli è in stretti rapporti; la conoscenza reciproca e la fiducia

(1) A. MARSHALL: *Industry and Trade*, B. II, Ch. 1-2, London, 1927.

li incitano ad avvicinarsi ad esse e spingono queste ad avvicinarsi a lui, a preferenza di estranei. Un produttore, un negoziante all'ingrosso o un bottegaio che si sia creato forti relazioni fra gli acquirenti delle sue merci, possiede in ciò un'importante proprietà. Generalmente egli non ritiene di ottenere prezzi migliori dai suoi clienti abituali che non dagli altri clienti. Ma spera di vendere loro più facilmente perché essi lo conoscono ed hanno fiducia in lui, ed egli non è costretto a vendere a bassi prezzi per richiamare l'attenzione sui suoi prodotti, come egli fa spesso su un mercato ove è poco conosciuto ».

Questi concetti di « gruppo » e di « mercato speciale » completano un pensiero che il Marshall aveva formulato già molti anni prima asserendo da un lato « che le relazioni fra un singolo produttore e il suo mercato speciale differiscono sotto importanti punti di vista da quelle fra l'intera massa dei produttori ed il mercato generale » (2) e dall'altro lato « che quando consideriamo un singolo produttore, dobbiamo accoppiare la sua curva di offerta, non con la curva generale di domanda del suo prodotto in un vasto mercato, ma con la curva particolare di domanda del suo mercato speciale. E questa curva particolare di domanda sarà generalmente molto ripida; forse altrettanto ripida quanto è probabile che sia la sua curva di offerta, anche quando un aumento di produzione gli porterà un aumento considerevole delle economie interne » (3).

(2) A. MARSHALL: *Principi di economia*, pag. 433, Torino, U.T.E.T., 1959.

(3) A. MARSHALL: *Principi di economia*, p. 432, nota 1. Esula dal nostro argomento una trattazione della teoria della concorrenza, ma non ci sembra fuori luogo rilevare che un gran numero di discussioni che sono state fatte negli ultimi anni si fondano sul presupposto del tutto errato della dicotomia « concorrenza-monopolio » sulla quale sarebbe fondata la teoria del mercato del Marshall, del Pareto e degli economisti che stanno a cavallo del secolo XX. Marshall, ad esempio, ha considerato i regimi di concorrenza e di monopolio come casi astratti da studiare sotto il profilo dell'equilibrio parziale, ma non ha mancato di affermare che « il monopolio e la libera concorrenza possono essere idealmente del tutto separati, ma in pratica essi si compenetrano l'un l'altro per gradi impercettibili: vi è un elemento di monopolio in quasi tutti gli affari sottoposti alla concorrenza e quasi tutti i monopoli, che presentano qualche importanza pratica attualmente, detengono in modo incerto una gran parte dei loro poteri, per modo che essi li perderebbero, se ignorassero la possibilità della concorrenza diretta o indiretta ». (*Industry and Trade*, B. III, Ch. I/1). Opinione non diversa aveva già espresso fin dal 1906 il Pareto affermando che « Abbiamo dunque nel presente... uno stato costituito da libera concorrenza con monopoli, vincoli, privilegi, restrizioni. Variano le proporzioni in cui si combinano quei vari elementi ». (*Manuale di economia politica*, p. 464, Milano, 1906). Non ci sembra che tali tesi siano sostanzialmente diverse da quella sostenuta dal Chamberlin e cioè che « la maggior parte delle situazioni economiche sono miscugli di concorrenza e di monopolio, ed ovunque è così, si ha una visione errata trascurando uno dei due elementi e considerando la situazione come composta interamente (anche se imperfettamente) dall'altro ». (E. H. CHAMBERLIN: « Monopolistic or Imperfect Competition », in: *Quarterly Journal of Economics*, agosto 1937).

La questione del frazionamento del mercato di una merce non soltanto dal punto di vista territoriale (di quest'ultimo problema ci occuperemo a parte), ma soprattutto per gruppi qualificati di venditori ed acquirenti, ha precedenti nella dottrina economica, oltrech  nel Marshall anche nel Pareto e nel Wicksell, per citare soltanto i nomi pi  importanti della scienza economica moderna.

Circa la questione specifica del frazionamento del mercato a causa della differenziazione dei prodotti osservava il Pareto « vi sono casi molto numerosi nei quali la merce Y, che in apparenza   la stessa, si divide in realt  in molte merci. Cos  una signora un po' elegante non si serve per i suoi vestiti in un grande magazzino, ma ricorre ad una sarta. Vi sono circostanze accessorie, di credito, di particolari attenzioni alla clientela, ecc. che possono differenziare le merci per il resto del tutto identiche » (4) ed il Wicksell, con linguaggio attualissimo, non mancava di mettere in luce che « ...vi   una circostanza che, anche in questi casi, conferisce alla legge dell'utilit  marginale una pi  larga ed individuale applicazione di quanto si potrebbe supporre a prima vista; ed   che la massima parte delle merci sono offerte sul mercato in un gran numero di *qualit  differenti* » (5).

Se davvero non si pu  affermare che gli economisti sin qui citati abbiano trascurato l'importanza che, agli effetti della delimitazione del mercato, hanno le particolari condizioni nelle quali si svolgono gli scambi nonch  la differenziazione dei prodotti, nello Sraffa e nel Chamberlin queste ultime assurgono ad elementi centrali della determinazione del regime di mercato, con conseguenze per quanto riguarda la formazione dei gruppi di produttori o venditori che meritano un esame dettagliato.

A ben guardare la differenza fra l'impostazione del problema della differenziazione dei mercati *speciali* nel Marshall e nello Sraffa consiste sostanzialmente nella ammissione fatta dal primo che il venditore che ha un mercato speciale si accontenti della sola « maggior facilit  di vendere » i suoi prodotti, l  dove per lo Sraffa le ragioni di preferenza si traducono « nella inclinazione, che spesso pu  essere dettata dalla necessit , da parte dei compratori che costituiscono la sua clientela, a pagare qualche cosa di pi  pur di ottenere la merce da una ditta determinata piuttosto che da un'altra qualsiasi » (6). Evidentemente l'am-

(4) V. PARETO: *Manuel d' conomie politique*, pag. 602, Paris, 1909. Citiamo questa edizione francese del *Manuale*, perch  nella precedente edizione italiana questa parte dell'Appendice manca completamente.

(5) K. WICKSELL: *Lezioni di economia politica*, pag. 76, Torino, 1950.

(6) P. SRAFFA: *op. cit.*

missione di quest'ultimo autore delimita il gruppo dei concorrenti potenziali in modo più restrittivo, in quanto viene meno la possibilità della concorrenza sul prezzo quando sussistono cause di frazionamento del mercato e da qui il passo non è lungo per arrivare alla conclusione che « Il gruppo che noi prendiamo in esame è stato *generalmente* considerato come se formasse un mercato di concorrenza imperfetta: esso può essere costituito da un gruppo di produttori di automobili, di produttori di pentole e casseruole, di editori di riviste o di venditori di calzature. Dal nostro punto di vista, ogni produttore del gruppo è un monopolista, ma il suo mercato è collegato a quello dei suoi concorrenti dai quali egli non è più isolato... Una difficoltà che si incontra nella descrizione dell'equilibrio del gruppo è la grande estensione delle variazioni che esistono sotto tutti gli aspetti fra le diverse imprese che lo compongono » (7).

Vale la pena di soffermarsi ancora su questa impostazione data al problema dal Chamberlin, perché come vedremo essa è stata portata fino alle sue estreme conseguenze prima dal Triffin e poi dal Chamberlin stesso.

In sostanza, secondo la versione data al problema dal Chamberlin nella sua opera principale, « Un gruppo può essere evidentemente ampio o ristretto secondo il grado di generalità data alla classificazione, ma se questo gruppo è ampio non si possono ignorare i sottogruppi quando esistono. Il fatto che il gruppo sia numeroso non significa necessariamente che il mercato di ciascun venditore straripi sul mercato di tutti gli altri in modo tale che i guadagni realizzati in conseguenza di una riduzione del prezzo provengano uniformemente da tutto il settore, condizione che è indispensabile nel caso di un gruppo numeroso... »(8).

Ma anche il concetto di « gruppo », per quanto limitato e ristretto, sembra dissolversi di fronte ad una critica fondata, secondo il nostro avviso, sulla mancanza di una precisa delimitazione fra la « teoria economica » e la « realtà economica », fra « astrazione » ed « empirismo ».

Nel concludere il suo studio il Triffin, dopo aver rilevato che la teoria della concorrenza monopolistica è nata ed è stata costruita in un ambiente marshalliano, cerca di rompere le « catene della metodologia particolare dell'equilibrio », affermando che la « differenziazione del prodotto priva il concetto di industria della sua determinatezza e lo rende inutilizzabile » (9), riprendendo così il discorso principale, che

(7) E. H. CHAMBERLIN: *The Theory of Monopolistic Competition*, pag. 81, Cambridge, Harvard University Press, 1956.

(8) E. H. CHAMBERLIN: *ibidem*, pag. 103.

(9) R. TRIFFIN: *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory*, pag. 188, Cambridge, Harvard University Press, 1949.

è il *Leitmotiv* del suo lavoro: « ogni ditta compete con tutte le altre ditte nell'economia, ma con un diverso grado di vicinanza. Si guadagna qualche cosa limitando la ricerca ad un gruppo di concorrenti vicini che chiameremo un gruppo di industria? In uno studio empirico, statistico, sì: possiamo in questo modo ridurre ad una dimensione maneggevole il lavoro di indagine, senza qualsiasi seria perdita in precisione o completezza. Nella determinazione della teoria del valore, no: se la concorrenza è discussa in termini generali astratti possiamo benissimo fare un gruppo (o industria) estendendolo a tutta la collettività economica. Il problema è lo stesso e la complessità non è maggiore. In altre parole, il valore di questi raggruppamenti è soltanto empirico e concreto: esso non è utile per parlare di « industria » o di « gruppo » in via generale astratta, ma può essere veramente utile per parlare dell'industria del petrolio, del carbone, dell'acciaio » (10).

La conclusione alla quale si arriva è che l'unico oggetto dell'analisi economica è l'impresa, ma non un'impresa astratta come quella « rappresentativa » del Marshall o quella « in equilibrio » del Pigou, ma l'impresa quale essa è in concreto.

Vedremo in seguito a quali conseguenze porta questa nuova specie di « atomismo ». Per ora, ai limitati fini che ci proponiamo, non possiamo far a meno di rilevare che se la definizione di gruppo non dovesse servire per delimitare il mercato dal punto di vista del suo regime, che poi in sostanza è il suo equilibrio parziale *pro tempore*, esso non servirebbe nemmeno nella ricerca empirica e statistica che resterebbe fine a sé stessa senza nessuna possibilità di portare un contributo chiarificatore, estratto dalla realtà economica, alla teoria economica.

Il Chamberlin in uno studio pubblicato nel 1951 ed ora inserito nel volume *Verso una più generale teoria del valore* (pagg. 61 e 69) accede senza difficoltà all'impostazione del Triffin, abbandonando anche il concetto di « gruppo ristretto », numericamente determinato, per passare ad un indefinibile rapporto di vicinanza (territoriale) e di prossimità qualitativa del prodotto fra i venditori o produttori: « Nella tipica relazione a catena tra venditori – afferma il Chamberlin – non vi è infatti mercato, merce o industria in cui si possa contare il numero dei venditori. Un particolare venditore può essere preso come un punto focale e riferito ad altri a lui vicini; ma quando procediamo verso il prossimo venditore, il raggruppamento cambia. Infatti se consideriamo l'estremo di un'economia in cui non esiste il fenomeno dell'« isolamento », vi possono essere tanti gruppi di questo genere quanti sono i

(10) R. TRIFFIN: *op. cit.*, pag. 88.

venditori », e conclude « Il gruppo è scomparso dalla formulazione qui presentata e con esso il concetto dei grandi numeri, perché, in quest'ultimo esempio, il venditore individuale è di nuovo e correttamente descritto come isolato, anche nel caso speciale della concorrenza pura ».

Per chi si accinge, come noi, allo studio delle strutture dei singoli settori produttivi, queste analisi del concetto di mercato, portate fino alle loro estreme conseguenze, che finiscono per indurre a ritenere che in sostanza il concetto è del tutto indefinibile e vago o addirittura che quasi non esiste, sono estremamente deludenti.

Sulla base dei concetti della concorrenza monopolistica, nella loro ultima formulazione, nessuna ricerca induttiva sarebbe possibile e forse, non a caso, nei lavori del Chamberlin e della sua scuola, a parte pochi esempi generici e possiamo aggiungere spesso errati, manca qualsiasi tentativo di accostamento della teoria con la realtà economica.

Il Michlip ebbe una volta ad osservare che tutti sanno ciò che è un prezzo ad esclusione degli economisti, ma al punto in cui siamo sembra che la stessa sorte stia per toccare ai mercati, il concetto dei quali si sta dissolvendo nell'astrazione teorica.

A noi sembra che certe questioni di carattere teorico che si connettono strettamente a problemi pratici, e la questione « che cosa è un mercato? », ne è un esempio tipico, non si possono affrontare se le astrazioni teoriche non sono accompagnate da una sufficiente dose di buon senso che affondi le sue radici nel concreto. Questo e non altro voleva dire il Marshall, apponendo a mo' di epigrafe sotto il titolo della sua opera *Industry and Trade*, la frase *The many in the one, the one in the many*.

La questione della differenziazione dei prodotti, ovvero l'introduzione nella teoria del mercato del « prodotto come una variabile economica », così come è stata posta dal Chamberlin, ha una importanza che non può essere trascurata nella misura in cui il tener conto di una tale variabile può consentire di spiegare fenomeni che altrimenti resterebbero nell'ombra. Qui non interessa sapere se quella del Chamberlin è una teoria delle « imperfezioni » o una teoria « generale », qui importa valutare fino a quale punto la differenziazione dei prodotti consente una analisi della struttura produttiva che non sia fine a sé stessa e non si risolva in una pura esercitazione metodologica, senza che si possa ad essa attribuire un concreto significato economico.

Non vi è dubbio che, come giustamente osservava il Galbraith, « La misurazione della concentrazione delle industrie ha trovato un ostacolo nell'imprecisione della parola industria », pur non potendo negare che « ha una pratica utilità la nozione di industria come gruppo di aziende

che riforniscono press'a poco lo stesso mercato, e sarebbe impossibile farne a meno » (11), al che si può ancora aggiungere quanto precisava il Machlup facendo presente che bisogna « evitare di confondere il concetto di industria come modello teorico dell'analisi del prezzo con il concetto statistico di una determinata industria definita con criteri tecnologici usati, ad esempio, in connessione con un indice di concentrazione » (12). Ma se tali prese di posizione sono esatte, ed a noi sembra molto difficile non condividerle, ne consegue che del concetto di « gruppo di imprese » corrispondente al « gruppo di offerenti su un mercato » non si possa comunque prescindere ridimensionando alla sua portata concreta il concetto di « omogeneità » dei prodotti.

Riprendendo il discorso della formazione dei gruppi di « unità tecnico-produttive », il mercato, dal lato dell'offerta, per chi deve acquistare un insieme di beni e servizi destinati alla messa in opera e costruzione di un bene strumentale, si tratti di una casa, di uno stabilimento industriale o di una nave, è costituito dalla lista dei possibili offerenti (appaltatori edili, fabbriche di attrezzature e macchinario, cantieri navali, ecc.) e non v'è dubbio che le imprese che possono entrare nella lista costituiscono un « gruppo » di produttori che vengono messi fra di loro in concorrenza. Che poi tale concorrenza abbia luogo, secondo le possibilità dell'acquirente e secondo le sue esigenze, sul prezzo, sulla capacità, sulle facilitazioni creditizie, sulla stessa conoscenza personale, ecc. ha importanza del tutto marginale.

Per quanto riguarda invece i beni di consumo durevoli differenziati per loro natura, perché destinati a soddisfare categorie di consumatori nettamente distinte per classi di reddito, per gusti, ecc. la quasi totale mancanza di contatto diretto fra produttori e consumatori e la inserzione, nella maggior parte dei casi, di una intermediazione sul mercato, intermediazione costituita dalle varie fasi del commercio, implica una selezione per gradi successivi delle qualità delle stesse merci che contrasta nettamente gli eventuali effetti che potrebbero avere sugli ultimi consumatori la mancanza di omogeneità e le differenziazioni dei prodotti.

Ciò non significa che resti eliminata la preferenza concessa dagli acquirenti al prodotto differenziato o al venditore che ha un mercato speciale, ma significa che tale preferenza si sposta dal produttore al venditore diretto, lasciando così inalterato il « gruppo di industria », che ha per clienti i venditori dei diversi stadi della distribuzione e non

(11) J. K. GALBRAITH: *Il capitalismo americano - Il concetto di potere di equilibrio*, pag. 47, Milano, 1955.

(12) F. MACHLUP: *La concorrenza ed il monopolio*, pag. 98, Torino, U.T.E.T., 1956.

gli ultimi consumatori. Il Chamberlin e tutti coloro che condividono le sue idee fanno sempre riferimento al « gruppo dei produttori o venditori » senza soffermarsi sulla profonda diversità che può esistere fra « produttori » e « venditori » dal punto di vista del regime del mercato, senza contare che sempre essi pongono in contrapposizione il « gruppo di produttori o venditori » con la nozione di « industria », saltando completamente la posizione occupata dagli intermediari (commercianti) fra i produttori ed i consumatori.

Infatti, il produttore di tessuti, per fare il caso di una merce sulla cui differenziazione nessuno può dubitare, non ha per cliente il consumatore di tessuti, ma i commercianti all'ingrosso, dove esistono, o i negozianti al minuto. La sua clientela è quindi composta da persone del « mestiere », che comprano a ragione veduta e selezionano il prodotto tenendo conto del proprio mercato, che può anche essere un mercato speciale, ma che essi hanno tutto l'interesse di coltivare accontentando la propria clientela, sapendo con ciò di fare il proprio interesse. Per il commerciante il gruppo di industria non è un'astrazione teorica, ma è rappresentato da tutti coloro che producono un prodotto che a certi prezzi ed a certe condizioni egli può vendere, e non v'è dubbio che in ogni acquisto egli è guidato da un confronto fra qualità, prezzi, condizioni di pagamento, ecc. che gli sono offerti dai suoi possibili fornitori.

Qui sembra opportuna una netta distinzione fra ciò che di *oggettivo* o di *soggettivo* vi è nei giudizi che vengono formulati sulla omogeneità di una merce. Dal punto di vista oggettivo ciò che conta è la capacità di un bene di soddisfare un bisogno. Il vestiario soddisfa il bisogno di coprirsi, le scarpe soddisfano il bisogno di non andare a piedi nudi, ecc. Il negoziante che vende scarpe, esclusi rari casi, vende scarpe che soddisfano una vasta clientela con gusti ed esigenze diverse. Egli non si rifornisce per tutte le scarpe dallo stesso produttore ed egli sa troppo bene che le scarpe belle fanno la concorrenza alle scarpe brutte, ma sa anche che le scarpe meno belle calmierano il prezzo delle scarpe belle. Potenzialmente egli può rifornirsi da tutti i produttori di scarpe, ma in realtà egli si serve per i suoi acquisti da alcune ditte che sceglie, ma che può cambiare in ogni momento. I produttori lo sanno molto bene e sono costretti ad un comportamento capace di conservare il cliente che si regola, non in base al capriccio di una scelta soggettiva, ma in base a criteri di convenienza economica del suo particolare commercio.

La *soggettività* delle scelte degli ultimi consumatori, sulla quale in definitiva dovrebbe fondarsi la concorrenza monopolistica, si scontra contro un diaframma costituito da criteri di scelta che rispondono ad

esigenze del tutto diverse e principalmente a quella dello « stare in commercio » e della particolare mentalità dell'ultimo distributore.

Il Chamberlin, nel dedicare il Capitolo VI della sua *Theory of Monopolistic Competition* ai costi di vendita ed ai costi di produzione, riconosce che « il produttore deve ripartire i suoi sforzi fra il consumatore ed il commerciante; ed egli di solito destina la maggior parte degli sforzi a quest'ultimo », ma non si cura affatto delle conseguenze che la rete di distribuzione ha sulla composizione del « gruppo di produttori » di una merce differenziata e fino a quale punto la inframmettenza dei venditori, fra gli industriali e gli ultimi consumatori, ostacola gli effetti della differenziazione dei prodotti.

La questione è stata affrontata a suo tempo con ampiezza e con una visione realistica dal Galbraith, che pur, in un primo tempo, aveva condiviso in gran parte l'impostazione del Chamberlin (13). « La lunga tendenza verso la concentrazione dell'impresa industriale – scrive il Galbraith – nelle mani di un numero relativamente piccolo di aziende, ha fatto sorgere non solo forti venditori, come gli economisti hanno immaginato, ma anche forti compratori il che è loro sfuggito » ed ancora « Negli ultimi quindici anni la teoria economica ha rivolto molta attenzione a questo processo di differenziazione dei prodotti. La sua importanza, come motivo espresso o implicito di spese pubblicitarie o di vendita, è stata notevolmente esagerata. Quasi certamente ha un rilievo assai maggiore la semplice rivalità fra ditte » (14).

Non si può negare che esistono casi di vendita diretta dal produttore all'ultimo consumatore, ma anche qui non si può trascurare la differenza sostanziale che esiste fra la natura dei diversi acquirenti. L'acquirente di prodotti che costituiscono mezzi di produzione si distingue nettamente dall'acquirente che acquista beni direttamente consumabili ed, a parte casi perfettamente individuabili, rispetto ai primi una concorrenza monopolistica fondata sulla differenziazione dei prodotti o sugli effetti della pubblicità non è nemmeno pensabile. Nei casi in cui si ha una vendita diretta del produttore all'ultimo consumatore la concorrenza monopolistica ha maggiori probabilità di affermarsi, anche perché qui più frequenti sono i casi di concorrenza non sul prezzo. Non sempre però l'esistenza di una concorrenza monopolistica anche in questi casi, è sufficiente a frantumare il « gruppo di industrie ».

(13) J. K. GALBRAITH: « Monopolio e concentrazione del potere economico »; sta in: *L'economia contemporanea*, Torino, 1959 (edizione originale 1949).

(14) J. K. GALBRAITH: *Il capitalismo americano - Il concetto di potere di equilibrio*, pp. 134 e 120, Milano, 1955.

Quando, ad esempio, la concorrenza si estrinseca attraverso quella che il Marshall chiama « pubblicità combattiva » (15) gli effetti della « differenziazione apparente » dei prodotti sul « gruppo di industria » sono assai problematici, anche se non sono da escludere del tutto. Ad esempio, la concorrenza, non sul prezzo, praticata dai produttori di benzina e di olii lubrificanti attraverso la pubblicità, rivolta a persuadere il consumatore di una differenziazione dei prodotti in realtà inesistente, non è che la estrinsecazione del potere finanziario delle imprese che tende a tradursi in potere di mercato. La differenziazione apparente del prodotto imposta con la pubblicità non porterebbe che a conseguenze irrilevanti se essa non fosse accompagnata dalla proliferazione dei distributori di benzina che è conseguenza, non della differenziazione dei prodotti, ma del potere finanziario delle singole imprese. In questo caso il gruppo dei produttori non si scompone in base a criteri di vicinanza o di differenziazione della merce, ed anzi il giudizio sul potere di mercato dei singoli produttori si può ricavare soltanto dall'esame della posizione relativa di ciascuno di essi rispetto a tutti gli altri.

Su questo argomento il discorso potrebbe ampliarsi molto, ma non sembra che questa sia la sede adatta, anche perché avremo occasione di riprendere in esame l'argomento per mettere in evidenza i motivi per i quali nella formazione dei gruppi di imprese si deve tener conto della differenziazione dei prodotti, ma non al punto di arrivare alla totale dissoluzione della nozione di « gruppo » che rende inafferrabile ogni possibile concetto di mercato e distrugge ogni possibilità di indagine, anche empirica, sulla struttura di un settore produttivo.

(15) A. MARSHALL: *Industry and Trade*, B. II, Ch. VII/6.

CAPITOLO XI.

IL FRAZIONAMENTO TERRITORIALE, L'UBICAZIONE DELLE IMPRESE E DELLE UNITA PRODUTTIVE COME OSTACOLI ALLE INDAGINI SULLA CONCENTRAZIONE INDUSTRIALE

Il possibile frazionamento di un gruppo di produttori di una merce omogenea per effetto dell'elemento spaziale ha una indubbia analogia con l'altra causa di possibile frazionamento, di cui ci siamo occupati in precedenza, e cioè la mancanza di omogeneità dei prodotti. Tale analogia però non deve indurre nell'errore, che di frequente si può rilevare nella letteratura, di porre le due cause sullo stesso piano senza una precisa distinzione soprattutto degli effetti che esse hanno o possono avere nella delimitazione dei gruppi di produttori.

Il fatto stesso che nella dottrina economica i pareri sull'influenza della differenziazione dei prodotti sui regimi di mercato siano del tutto discordi, mentre vi è unanimità di consensi per quanto riguarda gli effetti del frazionamento territoriale di un mercato, pone già in evidenza che l'analogia è più apparente che reale. Infatti, l'esistenza di mercati speciali, territorialmente delimitati, è nozione comune a tutti gli indirizzi interpretativi dei regimi di mercato e si può senz'altro affermare che l'elemento spaziale, come possibile causa di frazionamento di un gruppo di produttori, non sia oggetto di discussione da parte di nessuno. Senonché gli accostamenti assai frequenti che fra le due cause di frazionamento di un gruppo di produttori sono stati fatti negli ultimi sviluppi della teoria dei mercati richiedono alcune precisazioni.

La differenziazione dei prodotti, come elemento essenziale della teoria della concorrenza monopolistica, è, per quanto ci si sia sforzati di dimostrare il contrario, nozione essenzialmente empirica non suscettibile di generalizzazioni. Ma ciò che è più grave è l'assoluta arbitrarietà dei giudizi sulla « differenziazione », affidati unicamente ad un apprezzamento soggettivo ed è su questo punto che essenzialmente manca l'ana-

logia con quella che è stata chiamata la « differenziazione spaziale ». Quest'ultima è insita in situazioni di fatto obbiettivamente accertabili e l'isolamento dei mercati, territorialmente definiti, per quanto riguarda il gruppo o i gruppi di produttori, è connesso a quelle che il Pareto chiamava « trasformazioni nello spazio ».

Sia ben chiaro, giova ancora ripeterlo, che qui ci occupiamo dei soli « produttori » e non anche dei « venditori », perché l'elemento spaziale giuoca in modo sostanzialmente diverso a seconda che si considerino i produttori o i venditori. L'ubicazione di un negozio di vendita può creare certamente un « mercato speciale », in quanto l'ubicazione può determinare una preferenza del tipo di quelle descritte dal Marshall, dallo Sraffa o dal Chamberlin, ma tale preferenza va ascritta più alla categoria assai vasta delle differenziazioni del prodotto che non a quella delle differenziazioni spaziali. Per i produttori invece la differenziazione spaziale rende incomunicabili dei vasi che, senza l'ostacolo della distanza, sarebbero comunicanti fra di loro. Il costo di vendita, comprendente le spese per la pubblicità, sul quale si è tanto insistito come causa di differenziazione dei prodotti, non entra più in giuoco nel caso della differenziazione spaziale e ad esso subentra un elemento assai più certo che è quello del costo del trasporto oppure, in molti casi, del costo di conservazione del prodotto o addirittura della deperibilità del prodotto stesso.

Precisata così la diversità sostanziale fra la « differenziazione dei prodotti » e la « differenziazione spaziale », passiamo ad esaminare quest'ultima sotto il particolare profilo degli effetti che essa ha sul frazionamento di un « gruppo di produttori ». L'interpretazione di un'indagine sulla concentrazione industriale trova nell'elemento spaziale un indubbio ostacolo sotto due punti di vista, in un certo senso antitetici fra di loro.

Normalmente un'indagine sulla concentrazione industriale prende in considerazione un gruppo di produttori di una merce esistenti in un dato momento, o in momenti diversi, in un paese, considerato come un'unica circoscrizione territoriale. Si vengono così a trascurare due circostanze: 1) che non tutti i produttori concorrono sempre in egual misura all'offerta del prodotto in tutto il territorio di un paese; 2) che l'offerta di un prodotto sul mercato non risulta soltanto dalla somma delle offerte dei produttori interni, ma anche dall'offerta di produttori esteri che, in un'indagine sulla concentrazione della produzione, sono invece esclusi.

Le cause del frazionamento territoriale di un gruppo di produttori possono essere di natura diversa ed esse rivestono una notevole importanza al fine di distinguere la misura in cui viene meno la possibilità

di un confronto fra la struttura di un gruppo di produttori esistenti nel complesso del paese ed il regime di mercato quale risulta quando esistono tanti mercati locali invece di un unico mercato nazionale. Una causa, quella più comunemente citata, di frazionamento territoriale del mercato è quella alla quale si fanno risalire i monopoli assoluti di posizione. Industrie come quelle dell'elettricità o del gas, strettamente connesse ad una rete distributiva che non consente dal punto di vista economico duplicazioni, non hanno un mercato nazionale anche se, in definitiva, nessun ostacolo di distanza esiste per il trasporto dell'energia o del gas. In questi casi la mancanza di unità del gruppo dei produttori è assoluta e l'indagine sulla struttura del gruppo non può mettere in evidenza un reale potere di mercato perché esso deriva dall'isolamento assoluto dei mercati locali e non dalle dimensioni relative dei singoli produttori.

Non diversa è la situazione di frazionamento del mercato per i così detti monopoli naturali. Una cava di pietrisco o di sabbia, entro un certo raggio di azione, costituisce un monopolio naturale e l'esistenza di innumerevoli cave dello stesso materiale dislocate in altre zone non esercita alcuna influenza sul particolare mercato territoriale definito dalla cava in questione.

A parte però i casi in cui l'ubicazione dei produttori implica il loro isolamento completo, vi sono innumerevoli altri casi di frazionamento territoriale per i quali i canali fra i diversi mercati restano tuttavia più o meno aperti e più o meno facilmente transitabili.

Una prima causa che può notevolmente attenuare il frazionamento territoriale, quando questo deriva dalla distanza fra produttori ed acquirenti, è il trasferimento della concorrenza dal piano delle imprese al piano delle unità tecniche di produzione. Per tutti i prodotti, che relativamente al loro valore intrinseco hanno un alto costo di trasporto, la concorrenza ha luogo fra stabilimenti e non fra imprese. Ciò comporta intanto che il numero delle unità che devono essere considerate è normalmente maggiore, che le imprese tendono ad elevare il numero degli stabilimenti posseduti, cercando di ubicarli in posizioni strategiche, quando ritengono di non dover subire la concorrenza di altri stabilimenti, o, quando le posizioni strategiche sono già occupate, di installarsi in zone nelle quali i concorrenti sono relativamente deboli.

Gli effetti della differenziazione spaziale, però, possono anche risultare in parte o del tutto neutralizzati come conseguenza di particolari condizioni produttive o di particolari politiche di mercato.

Se fra i diversi stabilimenti che producono la stessa merce sussistono differenze dimensionali assai notevoli, che si ripercuotono sui

costi di produzione, evidentemente il raggio di azione utile di ciascuno stabilimento sarà diverso e cioè maggiore per gli stabilimenti che producono a costi più bassi e minore per gli stabilimenti che hanno costi più elevati. Ciò comporta che nella composizione dei sotto gruppi, territorialmente delimitati, la « vicinanza » di ogni produttore rispetto agli altri del sottogruppo che concorre in un ambito spaziale all'offerta di una merce è estremamente elastica, per cui, se ogni produttore dovesse essere preso, per usare il termine del Chamberlin, come « punto focale » del gruppo, le delimitazioni territoriali dei sottogruppi risulterebbero tutte differenti fra di loro e per ogni « punto focale » si avrebbe un mercato più o meno ampio a seconda del raggio di azione di ciascuno stabilimento. La conseguenza, al limite, di un tale stato di fatto potrebbe essere che la « differenziazione spaziale » come causa di frazionamento del mercato potrebbe agire su un certo numero di stabilimenti e non agire affatto per gli altri.

L'importanza di un'indagine sulla concentrazione industriale, condotta con le particolari modalità esposte nel precedente capitolo VIII, ai fini di chiarire le condizioni in cui si può determinare un frazionamento spaziale di un gruppo di produttori non può sfuggire.

Infatti, dato per accertato il frazionamento spaziale di un gruppo di produttori, il diverso grado di concentrazione della produzione per le unità tecnico-produttive, oltre a mettere in evidenza la struttura dell'insieme dell'industria nella sua composizione per unità di produzione, consentirà un primo giudizio sulla variabilità delle dimensioni delle unità stesse. Un elevato grado di variabilità indicherà non soltanto una notevole differenziazione dell'efficienza produttiva, ma anche una differenza di capacità di espansione territoriale delle diverse unità produttive. A rigore, le dimensioni delle unità produttive, in presenza di limitazioni spaziali del mercato, dovrebbero uniformarsi alla capacità di assorbimento del prodotto da parte del territorio entro il quale esse devono operare. Se, ad esempio, il raggio entro il quale una merce può essere venduta è di 100 chilometri, le dimensioni di ciascun stabilimento, ammesso che entro tale raggio non si abbiano concorrenti, non dovrebbero superare la produzione che può essere assorbita dal territorio compreso in tale spazio. Il caso però dell'isolamento completo è del tutto ipotetico e la necessità, nello studio della concentrazione, di considerare le unità produttive una per una, metterà in evidenza, già nella fase di raccolta dei dati, tutti gli accentramenti territoriali delle unità produttive che producono la stessa merce, rendendo così possibile anche una selezione dei produttori, all'interno del gruppo, in base alle diverse zone territoriali. L'esistenza di unità produttive di dimensioni notevolmente

diverse fra di loro nello stesso mercato locale assumerà in tal caso il preciso significato di una tendenza espansiva delle unità maggiori al di là del raggio di azione mediamente utile o utile per le unità di dimensioni minori.

Un fenomeno che si accompagna necessariamente alle limitazioni spaziali del mercato ed alla configurazione di mercati locali è la tendenza delle imprese ad ingrandirsi aumentando il numero delle proprie unità produttive. L'accentramento degli stabilimenti nelle aziende e nei raggruppamenti di aziende è comune a tutti i settori produttivi, ma è tipico dei settori nei quali l'ingrandimento delle dimensioni delle singole unità produttive trova limiti nelle capacità di assorbimento di un mercato locale o nella possibilità di rifornimento, entro un raggio utile tenendo conto del costo del trasporto, delle materie prime necessarie alla produzione. L'indagine sugli accentramenti delle unità produttive nelle aziende e nei gruppi di aziende collegate, come studio sulla concentrazione delle unità stesse, fornisce quindi un elemento di giudizio che certamente non può essere trascurato quando si voglia avere un quadro degli effetti della « differenziazione spaziale » sulle condizioni del mercato. Un numero elevato di imprese con molti stabilimenti, dislocati in tutto il territorio di un paese, è indice indubbio che il frazionamento territoriale del mercato limita la concorrenza in misura di gran lunga inferiore di quanto non possono far supporre le barriere costituite dalla distanza.

Se dall'esame della concentrazione in senso statico si passa a quello della concentrazione dinamica, studiando i processi di trasformazione ai quali sono soggette le unità produttive, le aziende ed i raggruppamenti attraverso il tempo, possono risultare elementi di grande interesse sui regimi di mercato, anche quando notoriamente esistono limiti spaziali alla concorrenza. Un aumento o una diminuzione della concentrazione dinamica di un gruppo di produttori indicano nella maggior parte dei casi trasformazioni nelle condizioni del mercato per effetto di nuovi processi produttivi, di nuovi mezzi di comunicazione o di nuove tecniche dei trasporti, della entrata nel giuoco del mercato di nuovi produttori o della scomparsa di vecchi produttori, con la conseguenza che anche le limitazioni costituite dalla distanza possono attenuarsi od anche scomparire.

La misura poi della « divergenza » fra la concentrazione esistente per le unità produttive e la concentrazione delle imprese in quanto mette in evidenza l'influenza che le esigenze della produzione su larga scala hanno sulla concentrazione industriale, consente un approfondimento dell'analisi dei fenomeni connessi con la « differenziazione spa-

ziale » che invece tende o dovrebbe tendere ad imprimere una certa uniformità *pro tempore* alle dimensioni delle unità tecnico-produttive o ad imprimere alle unità dimensioni proporzionali alla capacità di assorbimento della merce da parte dei singoli mercati locali.

Lo studio della concentrazione industriale, in altri termini, anche in presenza di una « differenziazione spaziale », che fraziona il gruppo dei produttori di una merce, si rende indispensabile per la conoscenza del regime e le riserve sul significato della concentrazione nei casi di mancanza di unità del mercato conseguono tutte dall'erronea impostazione del problema delle connessioni fra concentrazione e limiti alla concorrenza. Infatti tutte le critiche e riserve muovono dal presupposto che con una misura della concentrazione si voglia esprimere il grado di concorrenza esistente sul mercato e, nella maggior parte dei casi, che si voglia dimostrare, con il rapporto fra la produzione delle imprese maggiori ed il totale della produzione, l'esistenza di un dominio oligopolistico sul mercato.

Tali riserve sono la conseguenza evidente del modo come il problema è posto, il che non fa fare un passo avanti alle nostre conoscenze. Ma se invece l'analisi della struttura produttiva di un gruppo di imprese è considerata come un mezzo di approfondimento delle nozioni indispensabili per scoprire le cause che ora limitano ed ora dilatano le possibilità di concorrenza fra i produttori, sia che esista sia che non esista un frazionamento territoriale del mercato, il quadro nel quale si definisce il regime del mercato si arricchirà di un insieme di nozioni che, forse singolarmente prese, non sarebbero sufficienti per giudicare della situazione nella quale hanno luogo gli scambi, ma nel loro complesso ed attraverso il loro confronto possono aiutarci a superare molte difficoltà ed a chiarire molti fenomeni che altrimenti resterebbero nell'ombra.

Come però la concentrazione industriale, nei suoi diversi aspetti, non mette in evidenza le politiche dei produttori rivolte a limitare la concorrenza, così l'esistenza di condizioni obiettive di frazionamento o di unità territoriale del mercato non sono sufficienti a dimostrare le reali condizioni delle differenziazioni spaziali. A parte che un mercato può risultare frazionato territorialmente per accordi e collusioni fra i produttori, anche in assenza di ostacoli connessi alla distanza, la differenziazione spaziale può risultare del tutto o in parte annullata da accorgimenti posti in atto dalle imprese o addirittura da particolari legislazioni rivolte intenzionalmente (o non intenzionalmente) al ripristino dell'unità territoriale del mercato.

Molto prima che la differenziazione dei prodotti entrasse a far parte del bagaglio della teoria economica dei mercati era già noto « che beni suscettibili di produzione in massa e privi di notevoli differenze di qualità sono oggetti adatti alla formazione dei cartelli, almeno delle forme più fortemente organizzate di essi, i così detti sindacati » (1), il che altro non significa se non che la omogeneità di un prodotto non è sufficiente a qualificare il mercato, perché ad essa si possono sovrapporre collusioni limitative della concorrenza di tutt'altra natura derivanti proprio dall'omogeneità del prodotto. Per il frazionamento territoriale del mercato, nello stesso modo, accordi e collusioni possono creare mercati locali ma possono anche determinare una unità del mercato dove esistono ragioni di frazionamento. A parte la possibilità, largamente studiata, della determinazione di « punti base » (2) che consentono una eliminazione della concorrenza sul prezzo di consegna, una parziale o totale eliminazione dell'ostacolo derivante dai costi di trasporto può attuarsi attraverso una politica delle imprese rivolta all'ubicazione strategica degli stabilimenti, tenendo conto proprio dei « punti base ». Senza contare che con il sistema dei punti base si rendono possibili margini di profitto che possono anche consentire sul prezzo della merce sconti tali da compensare i maggiori costi di trasporto da parte dei produttori che si trovano più lontani dai clienti in modo da ripristinare in tutto o in parte l'unità del mercato magari a scapito degli acquirenti. L'adozione infatti di un prezzo alla consegna uniforme in tutto il territorio nazionale o nelle diverse circoscrizioni territoriali rende possibile a tutti i produttori l'immediato calcolo dello sconto che essi dovrebbero fare per tutte le destinazioni, seguendo anche, quando essi abbiano la convenienza, una vera e propria discriminazione dei prezzi di vendita all'origine per i clienti più distanti e fuori dal raggio di azione consentito della distanze.

In pratica il *basing-point system* si può avere in tutti i casi nei quali o per effetto di vere e proprie collusioni o per effetto di altre cause i produttori possono regolare i loro comportamenti sapendo che nessun concorrente venderà ad un prezzo inferiore a quello stabilito. Benché possa sorprendere, le fissazioni di prezzi massimi di imperio, stabiliti dal Governo a scopo di calmieramento, agevolano il compito dei produttori e costituiscono un elemento non indifferente di espansione delle imprese maggiori che possono accordare uno sconto più forte sul

(1) R. LIEFMANN: *Cartelli, gruppi e trusts*, pag. 663, « Nuova collana di economisti », Vol. VII.

(2) F. MACHLUP: *The Basing-Point System*, Philadelphia, 1949, The Blakiston Company.

prezzo, a compenso di una maggior spesa di trasporto data la loro distanza dal cliente.

Altri accorgimenti anche più efficaci sono stati applicati allo scopo di ottenere su tutto il mercato un prezzo uniforme per la stessa merce a prescindere dalle spese di trasporto necessarie per raggiungere i clienti più lontani. Caso tipico sono le istituzioni di « casse di conguaglio » per spese di trasporto che annullano completamente gli effetti del frazionamento del mercato. Esempio classico la cassa di conguaglio per le spese di trasporto dello zucchero, istituita in Italia da molti anni, e che rende inoperante la distanza fra produttore e acquirente come fattore del costo nella formazione del prezzo dello zucchero per tutte le destinazioni.

Le osservazioni fatte inducono, se non altro, ad una conclusione. Il fattore « spazio » può costituire un indubbio ostacolo all'interpretazione dei risultati di un'analisi sulla concentrazione industriale, ma non sempre la sua influenza è determinante, perché possono esistere fattori che rendono inoperante il frazionamento del mercato. Comunque anche nei casi in cui il gruppo dei produttori si suddivide in sottogruppi territorialmente isolati, l'indagine sulla concentrazione può fornire elementi di giudizio indispensabili per una conoscenza esatta del regime del mercato. Nella misura in cui il potere di mercato, anche in presenza di un frazionamento territoriale, è determinato dalle dimensioni delle imprese o delle unità produttive, in quanto le imprese maggiori possono esercitare la loro influenza diretta o indiretta sulle imprese minori, la concentrazione industriale assume un ruolo di primo piano per la conoscenza del mercato.

Ci siamo sin qui limitati a considerare l'ostacolo derivante dal frazionamento territoriale per quanto riguarda il confronto fra i risultati di un'indagine sulla concentrazione industriale ed il regime di mercato. Passiamo ora, brevemente, ad esaminare l'altro ostacolo derivante dal fatto che il gruppo di produttori nazionali operanti sul mercato rappresenta una parte sola dei presumibili concorrenti, in quanto non si considerano nel gruppo dei produttori anche gli operatori esteri. Nella misura in cui le merci estere concorrono con le merci nazionali, evidentemente la pressione dei produttori esteri su quelli del paese non può essere trascurata. Indubbiamente il prodotto estero gode di un elemento di differenziazione che forse ha un'importanza di gran lunga maggiore di quelli di cui sin qui si è occupata la lettera economica ed a quanto ci risulta lo stesso Chamberlin non ha esaminato la questione. In una società sufficientemente ricca, per permettersi il lusso della ricerca della *distinzione*, il prodotto estero esercita un'attrazione sui con-

sumatori che al prodotto nazionale manca. Lo stesso fatto che il prodotto estero sia normalmente più caro del prodotto nazionale può costituire un elemento di preferenza per coloro che ambiscono di non « confondersi con gli altri » o ritengono che il maggior prezzo sia indice di miglior qualità.

Benché non si possa trascurare che il prodotto estero, per quanto si è detto, ha un suo mercato particolare, tuttavia nell'analisi della concentrazione industriale e nello studio dei regimi di mercato non si potrà non tener conto dell'influenza, in alcuni casi assai notevole, che le merci di importazione esercitano sull'offerta. Da questo punto di vista un'indagine sulla concentrazione industriale rispecchierà soltanto entro certi limiti le condizioni reali del mercato, ma fortunatamente il peso che sul mercato stesso hanno i produttori esteri di una data merce è noto e di esso si può tener conto senza difficoltà in ogni momento.

Nella misura in cui però le importazioni di una merce possono alterare il peso che ciascun produttore del paese ha sul mercato, non si può far a meno di tener conto anche dell'altro aspetto del problema e cioè della riduzione di peso che ciascun produttore interno può subire, relativamente al suo potere di mercato, in conseguenza delle merci che egli esporta e che pertanto restano escluse dal giuoco della domanda e dell'offerta interne, ma che tuttavia esercitano la loro influenza anche sul mercato interno in tutti i casi in cui l'impresa produce a costi decrescenti.

Evidentemente in un'indagine sul regime di mercato di una merce oltre che della concentrazione dei produttori e dei processi di trasformazione ai quali il gruppo è sottoposto si dovranno considerare anche gli altri elementi che possono influire sulla concorrenza, e fra questi i fattori del mercato originati dai traffici con l'estero avranno un posto più o meno rilevante a seconda dei casi.

CAPITOLO XII.

LA STRUTTURA DI UN GRUPPO DI PRODUTTORI E LE FORME DEL MERCATO

Nei due capitoli precedenti ci siamo soffermati sui due elementi principali che rendono problematico l'uso delle nozioni tratte dalle indagini sulla concentrazione al fine di esprimere un giudizio sullo stato della concorrenza esistente sul mercato ed abbiamo concluso che nonostante le indubbe perplessità che possono sorgere in conseguenza della mancanza di omogeneità dei prodotti e del frazionamento territoriale del mercato, tuttavia le ricerche strutturali su un gruppo di produttori possono fornire orientamenti ed elementi indispensabili proprio al fine di giudicare gli effetti che sul gruppo stesso esercitano le diverse cause di frazionamento.

La concentrazione industriale esistente in un gruppo è stata considerata, da chi più o da chi meno, come uno degli elementi che concorrono alla determinazione delle forme di mercato, mentre ben poco spazio ha riservato la letteratura economica all'altro aspetto del problema e cioè a quello dell'influenza che le forme del mercato esercitano sulla concentrazione industriale. Che fra concentrazione e forme di mercato sussistano relazioni reciproche di causa ed effetto a noi sembra un fatto incontestabile, anche se non abbiamo alcun dubbio che tali interrelazioni non siano sempre precisabili ed anzi che nella maggior parte dei casi sia anche difficile distinguere se si è in presenza di una causa o di un effetto.

Questo problema nel caso di polipolio, caratterizzato dalla presenza di molti produttori, ciascuno dei quali concorre all'offerta in misura così ridotta da ritenere che sia suo interesse di conformarsi ai prezzi del mercato « senza tentare di modificarli di proposito » (1), si può tradurre nella seguente alternativa: a) è l'elevato numero dei produttori ed il loro basso peso specifico sul mercato che determina lo stato di

(1) V. PARETO: *Cours d'économie politique*, Lausanne, 1896-97 (Trad. italiana, Torino, 1948, Vol. I, pag. 28).

concorrenza? *b)* sono le particolari condizioni del mercato relative alla merce prodotta che comportano l'esistenza di un elevato numero di produttori ed una bassa percentuale di produzione detenuta da ciascuno di essi?

Nel caso di oligopolio, in cui il gruppo dei produttori è costituito da poche imprese di cui tutte o parte hanno una produzione elevata e seguono sul mercato una politica che tiene conto delle quantità offerte e dei prezzi delle altre imprese concorrenti all'offerta della stessa merce, si avrà, similmente al caso del polipolio, la stessa alternativa *a)* e *b)*, con la sola differenza che invece di molti produttori se ne avranno pochi e con una elevata produzione.

La possibilità che di volta in volta, per i singoli mercati, sia la struttura produttiva a determinarne la forma o, viceversa, che sia il regime del mercato a determinare la struttura produttiva implica, come conseguenza, che nel primo caso gli elementi strutturali configurano le condizioni dell'offerta, mentre nel secondo caso essi sono soltanto gli indici di una determinata situazione provocata da cause indipendenti dalla struttura produttiva del gruppo di imprese che concorrono alla formazione dell'offerta.

Implicitamente tutti quegli autori che negano che la struttura produttiva, e la concentrazione come suo aspetto particolare, eserciti una qualche influenza sul regime di mercato ammettono che all'origine dei monopoli, degli oligopoli e dei polipoli stanno cause diverse da quelle strutturali del gruppo dei produttori. Conseguenza diretta di una simile ammissione è che l'esistenza di pochi o di molti produttori non ha di per sé nessun significato perché, in primo luogo, ciascuno di essi può risultare completamente isolato rispetto agli altri ed, in secondo luogo, perché, nella misura in cui ciascuno di essi è isolato, le cause del loro isolamento non hanno alcuna influenza sulla consistenza numerica del gruppo.

Questa posizione, che oggi è largamente condivisa da molti economisti, è in buona parte conseguenza dell'eccessivo semplicismo con il quale sono state considerate in passato le interrelazioni fra struttura produttiva e regimi di mercato. Alla moderna teoria delle forme di mercato va riconosciuto l'indubbio merito di aver sottratto l'analisi teorica alle strettoie dei giudizi puramente quantitativi, ma delle critiche mosse alle vecchie impostazioni le ricerche empiriche non si sono giovate per un approfondimento dei problemi, e la sola conseguenza che si è avuta è che mentre per gli economisti della precedente generazione l'esistenza di molti produttori costituiva un *buon* elemento per dedurre l'esistenza di un regime concorrenziale, per la nuova genera-

zione la presenza di pochi produttori è sintomo *certo* dell'esistenza di una situazione oligopolistica. Lo stesso peso che la teoria economica ha dato, dopo la comparsa dei lavori del Chamberlin e della signora Robinson, all'accesso ed all'esodo delle imprese al e dal mercato mette in evidenza una certa confusione di idee sull'importanza degli elementi di carattere strutturale, ma su questo argomento, piuttosto complesso, non riteniamo di dover fare anticipazioni dato che ad esso sarà dedicata una trattazione a sé stante.

La verità è che sia nel passato, come anche oggi, gli unici elementi che vengono considerati agli effetti del giudizio da darsi sulla struttura di un gruppo di produttori sono costituiti dal numero e dalle dimensioni delle imprese e che in sostanza, in un modo o nell'altro, le indagini sulla concentrazione e sulla struttura dei gruppi di produttori sono circoscritte a solo tali elementi.

L'esame che è stato fatto delle pretese relazioni fra la concentrazione, intesa nel senso comune attribuitole dalla letteratura economica, e le forme del mercato, va quindi estesa fino ad investire tutti gli elementi che possono essere posti a confronto fra di loro per giudicare i due fenomeni considerati.

Non pretendiamo di dimostrare che nella misura in cui l'analisi della concentrazione si estende al punto di diventare una vera e propria analisi della struttura di un gruppo di produttori, gli elementi quantitativi tratti dalle indagini consentano di giudicare delle forme di mercato, ma riteniamo che un confronto fra tutti gli elementi che si possono trarre dalle indagini sulla concentrazione industriale renda possibile una migliore comprensione ed impostazione dei problemi connessi alle varie forme del mercato. La differenza sostanziale fra le ricerche che condurremo nella parte dedicata ai diversi gruppi di industrie e le indagini che sono state effettuate in passato consiste nel diverso modo in cui considereremo la struttura produttiva di ciascun gruppo.

Il numero e le dimensioni delle imprese, considerate come unità indipendenti, sono gli unici elementi che l'analisi della concentrazione e l'analisi delle forme del mercato hanno preso sino ad oggi in considerazione. I vari termini che vengono usati per qualificare le diverse forme del mercato (polipolio, oligopolio, monopolio) hanno tutti una comune derivazione etimologica che fa specifico riferimento al numero dei venditori, benché sia del tutto pacifico che il significato di tali termini è molto più complesso della definizione implicita contenuta nei termini stessi.

Nella definizione della concorrenza semplice, tutti gli Autori sono concordi nell'affermare che non è sufficiente che il numero dei produt-

tori e dei venditori sia elevato, ma che è altresì necessario che ogni venditore costituisca una parte così piccola dell'offerta da dargli la netta sensazione che, qualsiasi comportamento egli segua, un aumento o una diminuzione della sua offerta non influirà sulle condizioni generali dello scambio delle merci che egli vende. Così, per quanto riguarda l'oligopolio, vi è un quasi generale accordo nel ritenere che esso sia caratterizzato, dal punto di vista quantitativo, da un numero ristretto di produttori di cui ciascuno o alcuni rappresentano un'elevata percentuale della produzione.

I due elementi, numero e dimensioni dei produttori, entrano nei giudizi sulla concentrazione e sulle forme del mercato, con la sola differenza sostanziale, che mentre si ritiene che essi possano essere sufficienti a dare un'idea precisa della concentrazione, essi non sono ritenuti sufficienti a descrivere la forma del mercato.

La prima questione da chiarire è che nell'attuale fase dello sviluppo economico il numero e le dimensioni delle imprese indipendenti non forniscono una nozione precisa né della concentrazione né, tanto meno, delle forme del mercato. I criteri in base ai quali erano possibili i giudizi sulla struttura economica alla fine dello scorso secolo sono oggi ampiamente superati e troppo spesso si è portati a considerare superati teoricamente certi giudizi degli economisti della precedente generazione, mentre il loro superamento è la conseguenza di una mutata realtà economica. In una società nella quale il caso normale era costituito dalla piccola o media impresa individuale, nella quale la domanda determinava l'offerta ed il produttore poteva in misura ridottissima influire sui gusti dell'acquirente, nella quale i bisogni da soddisfare erano costituiti per la maggior parte dai bisogni elementari del vivere quotidiano, nella quale dominava un forte decentramento della popolazione e le classi sociali si muovevano in compartimenti quasi stagni, anche gli aspetti della concentrazione industriale e le stesse forme del mercato erano più semplici ed i loro tratti essenziali risultavano da pochi elementi di giudizio.

Prevaleva alla fine dell'800 l'impresa coincidente con l'unità produttiva ed i termini « azienda » e « stabilimento », nella comune accezione, avevano lo stesso significato. Il caso dell'accentramento di più unità produttive nella stessa azienda era l'eccezione ed essa riguardava un limitato e particolare gruppo di attività produttive.

Uno studio che oggi si limitasse a considerare la concentrazione delle imprese indipendenti lascierebbe senza risposta alcuni quesiti assai importanti ed il quadro che ne risulterebbe sarebbe del tutto incompleto.

Nel capitolo VIII abbiamo esaminato in dettaglio gli aspetti sotto i quali può essere studiata la concentrazione industriale, esamineremo ora in quale misura tali aspetti consentono una migliore conoscenza delle condizioni del mercato.

La concentrazione della produzione nelle unità tecniche, che spesso viene assunta, in mancanza di dati sulle imprese, come sintomo della concentrazione industriale, non ha evidentemente che il significato desumibile dal confronto di dimensioni tecnico-produttive. Dal punto di vista del regime di mercato l'esistenza di molte unità produttive ha di per sé scarso significato. Anche la prevalenza di unità grandi, medie o piccole non è sufficiente per mettere in evidenza una particolare situazione dell'offerta di un determinato prodotto. L'indagine sulla concentrazione delle unità tecniche di produzione ci potrà soltanto fornire la nozione della scala dimensionale in cui ha luogo la produzione in un determinato momento.

Preso a sé questa scala dimensionale ci dice poco, ma nella misura in cui è posta a confronto con altri elementi essa viene ad assumere un significato sempre più importante.

L'accentramento delle unità tecnico-produttive nelle aziende individuali e nelle società, studiato dal punto di vista della distribuzione delle singole unità accentrate e della dimensione delle unità accentrate, mette in evidenza un aspetto rilevante sia della concentrazione industriale sia anche del regime del mercato. Nella misura in cui l'azienda si espande aumentando soltanto le dimensioni dell'unità produttiva da essa posseduta il fenomeno rientra nella normalità dello sviluppo aziendale, ma quando l'ingrandimento dell'azienda si attua con un aumento del numero dei suoi stabilimenti è evidente che tale espansione si connette direttamente al regime di mercato, all'espansione finanziaria dell'azienda, agli ostacoli che l'azienda incontra nel suo irradiazione sul mercato, ai limiti imposti alle economie interne ed esterne dai fattori produttivi e dalla loro combinazione ottima.

Abbiamo già osservato nel capitolo precedente che l'aumento delle unità produttive da parte di un'azienda si connette in molti casi agli ostacoli derivanti dalle distanze fra i centri di produzione ed i mercati locali e che in tali casi la concorrenza si sposta dalle unità aziendali a quelle tecnico-produttive in quanto il contatto diretto con il mercato si effettua attraverso queste ultime. In altri casi la moltiplicazione delle unità produttive da parte di un'azienda può derivare dall'esigenza del rifornimento di materie prime la cui disponibilità localmente è limitata. Non per niente i casi più frequenti di aziende con un numero rilevante di stabilimenti dislocati territorialmente si incontrano nei set-

tori produttivi le cui merci hanno grandi volumi o per i quali le materie prime comportano alti costi di trasporto e sono reperibili in misura insufficiente per l'ampliamento di una unità già esistente.

Se gli accentramenti delle unità produttive nelle aziende hanno un notevole significato sia dal punto di vista dello studio della concentrazione sia da quelle delle forme che può assumere la competizione sul mercato, il confronto fra la concentrazione delle aziende secondo il numero delle unità tecnico-produttive accentrate e la concentrazione delle aziende secondo le loro dimensioni mette in evidenza aspetti indicativi della struttura del gruppo dei produttori. Se, infatti, tutte le unità produttive di un gruppo di industria fossero uguali, le misure della disuguaglianza delle aziende secondo le loro dimensioni e quelle delle stesse aziende secondo il numero delle unità produttive accentrate sarebbero uguali. Se invece le due misure divergono si potrà avere la dimostrazione che gli accentramenti riguardano le unità produttive maggiori o, nel caso estremo, quelle minori, con la conseguenza che le misure calcolate sulle due distribuzioni potranno essere l'una rispetto all'altra maggiore, uguale o minore. Dal punto di vista della forma del mercato, che gli accentramenti riguardino unità produttive di dimensioni diverse o riguardino prevalentemente unità di dimensioni elevate ha un indubbio significato, poiché il potere di mercato dell'azienda non risulta soltanto dalla sua dimensione assoluta o dalla dimensione relativa rispetto alle altre aziende, ma anche, ed in alcuni casi in modo determinante, dalle dimensioni delle unità produttive accentrate.

Il profilo che la struttura di un gruppo di produttori può presentare dal punto di vista ora esaminato assume una importanza che troppo spesso è stata trascurata in tutti i casi in cui sul mercato opera un numero limitato di aziende. L'esistenza di un gruppo limitato di produttori può in alcuni casi determinare le condizioni di un mercato oligopolistico; ma se ad un numero ristretto di produttori corrisponde un numero elevato di unità tecnico-produttive, non può escludersi *a priori* che sul mercato viga un regime di concorrenza assai attiva e che la moltiplicazione delle unità accentrate dalle singole aziende non sia il risultato di un elevato spirito di competizione o di emulazione. Indubbiamente la strategia di mercato è opera delle aziende o, quando queste sono soggette a raggruppamento, dei complessi finanziari che le dominano, ma quando il numero delle unità produttive accentrate è elevato vi sono esigenze di mercato strettamente connesse alle singole unità di produzioni delle quali non si può non tener conto e che spesso imprimono alla politica di mercato un corso che modifica il regime dell'offerta. Specialmente nei casi in cui sussiste un frazionamento terri-

toriale del mercato di un determinato prodotto, gli spostamenti della domanda da una zona di influenza all'altra possono portare ad una attivazione della concorrenza del tutto eccezionale dove questa in precedenza non esisteva. Situazioni monopoloidi possono trasformarsi in concorrenza « al coltello » per una caduta della domanda zonale quando le unità in concorrenza non sono, dal punto di vista operativo del mercato, le aziende ma gli stabilimenti e questi sono dominati dalla costante preoccupazione di vendere tutto ciò che producono. In tal caso l'accentrimento degli stabilimenti nelle aziende oltre a costituire una ripartizione dei rischi di mercato consente una manovrabilità dei prezzi che altrimenti non sarebbe possibile.

Se però gli accentramenti degli stabilimenti nelle aziende arricchiscono le nostre nozioni sulla concentrazione e sulle forme che il mercato può assumere, il confronto fra la concentrazione della produzione negli stabilimenti e quella nelle aziende fornisce, se opportunamente studiata, un altro elemento di fondamentale importanza.

Lo sviluppo tecnico di un settore produttivo e le economie di scala risultano, almeno in gran parte, dall'esame delle dimensioni delle unità tecnico-produttive e la constatazione che un'elevata concentrazione industriale nelle aziende è una diretta conseguenza della necessità di dare dimensioni economiche agli stabilimenti ha una importanza che già altre volte è stata affermata. Il confronto fra la concentrazione della produzione negli stabilimenti e la concentrazione della produzione nelle aziende, tenendo conto per queste ultime di un numero di aziende con produzione nulla pari alla differenza esistente fra il numero degli stabilimenti e quello delle aziende, consente di giudicare di quanto sulla disuguaglianza fra le aziende influisce quella esistente fra gli stabilimenti, mettendo così in evidenza l'importanza del fattore tecnico non soltanto sulla concentrazione, ma anche sulle condizioni del mercato.

È ben nota l'avversione che gran parte dell'opinione pubblica ha dimostrato, ad esempio, negli Stati Uniti ad una applicazione delle leggi antimonopolistiche nei confronti di aziende di grandi dimensioni, con un numero elevato di stabilimenti sparsi in tutto il paese, in tutti i casi in cui, a torto o a ragione, si riteneva che le grandi dimensioni dell'impresa fossero una conseguenza di cause prevalentemente tecnico-produttive e specialmente delle dimensioni ottime *pro tempore* degli stabilimenti. Pertanto, un giudizio sulle relazioni esistenti fra la concentrazione della produzione negli stabilimenti e quella esistente nelle aziende ha una grande importanza soprattutto per distinguere nettamente l'influenza che su quest'ultima esercitano le dimensioni delle unità tecniche-produttive e le tendenze agli accentramenti.

Abbiamo sin qui esaminato la concentrazione degli stabilimenti e delle aziende, ed abbiamo cercato di mettere in luce gli elementi che se ne possono desumere al fine di individuare l'influenza che essa esercita sulle forme del mercato, ma un ulteriore passo in avanti nello studio della struttura di un gruppo di produttori ci è fornito esaminando la formazione dei complessi aziendali formati dall'accentramento di più aziende. È evidente che il potere del mercato, nella misura in cui dipende da ragioni strutturali, risulta in definitiva soltanto tenendo conto delle imprese che agiscono sul mercato in assoluta indipendenza.

Qui gli accentramenti delle aziende nei complessi superaziendali non trovano ragione in motivi di ordine tecnico-produttivo e tale ragione va ricercata nella gran prevalenza dei casi in moventi di natura economico-finanziaria e soprattutto nella spinta al dominio del mercato da parte delle imprese maggiori.

Le distribuzioni delle imprese indipendenti (cioè di quelle che il Cournot definisce come operanti sul mercato *per conto proprio*) secondo il numero delle aziende e degli stabilimenti accentrati, mettono in evidenza condizioni strutturali del tutto particolari dei diversi settori produttivi che possono esercitare influenze notevoli sul regime del mercato. Dall'analisi poi delle variazioni della concentrazione, tenendo conto della diffusione, nel passaggio dalla distribuzione degli stabilimenti a quella delle aziende ed a quella delle imprese indipendenti, risultano dati caratteristici ed indicativi dell'influsso che sulle condizioni del mercato hanno i fattori tecnico-produttivi, economici e finanziari.

Dagli elementi che si possono desumere dalla struttura produttiva di un gruppo di imprese in un determinato momento non risulta evidentemente definita la forma del mercato nel quale le imprese operano, ma vengono alla luce i fattori tecnico-produttivi ed economico-finanziari che condizionano il regime dell'offerta individuale delle singole imprese ed i rapporti reciproci esistenti fra le imprese stesse.

Abbiamo sin qui esaminato in astratto le relazioni esistenti fra gli elementi connessi alla struttura di un gruppo di produttori e quelli relativi alle forme del mercato, senza peraltro entrare nel merito della corrispondenza possibile, o più o meno opinabile, fra determinati elementi strutturali e determinate forme di mercato. Dal nostro punto di vista una ricerca di tali relazioni non può conseguire che da un esame empirico dei singoli casi, e pertanto ci riserviamo di tornare sull'argomento soltanto dopo aver studiato, a titolo di esempio, alcuni gruppi di industrie.

La struttura di un gruppo di produttori in un determinato momento fornisce però soltanto alcuni elementi di giudizio, mentre le modifica-

zioni che il gruppo di produttori subisce attraverso il tempo possono mettere in evidenza particolari aspetti connessi alle forme ed alle trasformazioni del mercato.

Nella prima parte di questo lavoro abbiamo messo in evidenza la notevole confusione di idee esistente nella letteratura fra i concetti di concentrazione in senso statico ed in senso dinamico e quella completa mancanza di orientamento nel giudicare sulle variazioni della concentrazione nel tempo che faceva dire al Galbraith « Rispetto a questo ultimo punto gli argomenti sono invero molto dubbi » (2). Purtroppo la confusione fra « condizioni o forme del mercato » e « processi di trasformazione dei regimi di mercato » non è minore di quella fra concentrazione in senso statico ed in senso dinamico.

Che nella misura in cui si trasforma la struttura di un gruppo di produttori si possano trasformare anche le condizioni generali dell'offerta è nozione che si incontra frequentemente in non pochi autori, specialmente della passata generazione, ed a tal riguardo ci sia consentito di citare un brano significativo, che traiamo dal Bresciani-Turroni, sulle modalità di trasformazione di un mercato da concorrenziale ad oligopolistico e monopolistico: « Sussistono - scriveva questo autore - condizioni di concorrenza perfetta quando non solo non ci sono ostacoli di fatto o legali alla mobilità dei fattori e in generale all'azione del « meccanismo del mercato », ma anche il numero delle imprese è così grande e le loro dimensioni così uniformi che nessuna di esse, per quanto aumenti o contragga la propria produzione, è in grado di influire sensibilmente sul prezzo della merce, o su quello dei fattori di produzione. Orbene in realtà spesso questo stato di cose non sussiste. Lo stesso processo di estensione dell'impresa, che per abbassare i costi è indotta ad assumere le « dimensioni ottime », ha per conseguenza la diminuzione del numero delle imprese in certe branche di industria, cosicché non è più vero che ciascuna impresa contribuisce soltanto per una parte minima della produzione complessiva e non possa, pertanto, influire sul prezzo. In taluni casi il numero delle imprese è bensì grande, ma in una sola o in poche tra esse si concentra una parte notevole della produzione. Talora un'impresa (o un gruppo di imprese associate) è in grado di esercitare un vero e proprio monopolio » (3).

La questione essenziale, però secondo il nostro modesto avviso, non è costituita tanto dal riconoscimento puro e semplice che le modifica-

(2) J. K. GALBRAITH: *Il capitalismo americano - Il concetto di potere di equilibrio*, pag. 47, Milano, 1955.

(3) C. BRESCIANI-TURRONI: *Corso di economia politica*, Vol. II, pag. 414, Milano, 1951.

zioni della struttura di un gruppo di produttori, possano implicare il passaggio da una ad un'altra forma di mercato, quanto piuttosto dalla individuazione delle reciproche relazioni che nella dinamica si vengono ad instaurare fra le trasformazioni strutturali di un gruppo di produttori ed i regimi di mercato.

Cominceremo con il distinguere due aspetti delle possibilità di indagine che si possono presentare dal punto di vista dell'analisi dei fenomeni studiati.

Le ricerche rivolte a precisare i processi di concentrazione ai quali è soggetto un gruppo di produttori mettono in luce le modalità attraverso le quali storicamente si è determinata una certa struttura del gruppo. Le distribuzioni delle unità produttive, delle aziende, delle imprese indipendenti, gli accentramenti delle unità produttive nelle aziende e delle aziende nei complessi superaziendali in un determinato momento sono il risultato di un insieme di modificazioni alle quali è soggetto il gruppo dei produttori esistente all'inizio di un certo periodo. Soltanto attraverso tale indagine si possono via via individuare le cause che hanno provocato la trasformazione delle distribuzioni. Fino a quando non siamo in condizione di conoscere nel dettaglio come da certe distribuzioni si è pervenuti a distribuzioni diverse, la possibilità di indagare sul perché di tali trasformazioni ci è nella maggior parte dei casi preclusa. Il punto di partenza per l'individuazione delle cause deve anche qui, come sempre nella ricerca scientifica, essere costituito dall'individuazione dei fenomeni e, possibilmente, dalla loro misura.

Le notizie raccolte attraverso queste ricerche sulla concentrazione dinamica consentono di chiarire l'influsso, anche lontano, che la struttura di un gruppo di imprese può avere sulla forma del mercato esistente in un certo momento.

Le variazioni del progresso tecnico, risultanti dall'analisi delle dimensioni che gli stabilimenti assumono attraverso il tempo, le variazioni negli accentramenti degli stabilimenti nelle aziende, i processi di estinzione e di aggregazione di nuove unità produttive, di aziende o di complessi aziendali, le modificazioni intervenute nella divergenza fra concentrazione nelle unità produttive e nelle aziende o nelle imprese indipendenti, si possono presentare come cause (o come effetti) di profonde trasformazioni del regime di mercato, fornendo la spiegazione di molte circostanze che altrimenti non troverebbero una ragione plausibile e che sarebbe del tutto inutile ricercare, come spesso si è fatto, in fenomeni diversi.

In altri termini, un primo risultato dell'analisi della concentrazione dinamica può essere quello di fornire la spiegazione delle condizioni

strutturali che condizionano in un certo momento il regime di mercato. Un secondo risultato, non meno importante, può essere invece quello di mettere in evidenza le trasformazioni che le forme del mercato possono subire. Fino ad oggi, in sostanza, gli aspetti che hanno maggiormente interessato gli economisti sono quelli relativi all'aumento o alla diminuzione del numero delle imprese ed alle variazioni dimensionali subite dalle imprese stesse attraverso il tempo. Ma questo non è tutto. Se si considerano le forme del mercato come una confluenza di elementi concorrenziali e di pratiche monopolistiche, il passaggio da una forma all'altra ha luogo per gradi impercettibili che le variazioni delle dimensioni del numero dei produttori non possono mettere in evidenza. Il processo di passaggio dal polipolio all'oligopolio, inteso come passaggio da un regime di concorrenza, più o meno attiva o più o meno perfetta, ad un regime di mercato controllato da un limitato gruppo di produttori può indubbiamente aver luogo per un fatto improvviso, come potrebbe essere la fusione di un numero elevato di piccole, medie o grandi imprese in una sola, ma nella maggior parte dei casi tale processo si determina attraverso ampliamenti di unità produttive, attraverso accentramenti lenti e faticosi, attraverso lotte di mercato che incidono profondamente sulla struttura del gruppo, attraverso la morte violenta delle imprese più deboli o, ancora, attraverso il sorgere di imprese nuove, libere da vincoli con il passato e pronte ad imporsi sul mercato con ogni mezzo. Tutti questi fatti, singolarmente presi e nel loro insieme, sono registrati nella loro successione cronologica dall'analisi dinamica sulla struttura del gruppo di imprese e mettono in luce il progressivo modificarsi del regime di mercato.

Come già abbiamo detto, ma va ripetuto a scanso di equivoci, non v'è dubbio che modificazioni della struttura del mercato possano avere luogo anche per cause diverse da quelle connesse alla dinamica della concentrazione industriale vista nei suoi diversi aspetti, ma ciò che appare indispensabile, prima di far ricorso ad altre cause per spiegare le ragioni per le quali da un regime di mercato si passa ad un altro regime, è di accertare, magari per escluderle, le possibili cause insite nelle modificazioni strutturali del gruppo.

La signora Robinson rilevava, con evidenti scopi polemici, giustificati del resto fino ad un certo punto, che gli « Economisti, mal guidati dalla priorità logica della concorrenza perfetta nei loro schemi, ...se trovano nel mondo reale qualche fenomeno... che discorda con l'ammissione della concorrenza perfetta, sono inclini a considerare spiegazioni complicate, prima che si presenti alla loro mente la semplice spiegazione che il mondo reale non corrisponde all'ammissione della con-

correnza perfetta » (4). Parafrasando questa affermazione si può dire, rivolgendosi questa volta agli economisti dell'ultima generazione, che prima di ricercare certe spiegazioni complicate di alcuni fenomeni, forse gioverebbe introdurre nella loro *box of tools* anche l'analisi strutturale dei gruppi di industria, se non altro al fine di evitare che gli strumenti analitici da loro usati restino a mezz'aria fra la ricerca astratta e la realtà economica, con il solo risultato che a domande concrete, e la signora Robinson ce ne dà un esempio, non si possono che dare risposte astratte e che la soluzione di questioni astratte venga ricercata sostanzialmente nei fatti concreti.

Nonostante che nel presente capitolo avrebbe dovuto trovare posto anche l'analisi delle relazioni fra i processi di rinnovo e di estinzione di un gruppo di produttori ed i regimi di mercato, riteniamo di dover dedicare all'argomento un capitolo a sé stante in quanto dall'esame di tale problema vengono alla luce in modo lampante le deficienze delle indagini sui regimi di mercato compiute senza un'adeguata conoscenza della struttura produttiva e delle modificazioni da essa subita.

(4) J. ROBINSON: *The Economics of Imperfect Competition*, pp. 3-4, London, 1933.

CAPITOLO XIII.

LA « LIBERTÀ DI ACCESSO » ED I PROCESSI DI RINNOVO E DI ESTINZIONE DELLE IMPRESE

Il problema della così detta « libertà di accesso » o, per essere più precisi e non trascurare il fenomeno di insieme, dei processi di rinnovo e di estinzione, che si verificano in un gruppo di imprese, è indubbiamente connesso alla dinamica e non alla statica di tutti i fenomeni che per qualche riflesso sono influenzati dalla comparsa o dalla scomparsa degli operatori in un mercato. Che, correttamente, la questione debba esser posta in tali termini appare del tutto evidente non appena si tenga conto che l'elemento tempo è di importanza fondamentale, tanto che nessun riferimento all'entrata e all'uscita delle imprese in o da un gruppo è possibile senza una precisa datazione dei termini della collettività considerata e di ogni misura che abbia riferimento ai singoli termini o alla collettività nel suo insieme. Oltre che dal riferimento temporale, la natura dinamica dei fenomeni connessi ai processi di rinnovo e di estinzione di un gruppo di imprese discende anche dal nesso di causalità che lega tali processi alle trasformazioni alle quali è soggetta la collettività nel suo insieme. Possiamo infatti configurare il nostro modello esplicativo della struttura di una collettività esistente in un certo momento come la sintesi di tre processi distinti e cioè: 1) degli accessi di nuovi termini; 2) dell'estinzione di vecchi termini; 3) delle variazioni subite nell'intervallo di tempo dai termini presenti all'inizio ed a fine periodo.

L'analogia di tale modello con il modello dinamico di una popolazione è del tutto evidente e la sola differenza che distingue l'uno dall'altro è che il fattore tempo in una popolazione determina anche la misura di alcune componenti, mentre per una collettività di imprese le variazioni dei termini sono funzioni nel tempo di fattori diversi.

Infatti per una popolazione gli accessi (nati) inizialmente presentano una intensità di carattere (età) nulla e l'aumento di intensità del carattere è funzione del tempo, così per il complesso della popolazione l'invecchiamento di ogni termine è funzione del tempo e soltanto per il processo di estinzione (mortalità) le eliminazioni sono funzioni nel tempo delle cause di estinzione nelle diverse età.

Per una collettività di imprese, invece, all'entrata i termini assumono una qualche dimensione che non è determinata e su tale dimensione che si modifica nel tempo influiscono fattori contingenti indipendenti dall'elemento temporale, così anche le variazioni subite nel tempo dai termini della collettività non sono funzioni del solo tempo, come per una popolazione, ed all'uscita le eliminazioni che si verificano riguardano termini le cui dimensioni sono indipendenti dal tempo di appartenenza alla collettività.

Questa analogia fra i modelli descrittivi della struttura di una popolazione e di una collettività di imprese affiora talvolta nella letteratura economica a titolo puramente esemplificativo (1), ma in sostanza il problema della dinamica della collettività viene aggirato al fine di inserire le questioni connesse alla libertà di accesso nel quadro dell'analisi statica dell'equilibrio parziale del mercato.

Inutilmente quindi si cercherebbe anche nell'analisi economica più moderna qualche preciso riferimento alle relazioni, che tuttavia non si possono escludere, fra le variazioni che la struttura di un gruppo di imprese subisce per effetto degli accessi e degli esodi e le trasformazioni che subiscono le forme del mercato.

Il modo però con il quale il problema è stato affrontato ci interessa sotto vari punti di vista, ma particolarmente per le conclusioni alle quali sono pervenuti alcuni autori e per le conseguenze che tali conclusioni, se accettate, potrebbero avere sulla ricerca induttiva.

Che il problema della così detta « libertà di accesso » sia stato trattato in modo insoddisfacente lo notava già cinque lustri or sono il Triffin con una frase che, se non fosse vera, sarebbe davvero irraguardosa per tutti gli economisti di questa e della precedente generazione. « Il modo tradizionale - scriveva questo Autore - con il quale è trattato il problema è poco più di una caricatura » ed aggiungeva subito una serie di chiarimenti che sintetizzano il suo pensiero, ma che destano le più vive perplessità: « La dicotomia convenzionale fra entrata chiusa ed aperta perpetua in questa parte della teoria del valore la frattura

(1) J. K. GALBRAITH: *Il capitalismo americano - Il concetto di potere di equilibrio*, pag. 43.

artificiale che la (teoria della) concorrenza monopolistica ha cercato, in altri campi di colmare gettando un ponte. L'accesso libero e l'accesso chiuso sono, come la concorrenza pura ed il monopolio puro, soltanto gli estremi fra i quali stanno i casi attuali del mondo reale. In aggiunta, l'argomento è oscurato dalla stretta associazione della teoria dell'entrata con il problema dei profitti e con il concetto screditato di gruppo » (2).

Purtroppo la premessa, l'impostazione e, come vedremo in seguito, anche la conclusione del Triffin sono fra di loro in un insanabile contrasto ed in perfetta antitesi, ma ciò non toglie che il brano citato è di per sé significativo per gli interrogativi che esso solleva. È anzitutto esatto parlare di una « dicotomia » fra entrata chiusa e entrata aperta? La teoria, se di teoria si può parlare, della libertà di accesso e di esodo fa veramente parte della teoria del valore e, se ne fa parte, quale suo aspetto rientra in quest'ultima teoria? l'analisi astratta e la ricerca empirica hanno fra di loro un punto di contatto? può prescindere, in teoria e nel concreto, l'analisi della libertà di accesso e di esodo delle imprese dalla teoria del profitto e soprattutto dal « concetto screditato di gruppo? ».

Questi interrogativi si connettono più o meno tutti all'oggetto delle nostre ricerche e soltanto quello relativo all'appartenenza dell'argomento « accesso aperto o chiuso » alla teoria del valore esula dalla nostra specifica trattazione. Ma poiché, proprio da tale questione, hanno origine, secondo noi, tutti i malintesi, è giocoforza cominciare l'esame proprio da tale problema.

Nella teoria economica il problema della libertà di accesso e di esodo delle imprese è stato affrontato con due impostazioni nettamente distinte. La prima, quella che per brevità chiameremo tradizionale, considera l'accesso chiuso o aperto come conseguenza dell'equilibrio parziale fra domanda ed offerta; la seconda, che risale alla scuola del Chamberlin e si è sviluppata nell'ultimo trentennio, assume la libertà di accesso o di esodo come un elemento connesso alla determinazione dell'equilibrio ed in quanto tale rientrante nella teoria del valore.

Tale diversità di impostazioni, come vedremo meglio in seguito, comporta tutta una serie di implicazioni che a loro volta si riflettono non soltanto sulla teoria astratta della concorrenza e del monopolio, ma direttamente sull'analisi empirica delle forme del mercato.

(2) R. TRIFFIN: *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory*, pag. 117.

L'impostazione tradizionale, che risale al Marshall ed al Pareto e non è sostanzialmente diversa per lo Sraffa e per la signora Robinson, muove dalla considerazione che in condizioni di equilibrio della domanda e dell'offerta non vi è, in un regime competitivo, entrata o uscita delle imprese. Sicché, in sostanza, gli accessi e gli esodi sono conseguenza della rottura di una situazione di equilibrio del mercato, il che non esclude tuttavia che qualche entrata o qualche uscita si possa egualmente verificare in quanto, come diceva il Marshall, al quale l'aspetto concreto ed umano dei fenomeni economici non sfuggiva mai, « la natura preme sull'azienda privata, limitando la durata della vita dei suoi fondatori originari, e limitando ancor più strettamente quella parte della loro vita nella quale le loro facoltà conservano il pieno vigore » (3).

Alla base della visione tradizionale del problema sta la ovvia constatazione che « i produttori si volgono alle industrie che danno utili e si ritirano dalle industrie da cui risultano perdite » (4) e da qui il passo non era lungo per arrivare all'ammissione che gli extraprofiti di monopolio accelerano i processi di entrata in nuove imprese, motivo per cui le posizioni di monopolio o comunque gli alti profitti sono continuamente insidiati dai rischi derivanti « dall'invasione di nuovi e potenti rivali » (5).

Lo stesso Sraffa non vedeva il problema della libertà di accesso delle imprese in modo sostanzialmente diverso quando affermava che l'ostacolo preminente all'entrata sarebbe costituito dalle « forti spese occorrenti per formarsi una base in un'industria in cui le ditte esistenti hanno un solido avviamento, spese che possono spesso superare il valore capitale dei profitti ottenibili;... quell'elemento (*l'entrata di nuove imprese*) può acquistare importanza solo quando i profitti monopolistici in un'industria siano considerevolmente superiori al livello normale dei profitti generali delle industrie » (6).

I cardini sui quali poggiava l'analisi tradizionale della libertà di accesso e di esodo delle imprese erano in conclusione due: il profitto di impresa e la nozione di industria. Infatti l'entrata e l'uscita è sempre riferita ad un mercato, cioè ad un gruppo di imprese concorrenti fra di loro, mentre i profitti o le perdite delle imprese del gruppo regolano l'accesso o l'esodo dei concorrenti.

(3) A. MARSHALL: *Principi di economia*, cit., pag. 301.

(4) V. PARETO: *Cours d'économie politique*, Losanna, 1896-97 (Trad. italiana, Torino, 1961, pag. 49, n. 87).

(5) A. MARSHALL: *op. cit.*, pag. 555.

(6) P. SRAFFA: « The Laws of Returns under Competitive Condition », in: *Economic Journal*, dicembre 1926 (trad. it. « Nuova collana di economisti », U.T.E.T., Torino 1937, Vol. IV).

La signora Robinson, pur criticando il peso che si è voluto dare al profitto, come regolatore dei movimenti di rinnovo e di estinzione che si verificano in un'industria (« Un aumento della domanda di un prodotto attrae nuovi imprenditori nell'industria direttamente, aprendo nuove possibilità di investimenti redditizi, piuttosto che indirettamente, facendo venir loro l'acquolina in bocca alla vista degli alti profitti delle imprese esistenti ») (7) resta, nella sostanza, ancorata all'impostazione tradizionale, secondo la quale « Un'industria si dirà in *pieno equilibrio* se non vi è tendenza del numero delle imprese a variare. Il profitto guadagnato dalle imprese sarà quello normale » (8).

Ma sulla questione dei profitti la signora Robinson è tornata successivamente considerando il problema da un altro punto di vista e cioè da quello degli effetti dell'entrata delle imprese sui profitti. « Se i profitti – scriveva l'Autrice – sono più che normali in una certa industria un numero di nuovi imprenditori (nulla conoscendo dell'azione degli altri) entra negli affari. Con tale nuova concorrenza i profitti attuali vengono depressi sotto al livello che ha tentato i nuovi imprenditori e l'equilibrio perciò oscilla... Similmente, se il profitto cade sotto un livello più basso del normale, primo uno poi un altro imprenditore decide di abbandonare la lotta, ed il profitto per quelli che rimangono cresce gradualmente... Tale modo di considerare le cose risulta ovviamente non realistico se abbiamo a che fare con lunghi movimenti irregolari della domanda. Ma se la domanda si espande e si contrae continuamente è plausibile supporre che le imprese entrino o lascino l'industria una ad una » (9).

Quest'ultima riconsiderazione del problema delle interazioni fra profitto ed accesso ed esodo delle imprese, in un equilibrio instabile, va ascritta a merito della signora Robinson, che in tal modo viene a riconoscere la natura dinamica delle variazioni alle quali è soggetta la consistenza di un gruppo di imprese costituenti un'industria, anche se tale riconoscimento si ferma ad una semplice constatazione di fatto.

La posizione originaria del Chamberlin, quale appariva nelle prime edizioni della *Theory of Monopolistic Competition* (1933) non era sostanzialmente diversa da quella tradizionale e soltanto con gli studi posteriori, subendo in seguito anche l'indubbia influenza del Triffin, il Chamberlin sottopose ad un riesame il problema dell'accesso delle im-

(7) J. ROBINSON: *The Economics of Imperfect Competition*, pag. 92.

(8) J. ROBINSON: *ibidem*, pag. 93.

(9) J. ROBINSON: « What is perfect competition? », in: *The Quarterly Journal of Economics*, novembre 1934.

prese alla luce di una più rigida aderenza alla teoria della concorrenza monopolistica.

Nella prima impostazione infatti l'influenza della differenziazione dei prodotti sull'accesso ed esodo delle imprese è ancora vista in funzione di un « gruppo » di produttori ed il « profitto normale » giuoca ancora un ruolo non trascurabile.

« La differenziazione dei prodotti – scriveva il Chamberlin – non è, per così dire, uniformemente localizzata; essa non è distribuita in modo omogeneo fra tutti i prodotti che sono raggruppati insieme. Ciascuno ha la sua propria individualità e la dimensione del suo mercato dipende dalla forza di preferenza che esso provoca sulle altre varietà. Se una media di alti profitti induce nuovi concorrenti ad invadere il settore, i mercati dei diversi produttori già esistenti non possono essere loro disputati con uguale facilità. Alcuni saranno forzati a cedere terreno, ma non abbastanza perché i loro profitti siano ridotti sotto il minimo necessario al proseguimento dei loro affari. Altri possono vedere ridotti i loro profitti a tale minimo, e altri ancora possono essere forzati ad abbandonare gli affari perché non esiste o non può essere creata che una debole domanda per le loro varietà particolari di prodotti. Altri produttori ancora, protetti da un pregiudizio tenace a loro favore, possono conservare virtualmente le loro posizioni intatte e nonostante l'invasione del settore generale i loro profitti di monopolio sono fuori portata della concorrenza » (10).

Nonostante la differenziazione dei prodotti e le sue implicazioni, tuttavia nella sua prima impostazione il Chamberlin ammette che « gli extra profitti attirano nuovi concorrenti nel settore, con il risultato di uno spostamento delle curve di domanda e forse delle curve dei costi » (11) e « Nella misura in cui i profitti sono più elevati del livello concorrenziale del settore nel suo insieme o di una delle sue parti, nuovi concorrenti penetreranno nel settore, se ciò è possibile, riducendo i profitti » (12).

Il tentativo del Chamberlin di inserire in tal modo la libertà di accesso e di esodo delle imprese nella teoria del valore, tentativo che trova rispondenza in quello successivo della signora Robinson, dianzi citato, non ha trovato consenziente il Triffin per il quale abbandonata « la vecchia connessione fra entrata e concetto di gruppo ...diventa necessario reinterpretare la nozione di libertà di accesso esclusivamente in

(10) E. H. CHAMBERLIN: *The Theory of Monopolistic Competition*, pag. 82.

(11) E. H. CHAMBERLIN: *ibidem*, pagg. 83-84.

(12) E. H. CHAMBERLIN: *ibidem*, pag. 113.

termini di imprese, con esclusione dei "gruppi", delle "industrie" o dei "settori" » (13).

L'accesso e l'esodo delle imprese, concepito come elemento di perturbazione del profitto normale, si inseriva nella teoria dell'equilibrio come una delle cause di transizione, ora a destra ora a sinistra, delle curve di domanda. Raggiunto però il nuovo equilibrio gli effetti delle entrate e delle uscite cessano di influire sulla determinazione del valore.

Una simile visione del problema dell'accesso ed esodo delle imprese rappresentava un evidente imbarazzo per la teoria della concorrenza monopolistica, il cui scopo era di fornire una risposta globale ai problemi dell'equilibrio del mercato.

Già nel suo articolo del 1937, inserito poi nella V edizione (1946) della *Theory of Monopolistic Competition*, il Chamberlin riesaminava la sua precedente impostazione cercando di escludere dal giuoco l'elemento di perturbazione, osservando che « In condizioni di concorrenza monopolistica, perciò, vi può essere soltanto libertà di accesso nel senso di una libertà di produrre surrogati, ed in questo senso la libertà di accesso è universale, perché i surrogati sono interamente questione di grado » (14). In tal modo, per i prodotti differenziati, la libertà di accesso risultava esclusa ed i suoi effetti venivano risolti sul piano della concorrenza fra surrogati, il che faceva dire al Triffin che la impostazione quale appare nel Chamberlin è un *cocktail* misto in cui l'entrata nel gruppo è chiusa, così che l'equilibrio è compatibile con qualsiasi ammontare di profitto, ma il gruppo è aperto dal lato dell'uscita, così che l'equilibrio richiede che le imprese riescano a coprire i loro costi (15).

Per uscire dalle difficoltà che siamo venuti esaminando, il Triffin ha cercato una soluzione ponendo, diciamo così, in parallelo la libertà di accesso e di esodo con la sua analisi del mercato fondata sull'elasticità incrociata. Se infatti si ammette con il Triffin che la forma del mercato è determinata dal valore che assume

$$\frac{p_j \delta q_i}{q_i \delta p_j}$$

dove i e j indicano due imprese, l'accesso e l'esodo dell'impresa j influisce sull'impresa i in modo diverso a seconda che l'elasticità incrociata è uguale a zero (monopolio), ha un valore finito (concorrenza eterogenea) o un valore indefinito (concorrenza omogenea). Al limite, se

(13) R. TRIFFIN: *op. cit.*, pag. 162.

(14) E. H. CHAMBERLIN: « Monopolistic of Imperfect Competition », in: *Quarterly Journal of Economics*, agosto, 1937.

(15) R. TRIFFIN: *op. cit.*, pag. 22.

l'elasticità è zero, la comparsa o la scomparsa dell'impresa j lascerà completamente indifferente l'impresa i , ma, osserva il Triffin, « in generale, l'impresa i deve tener conto degli effetti sui suoi profitti della possibile comparsa o scomparsa di altre imprese j , in concorrenza omogenea o eterogenea » e pertanto « La possibilità di produrre una merce identica, ma ad un costo che può essere superiore, può definirsi *entrata omogenea* e la libertà di produrre surrogati imperfetti si dirà *entrata eterogenea* » (16).

Impostato così il problema, con una trasposizione che potrebbe definirsi *ex ante* del problema dell'accesso e dell'esodo delle imprese, il Triffin passa a considerare il comportamento dell'impresa i di fronte alla possibilità di accesso dell'impresa j nel senso che « ogni venditore avrà un grande interesse ad ostacolare, se possibile, la comparsa di un concorrente che venda un prodotto simile al suo ed in maggior concorrenza con quello degli altri venditori. L'oligopolio nell'accesso è quindi inestricabilmente misto con le relazioni oligopolistiche fra i concorrenti attuali, poiché l'escludere completamente dal settore i rivali - con la concorrenza spietata - può costituire un obiettivo frequente dell'oligopolio » (17).

L'accesso e l'esodo delle imprese sarebbe, secondo il Triffin, regolato molto di più dai prezzi che non dai profitti, ma non nel senso che i prezzi alti inducono nuove imprese ad entrare negli affari ed i prezzi bassi sospingono imprese esistenti a desistere dalla loro attività, ma nell'altro senso che le imprese esistenti regolano i prezzi in modo da ostacolare e scoraggiare la concorrenza dei nuovi venuti. Questo è l'esatto significato della relazione che il Triffin istaura fra oligopolio ed accesso.

Ma l'analisi così condotta risulta condizionata dalla differenziazione dei prodotti e dal grado di isolamento dell'impresa i rispetto alle possibili concorrenti j ed in definitiva, possiamo aggiungere, dalle presunte elasticità incrociate per l'impresa i esistente e l'impresa j ancora da costituire.

Il Triffin, rendendosi conto del vicolo cieco nel quale la sua analisi lo conduceva, concludeva con una constatazione piuttosto sconcertante: « L'entrata libera, l'entrata omogenea, l'entrata eterogenea, l'entrata chiusa, si riferiscono tutte a rapporti empirici, accertati o presunti, fra le imprese... Quale tipo di entrata prevalga in ciascun caso particolare è da accertare e da "spiegare" con un'indagine dei fatti. Il ragiona-

(16) R. TRIFFIN: *op. cit.*, pagg. 119-120.

(17) R. TRIFFIN: *op. cit.*, pagg. 121-122.

mento analitico è privo di potere per dedurre la risposta da presupposti generali, universalmente validi » (18).

La conclusione è in pratica una dichiarazione di fallimento del tentativo di inserire la libertà di accesso nella teoria del valore, non solo, ma è la riprova che tutta la costruzione analitica sul presupposto della concorrenza monopolistica resta a mezza strada fra la teoria astratta del valore e la ricerca empirica sulle forme del mercato.

Rinviando alla ricerca empirica la determinazione del « tipo » di accesso aperto o chiuso, rientra dalla finestra ciò che il Triffin aveva cercato di far uscire dalla porta e cioè « lo screditato concetto di gruppo » del quale, come egli stesso riconosce (pag. 88), la ricerca empirica non può far a meno. Né agli effetti dell'inserimento della « teoria » della libertà di accesso nell'analisi dell'equilibrio è servita la trasposizione dei termini del problema nel quadro della politica oligopolistica nel senso che, come dice il Chamberlin, « il desiderio di non rendere il campo di attività in questione così attraente da invogliare gli altri ad entrarvi, può essere, e spesso è, una gran forza per mantenere i prezzi ad un livello al quale si ritraggono soltanto profitti minimi o poco più che minimi » (19).

Vedremo in seguito le conseguenze che ha avuto sulla ricerca empirica l'impostazione del Triffin e del Chamberlin, per ora cerchiamo di trarre dall'esposizione fatta le conclusioni sull'inserimento dei processi di accesso e di esodo delle imprese nella teoria dell'equilibrio. La natura tipicamente dinamica di tali processi esclude che essi possano rientrare nella teoria dell'equilibrio intesa in senso marshalliano. Gli accessi e gli esodi delle imprese, in quanto suscettibili di modificare le curve di domanda e, nella maggior parte dei casi anche le curve dei costi, attengono alla dinamica delle curve di domanda e di offerta e non al loro equilibrio e quindi sotto questo punto di vista tutta l'analisi del problema dell'accesso ed esodo va riesaminata sotto un diverso punto di vista. Evidentemente non è questo il luogo per soffermarsi sul problema così formulato, tanto più che a noi esso interessa più che altro per i riflessi che le impostazioni esaminate hanno sulla ricerca empirica. Ciò che però rimane assodato è che nella teoria del valore quale è concepita dal Chamberlin e dal Triffin non vi è posto per l'inserimento del numero dei concorrenti considerato come una *variabile* e non come un *dato* e che, nonostante tutti gli artifici, a meno di considerare tutti i produttori (venditori) come completamente isolati, anche l'inserimento della libertà di accesso come puro elemento prospettico, rien-

(18) R. TRIFFIN: *op. cit.*, pag. 123.

(19) E. H. CHAMBERLIN: *Verso una più generale teoria del valore*, pag. 58.

trante nel calcolo economico di massimizzazione del profitto nel caso di concorrenza eterogenea, non elimina la necessità di riferimento al « gruppo » ed alla nozione di profitto.

La dimostrazione della verità di quanto testé considerato si può ricavare dalle ricerche induttive che si ricollegano direttamente all'analisi del Chamberlin e del Triffin. L'esempio più evidente può essere tratto da due studi del Bain (20) e particolarmente dal secondo studio relativo alle relazioni fra economie di scala, concentrazione e condizioni di accesso in venti industrie. Per il Bain il problema della libertà di accesso si pone, come per il Triffin, in termini di *concorrenza potenziale* intesa come « disposizione di nuove imprese ad entrare nell'industria ».

La premessa dell'indagine del Bain, relativamente alla libertà di accesso, è che « Se uno stabilimento o ditta deve fornire soltanto una trascurabile frazione della produzione di un'industria per essere ragionevolmente efficiente, le economie di scala non dissuadono dall'entrata (testualmente: *no deterrent to entry*) che per le necessità di capitale assoluto », con la conseguenza che per determinare la concorrenza potenziale che interessa la strategia del mercato, è sufficiente determinare le dimensioni minime per conseguire una « ragionevole efficienza » ed il costo di impianto relativo.

Evidentemente qui non interessa sottoporre a critica dal punto di vista metodologico l'indagine del Bain, interessa invece prendere atto che oggetto dell'indagine è un certo numero di industrie (senza nemmeno quel minimo di accorgimento di riclassificazione che la differenziazione dei prodotti suggerirebbe). Se infatti si può ammettere una omogeneità dal punto di vista qualitativo (non territoriale) per i prodotti dei mulini, dei cementifici, delle acciaierie, delle fonderie di prima fusione del rame, ecc., tale omogeneità non può riconoscersi per la produzione automobilistica, delle penne stilografiche, dei saponi, dei liquori, ecc.

Fatto si è che appena si traggono le conseguenze dell'impossibilità, attraverso l'analisi astratta, di inquadrare il problema della libertà di accesso ed esodo nella teoria del valore e, seguendo il consiglio del Triffin, ci si rivolge alla realtà economica per trarre qualche insegnamento o precisazione, non rimane che usare gli strumenti concettuali che all'indagine induttiva sono congeniali ed indispensabili e fra questi in primo luogo la nozione di « industria » o meglio di « gruppo ».

(20) S. J. BAIN: « Condition of Entry and the Emergence of Monopoly », in: *Monopoly and Competition and their Regulation*, E. H. Chamberlin ed. Londra 1954; « Economics of Scale, Concentration, and the Condition of Entry in Twenty Manufacturing Industries », in: *The American Economic Review*, marzo 1954.

Il divorzio fra l'analisi teorica della concorrenza monopolistica e la ricerca empirica non può essere più totale ed il dilemma che si pone è forse il più drammatico che si sia posto ad una teoria economica da quando l'economia è assunta a scienza: o accettare la concorrenza monopolistica come teoria generale e rinunciare definitivamente ad ogni tentativo di conoscere la realtà economica attraverso la ricerca induttiva o ricavare dalla concorrenza monopolistica quel tanto che essa può fornire di nozioni utili per la ricerca empirica, rifiutando ad essa la qualifica di teoria.

Fra i due corni del dilemma non abbiamo dubbi nella scelta.

Veniamo ora alla questione che il Triffin pone nei termini di una « dicotomia » fra entrata chiusa ed entrata aperta, dicotomia parallela a quella fra concorrenza pura e monopolio. Evidentemente, posto il problema nei termini dei riflessi della *possibilità di accesso* dell'impresa *j* sulla strategia di mercato dell'impresa *i*, l'uscita di un'impresa in concorrenza omogenea o eterogenea entra per modo di dire nel novero delle variabili che l'impresa *i* considera; benché il Triffin non parli del problema, l'uscita di un concorrente è per lui in realtà un fatto puramente casuale che teoricamente interessa relativamente. Ma, a parte questa soluzione piuttosto discutibile, l'impostazione legata alla pura « prospettiva » di accesso porta anche in altri autori a conclusioni sorprendenti. Caso tipico è quello del Machlup, per il quale la « Facilità di accesso... implica un concetto di probabilità che, quantunque possa pure diventare una prospettiva degli stessi venditori, risiede anzitutto nella mente dell'osservatore esterno » e, chiamando *pliopolio* la concorrenza dei nuovi venuti, osserva che « L'economista il quale ritiene che in un'industria esista pliopolio, non si interessa di un determinato pubblico, ma di un pubblico del tutto *sconosciuto ed indefinito* e, cioè, di pochi uomini o imprese intraprendenti che possono diventare i nuovi venuti nell'industria, e si attende che *qualcuno* (ma non tutti) finora estraneo all'industria, si comporti in un determinato modo » (21). Visto il problema in questi termini, per il Machlup non è concepibile un'immediata verifica empirica sulle dichiarazioni che in un'industria esiste pliopolio perché « Una dichiarazione dell'esistenza di pliopolio in un'industria è veramente una *previsione* secondo la quale ogni più alto margine di profitto potenziale sparirebbe non appena nell'industria emergessero nuove imprese » (22). In altri termini che nel corso di un periodo le imprese entrino nel mercato non ha molta importanza per il Machlup, ed anzi si può dire che

(21) F. MACHLUP: *op. cit.*, pagg. 99 e 101-102.

(22) F. MACHLUP: *op. cit.*, pag. 102.

egli non prende nemmeno in esame tale questione, ciò che conta è la *previsione* della concorrenza da parte dei nuovi venuti nel calcolo economico dell'oligopolista o del monopolista. Questa impostazione, che è comune al Machlup ed ai fautori della teoria della concorrenza monopolistica, teoria che il Machlup respinge categoricamente, porta direttamente alla completa separazione fra accessi ed esodi delle imprese, con una motivazione che dimostra le strane conseguenze alle quali porta la concezione della libertà di accesso come puro elemento prospettico del calcolo economico. Scrive infatti il Machlup: « La ragione di una separazione concettuale della facilità di afflusso e della facilità di deflusso delle risorse imprenditoriali sta nella mancanza di correlazione fra i due movimenti. In molti casi l'avvento di nuove imprese in un'industria può risultare facile (quindi presenza di *plio-polio*), mentre il loro esodo può essere lento e faticoso. In altri casi la situazione può essere inversa » (23). La separazione dei due processi è artificiosa sia dal punto di vista del comportamento dei fenomeni in concreto, sia anche dal punto di vista della traslazione *ex ante* dei fenomeni in prospettiva. Esclusi i casi di collusione fra produttori (o venditori), la lotta per la conquista del mercato di ciascun operatore è rivolta, in ultima analisi, alla eliminazione del concorrente più prossimo ed a tale regola non si sottrae nemmeno l'oligopolista in concorrenza eterogenea. Pertanto nel momento in cui con il lancio di un nuovo prodotto differenziato, con la pubblicità, ecc. un'impresa tende ad allargare il suo mercato particolare è palese la sua intenzione di espandersi a danno di altri produttori, a meno che il nuovo prodotto non abbia nemmeno la concorrenza di surrogati. Sembra in tal caso, che è anche quello più comune, che nel calcolo di massimizzazione del profitto entri molto di più la previsione dell'eliminazione di concorrenti esistenti che non la presunta concorrenza di nuovi venuti.

Dal punto di vista del fenomeno economico concreto, gli accessi e gli esodi delle imprese rappresentano le due facce dello stesso problema ma non sono fatti a sé stanti che possono consentire un qualsiasi giudizio sul regime di mercato senza riferimento ai processi di trasformazione della struttura di un gruppo di imprese.

Nel modello esplicativo delle trasformazioni alle quali è soggetta la distribuzione di un gruppo di imprese, come abbiamo detto all'inizio del presente capitolo, gli accessi e gli esodi costituiscono elementi di fondamentale importanza dal punto di vista dinamico (o se si vuole della statica comparata), ma, secondo un'altro aspetto, non può negarsi

(23) F. MACHLUP: *op. cit.*, pag. 104.

al modello anche il carattere di verificaione *ex post* della libertà di entrata e di uscita delle imprese. È del tutto evidente che se fra due momenti, più o meno vicini, si verifica l'entrata o l'uscita di un certo numero di imprese da un gruppo, non significa che in astratto sia assicurata la libertà di accesso o di esodo, ma soltanto che dal punto di vista storico il fenomeno ha avuto luogo in determinate condizioni e circostanze. Circostanze e condizioni che potrebbero anche non ripetersi più od avere effetti diversi perché esse agiranno su una struttura sostanzialmente modificata rispetto a quella esistente nel momento in cui i fatti sono stati constatati. Ciò non toglie però che la verifica degli accessi e degli esodi abbia un'importanza che trascende la semplice constatazione episodica dei fatti. La ricerca induttiva deve anzitutto servire ad individuare le classi o sottoclassi di industria che sono caratterizzate da una più o meno forte propensione all'entrata ed all'uscita delle imprese nel corso di periodi più o meno lunghi, come punto di partenza per lo studio delle condizioni che rendono facile o difficile l'accesso e l'esodo. È già questo un capitolo dell'economia che è tutto da riscrivere. Affermazioni come quella che un regime di concorrenza è compatibile con l'accesso chiuso (Robinson) o quella che « Imperfezioni nella possibilità d'entrata di nuove imprese comportano concorrenza imperfetta o addirittura assenza di concorrenza nello sviluppo » (24) non trovano nessuna conferma dai fatti, perché esiste in concreto una assoluta varietà di comportamenti che sono connessi alle diverse condizioni tecnico-produttive, strutturali e di sviluppo del mercato di ciascun gruppo di industria. È mal posto, secondo noi il problema quando si cerca di stabilire una connessione diretta fra accesso ed esodo e regime di mercato, perché la libertà di entrata e di uscita delle imprese è più connessa alle specifiche curve di costo che caratterizzano la produzione di un bene che non all'esistenza di concorrenza pura, di concorrenza imperfetta, di concorrenza monopolistica, ecc.

Ma passiamo all'esame dei problemi che sorgono in relazione alla ricerca empirica.

Il primo problema è quello della determinazione del gruppo di industria sul quale effettuare l'indagine. Nel capitolo X ci siamo già occupati di tale questione e qui resta poco da aggiungere. La differenziazione dei prodotti, ai fini dell'indagine sull'accesso e sull'esodo delle imprese ha altrettanto importanza che per le ricerche sulla concentrazione industriale, soltanto tale importanza è forse in quel caso più di-

(24) S. LOMBARDINI: *Il monopolio nella teoria economica*, pagg. 202-203, Milano, 1953.

rettamente percepibile. Se infatti il gruppo di industria non è sufficientemente omogeneo, gli accessi e gli esodi possono riguardare frange del settore del tutto ininfluenti e produzioni marginali del gruppo. Per fare un caso pratico, se nell'industria automobilistica si dovessero includere le aziende che producono carrozzerie per vetture fuori serie, evidentemente l'accesso e l'esodo di tali imprese dal gruppo non avrebbe alcun significato per l'industria automobilistica vera e propria.

Dalla « teoria » della concorrenza monopolistica accettiamo, in altri termini, tutti i suggerimenti di precauzione nella formazione del gruppo di industria da studiare ed anche l'avvertimento di non attribuire ad altre cause fenomeni che direttamente si possono connettere alla differenziazione dei prodotti in tutti quei casi in cui le imprese non sono classificabili rigorosamente per produzioni omogenee.

Il secondo problema che si viene a porre nella ricerca empirica riguarda ciò che deve intendersi per impresa. Si deve considerare l'impresa come unità di coordinamento dei fattori produttivi, oppure si deve intenderla come il complesso centralizzato a direzione unica comprendente tutte le aziende che sono legate fra di loro da un nesso di interdipendenza, anche soltanto finanziaria, e che rispondono ad un unico indirizzo di politica di mercato? A noi sembra che l'indagine sugli accessi e gli esodi debba essere vista in funzione dei complessi imprenditoriali e cioè dei gruppi di imprese collegate fra di loro. Evidentemente gli accessi e gli esodi possono essere visti sotto un profilo del tutto diverso, ma non meno importante, considerando, invece delle aziende e dei complessi aziendali, le singole unità tecnico-produttive.

La scomparsa o la comparsa di unità produttive di piccole dimensioni, la sostituzione di unità piccole con unità grandi, ecc. ha una importanza dal punto di vista strutturale non minore talvolta della comparsa o della scomparsa delle imprese stesse. La chiusura di stabilimenti da parte di imprese che hanno più di uno stabilimento, la sostituzione di stabilimenti piccoli con stabilimenti maggiori, il trasferimento territoriale degli stabilimenti della stessa impresa, sono tutti fatti che rientrano nei processi di rinnovo e di estinzione anche se il loro significato è del tutto particolare e più legato alla tecnica produttiva che al regime economico.

Un terzo aspetto, non meno importante, è quello connesso a ciò che deve intendersi per « impresa che entra » ed « impresa che esce ». Si deve considerare all'entrata soltanto una nuova impresa che nasce o anche l'impresa che si trasforma, che cambia ragione sociale passando da una mano all'altra? All'uscita si deve considerare l'impresa che sparisce, senza lasciare alcuna traccia di sé, od anche l'impresa che viene assorbita, o le imprese che si fondono, dando luogo, per fare il

caso più semplice, a due uscite e ad una entrata? Come nelle indagini sulla concentrazione anche per quelle relative agli accessi ed agli esodi l'unità impresa, fino a quando non modifica ciò che in essa vi è di essenziale dal punto di vista classificatorio e cioè la sua produzione, essa continua a far parte del gruppo a prescindere dal nome e della proprietà. Soltanto se l'impresa viene assorbita, o passa sotto il controllo di un'altra impresa avente la stessa produzione essa cessa di far parte del gruppo come unità indipendente e deve essere aggregata all'impresa o al gruppo che l'ha assorbita. Nei casi di fusione (alla pari) e non di assorbimento potrebbe sorgere qualche dubbio, ma la soluzione più coerente è di trattare il caso come se si trattasse di vera e propria fusione perché sarebbe assurdo far apparire due uscite ed una entrata quando in realtà, agli effetti economici si ha soltanto un'aggregazione.

Un quarto aspetto che la ricerca induttiva non può trascurare, riguarda la dimensione delle imprese che entrano e di quelle che escono. un accesso di piccole imprese ed una chiusura per le grandi, una facilità di esodo per le piccole ed una mancanza di uscite delle grandi non avrebbe lo stesso significato dell'accesso o esodo delle grandi imprese con preclusione di entrata e di uscita per le piccole. In altri termini l'entrata e l'uscita delle imprese ha importanza soltanto se oltre a tener conto del numero delle entrate e delle uscite si tiene conto anche del peso, cioè delle dimensioni, di ciascuna impresa che entra o che esce dal gruppo. Ma è chiaro che nello stesso momento in cui gli accessi e gli esodi sono visti in funzione delle dimensioni delle imprese che entrano e che escono dal gruppo, la loro importanza relativa deve essere valutata in relazione alle dimensioni - ed alle variazioni di queste - di tutte le imprese del gruppo che sopravvivono alla fine di un periodo. L'entrata e l'esodo delle imprese prendono infatti un rilievo del tutto diverso se nel contempo le imprese che sopravvivono restano immutate e modificano le loro dimensioni.

Ma ciò non significa altro che affermare che l'entrata e l'uscita delle imprese in o da un gruppo di industria non possono essere studiate che attraverso l'analisi dei processi dinamici di concentrazione industriale, perché soltanto in tal modo si delinea il fenomeno di rinnovo e di estinzione del gruppo.

Il fatto che sino ad oggi il problema non sia stato posto da tale punto di vista non può considerarsi che come una deplorabile lacuna e ciò sia per l'analisi economica che per la ricerca induttiva.

Per quanto riguarda il metodo attraverso il quale i processi di accesso e di esodo devono essere studiati non possiamo che rinviare il lettore al precedente capitolo V, nel quale l'argomento è già stato trattato.