

Capitolo 8

Le imprese nell'economia globale: esportazioni, outsourcing e multinazionali

[a.a. 2014/15]



adattamento italiano di Novella Bottini
(ulteriore adattamento di Giovanni Anania)

Struttura della presentazione

- Concorrenza monopolistica e commercio
- La rilevanza del commercio intra-settoriale
- La risposta delle imprese al commercio internazionale: chi ci guadagna, chi ci perde e le performance dei settori
- Dumping
- Imprese multinazionali e outsourcing

Introduzione

- In presenza di **economie di scala interne**, le imprese grandi possono essere più efficienti delle imprese piccole e il settore può essere composto da un unico monopolista o da un numero limitato di imprese grandi.
- La struttura di mercato diventa **imperfettamente concorrenziale**.

Introduzione (cont.)

- Le **economie di scala interne** implicano che il costo medio di produzione di un'impresa diminuisce all'aumentare della quantità prodotta.
- La concorrenza perfetta, in cui il prezzo è uguale al costo marginale, implicherebbe perdite per queste imprese, perché esse non sarebbero in grado di recuperare i maggiori costi generati dalla produzione delle prime unità.
- Di conseguenza, la concorrenza perfetta porterebbe queste imprese a uscire dal mercato.

Introduzione (cont.)

- Nella maggior parte dei settori, le imprese producono beni **differenziati** rispetto a quelli delle altre imprese.
- Le imprese con le migliori prestazioni prosperano e si ingrandiscono, mentre quelle caratterizzate da performance peggiori riducono la loro dimensione.
- Ciò genera una fonte aggiuntiva di guadagni dallo scambio: se la produzione si concentra nelle imprese con le prestazioni migliori, migliora l'efficienza complessiva del settore.
- Infine, studieremo perché le imprese migliori hanno incentivi maggiori a interagire nell'economia globale.

La teoria della concorrenza imperfetta

- In **concorrenza imperfetta**, dunque, le imprese sono consapevoli di poter influenzare il prezzo dei loro prodotti e di poter vendere di più solo riducendo il prezzo.
- Questa situazione si verifica in due casi: quando ci sono solo pochi produttori di un particolare bene (*oligopolio*) o quando ciascuna impresa produce un bene differenziato (agli occhi dei consumatori) da quello delle imprese rivali (*concorrenza monopolistica*).
- In entrambi questi casi, si dice che l'impresa è ***price maker***, perché può determinare il prezzo dei propri prodotti.

Monopolio: una breve analisi

- Un **monopolio** è un settore composto da una sola impresa.
- Un **oligopolio** è un settore composto da poche imprese.
- Una caratteristica del monopolio e dell'oligopolio è che il ricavo marginale generato dalla vendita di un'unità addizionale del bene è **inferiore** al prezzo del bene:
 - in assenza di discriminazione di prezzo, il monopolista deve ridurre il prezzo di tutte le altre unità vendute fino a quel punto, e non solo dell'unità addizionale di bene venduta
 - la curva del ricavo marginale (che serve a determinare la quantità venduta) si trova sotto la curva di domanda (che serve a determinare il prezzo delle unità vendute)

Monopolio: una breve analisi(cont.)

- Ipotizziamo che l'impresa monopolista fronteggi una funzione di domanda lineare

$$Q = A - B P$$

dove **A** e **B** sono costanti. Troviamo il ricavo marginale:

$$P = A/B - Q/B$$

$$RT = P Q = (A/B - Q/B) Q$$

$$MR = \partial RT / \partial Q = (A/B - Q/B) - Q/B$$

Cioè **MR = P - Q/B**

- Supponiamo che la funzione di **costo totale** sia **C = F + c Q**, dove **F** è il costo fisso, indipendente dal livello di produzione, e **c** è il costo marginale, costante.

Monopolio: una breve analisi (cont.)

- Il **costo medio** è il costo totale di produzione (**C**) diviso per la quantità totale di output prodotta (**Q**):

$$AC = C/Q = F/Q + c$$

- Le imprese più grandi sono più efficienti, perché i costi medi **decregono** al **creocere** della produzione **Q**: ci sono economie di scala interne.
- Il **costo marginale** è il costo di produzione di un'unità aggiuntiva di output

$$\partial C / \partial Q = c$$

Figura 8.2 Costo medio e costo marginale

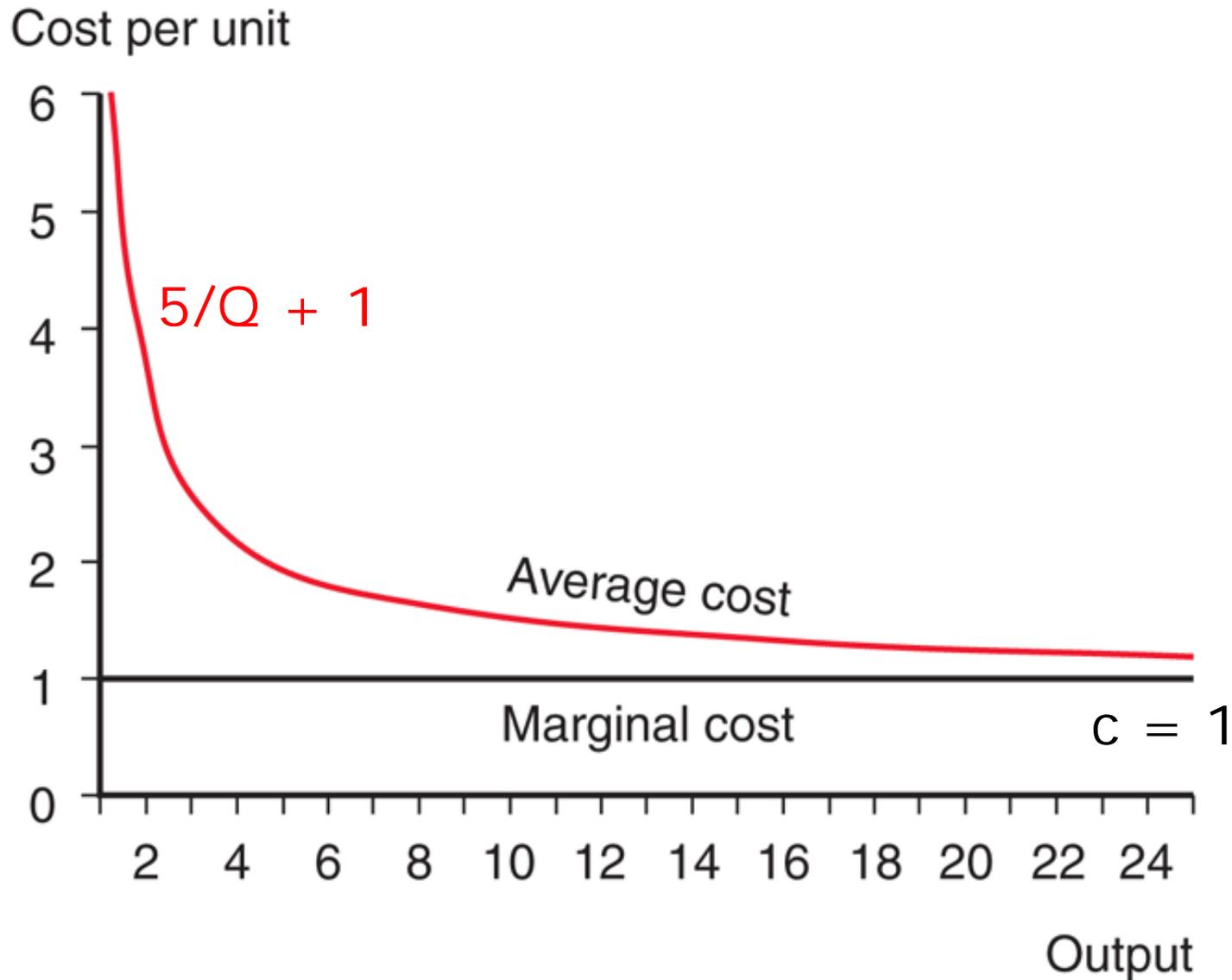


Figura 8.2 Costo medio e costo marginale. Questa figura illustra il costo medio e il costo marginale per la funzione di costo totale $C = 5 + Q$. Il costo marginale è sempre pari a 1; il costo medio decresce all'aumentare della quantità prodotta.

Monopolio: una breve analisi(cont.)

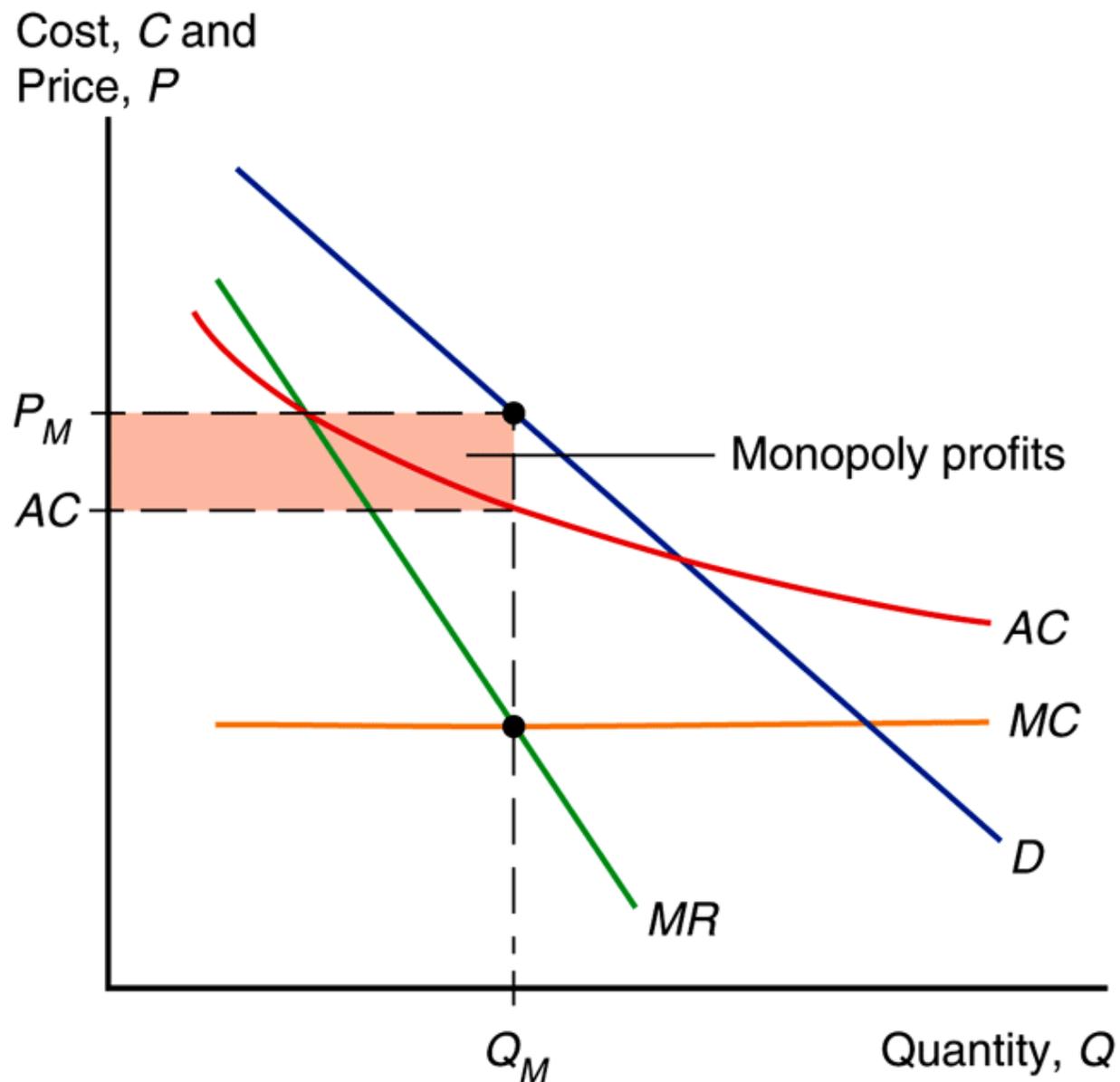
- Se l'impresa massimizza i profitti, essa produrrà quella quantità tale che

ricavo marginale = costo marginale

cioè:

$$MR = P - Q/B = c$$

Figura 8.1 Decisioni di prezzo e di produzione di un monopolista



Il monopolista sceglie il livello di produzione che eguaglia il ricavo marginale, l'aumento dei ricavi associato alla vendita di un'unità addizionale, al costo marginale, il costo per produrre un'unità addizionale. La quantità prodotta che permette di massimizzare i profitti è indicata da Q_M ; il prezzo al quale tale quantità è domandata è P_M . La curva del ricavo marginale MR giace sotto la curva di domanda D, in quanto il ricavo marginale di un monopolista è sempre inferiore al prezzo. I profitti di monopolio corrispondono all'area del rettangolo colorato, cioè sono uguali alla differenza fra prezzo e costo medio per il numero di unità vendute.

Monopolio: una breve analisi (cont.)

- Il livello di produzione che permette al monopolista di massimizzare i profitti viene individuato dalla condizione di uguaglianza fra ricavo marginale e costo marginale.
- Nel punto di intersezione delle curve MC e MR , il ricavo dalla vendita di una unità addizionale uguaglia il costo per produrre una unità addizionale.
- Il monopolista ottiene un profitto monopolistico pari all'area del rettangolo in rosa, quando $P > AC$.

Concorrenza monopolistica

- La **concorrenza monopolistica** descrive un settore imperfettamente concorrenziale, ipotizzando che
 1. Ogni impresa possa differenziare il proprio prodotto da quello dei concorrenti
 2. Ogni impresa ignori l'effetto delle variazioni del suo prezzo sul prezzo stabilito dai concorrenti: anche se ciascuna impresa è esposta alla concorrenza, essa si comporta come se fosse un monopolista

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Un'impresa in un settore in concorrenza monopolistica venderà:
 - **di più** (a) quanto maggiore è il volume totale delle vendite del settore e (b) quanto maggiore è il prezzo praticato dai suoi concorrenti
 - **di meno** (a) quanto maggiore è il numero di imprese nel settore e (b) quanto maggiore è il prezzo da essa stessa praticato
- Questi concetti possono, *per esempio*, essere rappresentati dalla seguente relazione, che descrive **la domanda per la singola impresa in concorrenza monopolistica**:

^P **Concorrenza monopolistica (cont.)**

$$Q = S [1/n - b(P - P^*)]$$

dove:

- **Q** sono le vendite della singola impresa
- **S** sono le vendite totali del settore
- **n** è il numero di imprese nel settore
- **b** è una costante, positiva, che rappresenta la reattività delle vendite dell'impresa al suo prezzo ed al prezzo delle altre imprese
- **P** è il prezzo praticato dall'impresa
- **P*** è il prezzo medio praticato dai concorrenti

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Per semplificare il modello, ipotizziamo che le imprese siano **simmetriche**: fronteggiano la stessa funzione di domanda e hanno la stessa funzione di costo.
 - pertanto in equilibrio tutte le imprese praticeranno lo stesso prezzo e avranno la stessa quota di mercato

$$Q = S/n$$

- il costo medio dipende dalla dimensione del mercato e dal numero delle imprese presenti:

$$AC = C/Q = F/Q + c = F(n/S) + c$$

Concorrenza monopolistica (cont.)

$$AC = F(n/S) + c$$

- Maggiore il numero di imprese nel settore, n , maggiore il costo medio di ciascuna impresa, in quanto ogni impresa produce di meno e, quindi, a costi medi maggiori.
- Maggiori le vendite totali del settore, S , minore il costo medio di ciascuna impresa, in quanto ogni impresa produce di più.

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Il numero di imprese e i prezzi da esse fissati in un mercato in concorrenza monopolistica sono determinati da due relazioni:
 - da un lato, più alto è il numero di imprese, più intensa è la concorrenza e, quindi, più basso è il prezzo (tale relazione viene rappresentata nella figura che segue dalla curva **PP**)
 - dall'altro lato, più numerose sono le imprese, minore è la quantità che ognuna produce e, di conseguenza, maggiore è il costo medio (la curva **CC**)
- Se il prezzo è maggiore del costo medio (cioè se la curva PP giace al di sopra della curva CC), le imprese nel settore faranno profitti positivi e quindi nuove imprese entreranno; se il prezzo è inferiore al costo medio, le imprese nel settore subiranno delle perdite e alcune di esse usciranno dal mercato.
- Il prezzo e il numero di imprese di equilibrio si ottengono quando il prezzo è uguale al costo medio, cioè quando le curve PP e CC si intersecano.

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Nel nostro caso, la domanda per ciascuna impresa è:

$$Q = S [1/n - b (P - P^*)]$$

$$Q = S/n - S b (P - P^*)$$

$$Q = (S/n + S b P^*) - S b P$$

- La formulazione lineare generale è:

$$Q = A - B P$$

- Nel nostro caso abbiamo:

$$A \equiv (S/n + S b P^*) \text{ e } B \equiv S b$$

Concorrenza monopolistica (cont.)

- In equilibrio:

costo marginale = ricavo marginale

$$MR = P - Q / B = c = MC$$

$$P - Q / Sb = c$$

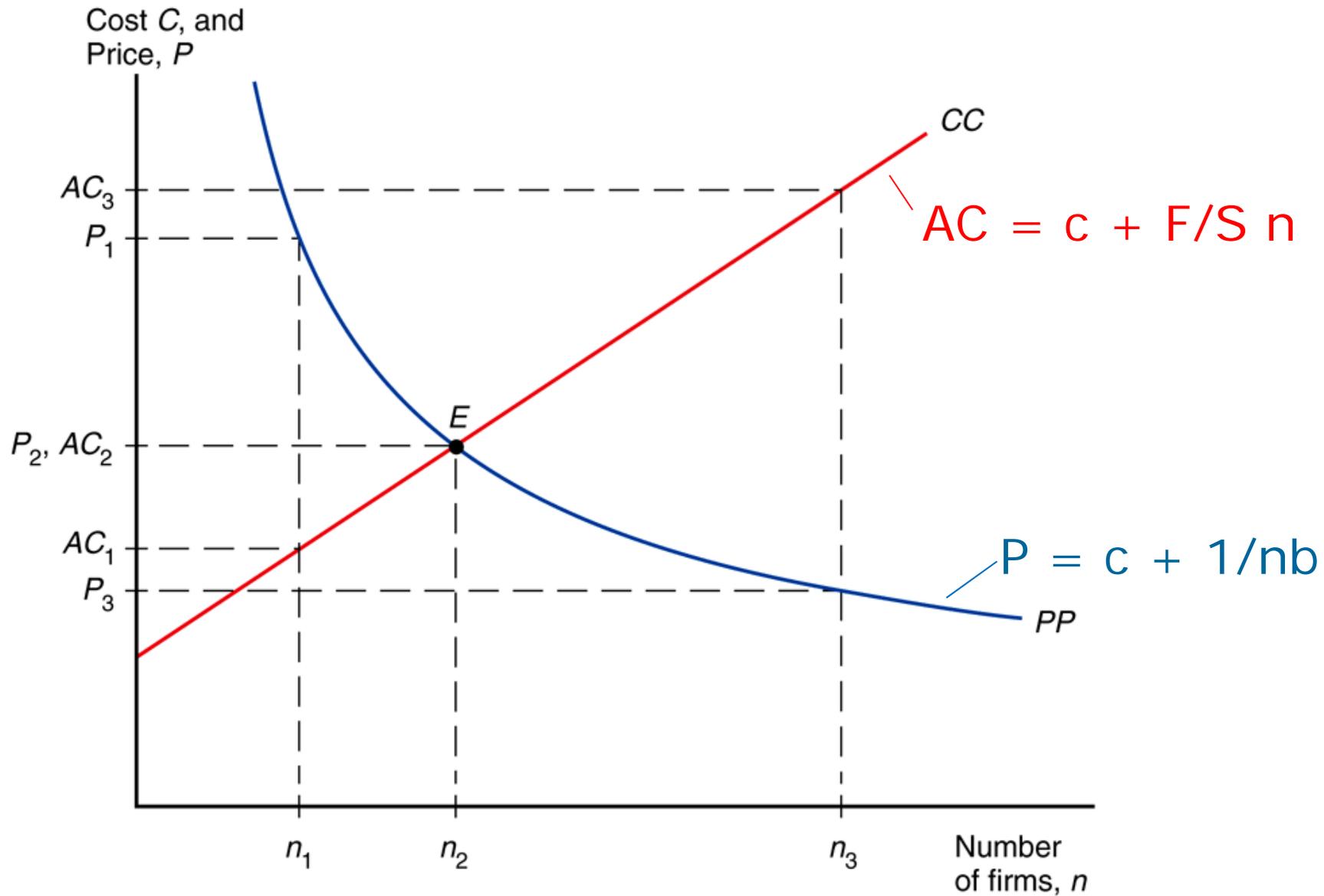
$$P = c + Q / Sb$$

$$P = c + (S/n) / Sb$$

$$P = c + 1 / (n b)$$

- Maggiore il numero di imprese nel settore, n , minore il prezzo praticato da ciascuna impresa, a causa della maggiore concorrenza

Figura 8.3 Equilibrio in un mercato in concorrenza monopolistica



Concorrenza monopolistica (cont.)

- Dato il numero delle imprese, il prezzo che l'impresa fissa sul mercato (che diminuisce all'aumentare di n) uguaglia il suo costo medio (che aumenta all'aumentare di n).
- In corrispondenza di questo particolare valore di n , ogni impresa realizza profitti nulli, perché il prezzo è uguale al costo medio.
 - questo rappresenta il numero di imprese di equilibrio di lungo periodo; le imprese non hanno incentivo ad entrare o uscire dal mercato

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Se il numero di imprese è minore o maggiore del numero di equilibrio, le imprese hanno incentivo ad entrare o uscire dal settore:
 - le imprese hanno un incentivo ad entrare nel settore se **prezzo > costo medio** (i profitti sono positivi)
 - le imprese hanno un incentivo ad uscire dal settore se **prezzo < costo medio** (i profitti sono negativi)

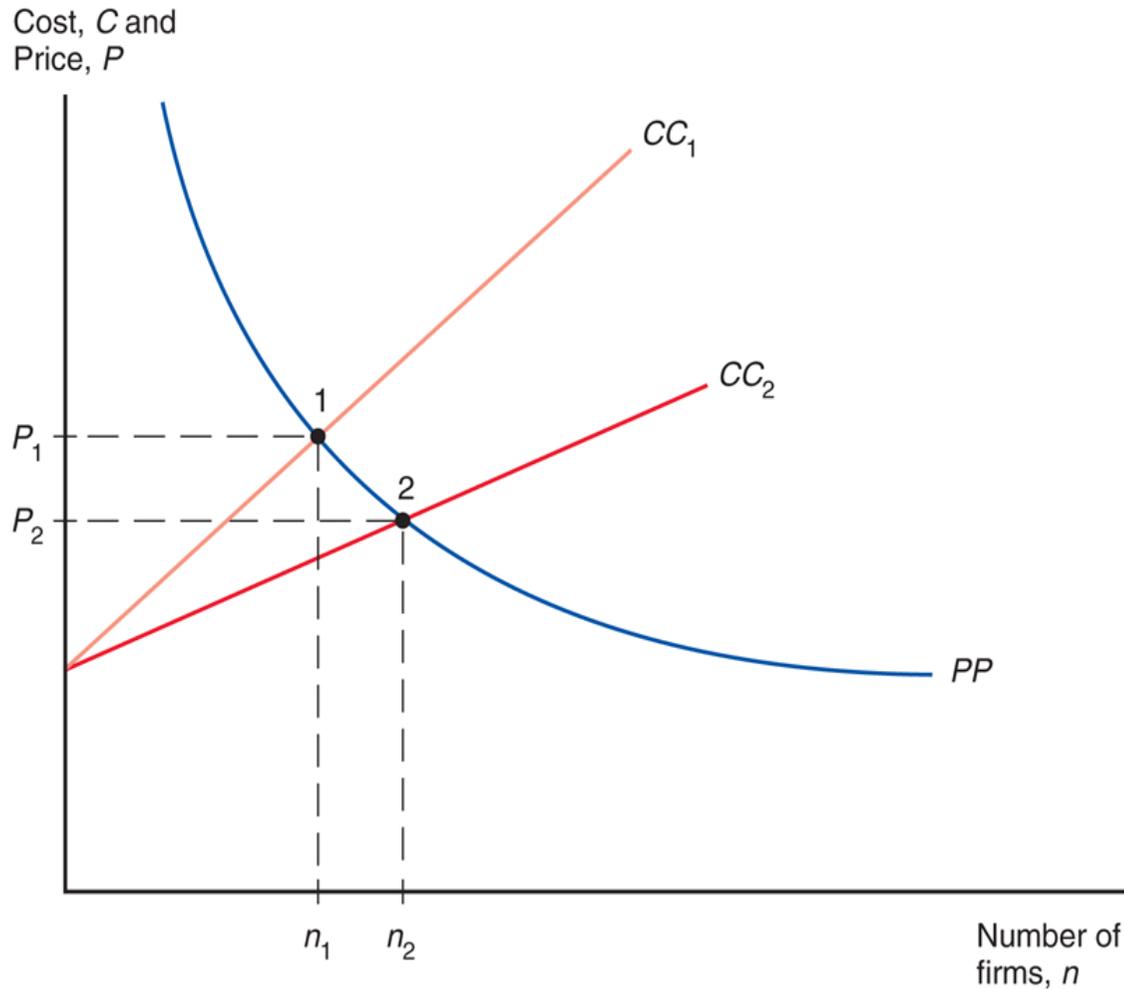
Concorrenza monopolistica e commercio internazionale

- In un settore in concorrenza monopolistica, poiché il commercio aumenta la dimensione del mercato, esso riduce i costi medi
 - le vendite del settore crescono all'apertura degli scambi e questo riduce i costi medi:

$$AC = F(n/S) + c$$

- Di conseguenza anche il prezzo di ciascuna varietà si riduce ed i consumatori ne traggono beneficio (effetto pro-competitivo)
- Poiché il commercio in concorrenza monopolistica aumenta il numero di beni diversi (varietà) che i consumatori di ciascun paese possono acquistare, esso aumenta il benessere dei consumatori (effetto varietà)

Figura 8.4 Effetti di un mercato più grande



*Un aumento dell'ampiezza del mercato permette alla **singola impresa**, a parità di altre condizioni, di produrre di più e, quindi, di sostenere costi medi inferiori. Questo può essere rappresentato da uno spostamento verso il basso della curva CC , da CC_1 a CC_2 . Da ciò risulta un aumento del numero di imprese (e quindi della varietà dei beni) e, contemporaneamente, una diminuzione del prezzo praticato da ciascuna di esse.*

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- Come conseguenza dell'apertura degli scambi, il modello prevede l'aumento del numero di imprese nel nuovo mercato internazionale, rispetto a quelle presenti in autarchia in **ciascun** mercato nazionale, mentre il numero complessivo di imprese si riduce.
 - non è però dato sapere, in generale, quante imprese saranno localizzate nel mercato domestico e quante in quello estero
- L'integrazione dei mercati attraverso il commercio internazionale ha lo stesso effetto dell'aumento di un mercato all'interno di un paese.

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- Un esempio numerico: automobili, prodotte in concorrenza monopolistica
- **Domanda** per la singola impresa (*imprese simmetriche*):

$$Q = S [1/n - b (P - P^*)]$$

- Se $b = 1/30.000$

$$Q = S [1/n - (1/30.000) (P - P^*)]$$

- **Funzione di costo:** $C = F + c Q$
- Se $F = 750.000.000$ \$ (costi fissi) e $c = 5.000$ \$ (costo marginale)

$$C = 750.000.000 + 5.000 Q \text{ e}$$
$$AC = 750.000.000 / Q + 5.000$$

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- Due paesi: **H** ed **F**. In **H** le vendite annuali di automobili sono pari a **900.000**, in **F** a **1.600.000**.
- Ricaviamo le funzioni **CC** (relazione tra **n** ed il costo medio) e **PP** (relazione tra **n** ed il **prezzo di vendita**) per i due paesi.
- In **H** **CC** è data da:

$$AC = 750.000.000 / Q + 5.000$$

$$Q = S/n = 900.000/n$$

$$AC = 750.000.000 / (900.000 / n) + 5.000$$

$$AC = (7.500 / 9) n + 5.000 \quad (CC)$$

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- In **H PP** è data da:

$$Q = S [1/n - (1/30.000) (P - P^*)]$$

$$Q = (900.000 / n + 30P^*) - 30 P$$

- Abbiamo già visto che, se $Q = A - B \cdot P$

$$\text{Ricavo Marginale} = \text{MR} = P - Q/B$$

- In equilibrio: $\text{MR} = \text{costo marginale}$

- Quindi: $\text{MR} = P - 1/30 Q = 5.000 = \text{CM}$, cioè

$$P = 5.000 + 1/30 * 900.000 / n$$

$$P = 5.000 + 30.000 / n \quad (PP)$$

$$PP = 5.000 + 30.000 / n =$$

$$(7.500 / 9) n + 5.000 = \text{CC}$$

$$n^2 = (30.000 * 9) / 7.500 = 36 ; n = 6$$

$$P = 5.000 + 30.000 / 6 = 10.000$$

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- In **F**, analogamente, **PP** è data da:

$$Q = S [1/n - (1/30.000) (P - P^*)]$$

$$Q = (1.600.000 / n + 53,333 P^*) - 53,333 P$$

- e quindi: $MR = P - 1/53,333 Q = 5.000$, cioè

$$P = 5.000 + 1 / 53,333 * 1.600.000 / n$$

$$P = 5.000 + 30.000 / n \quad (PP)$$

- e **CC** è data da: $AC = 750.000.000 / Q + 5.000$

$$AC = 750.000.000 / (1.600.000 / n) + 5.000$$

$$AC = (7.500 / 16) n + 5.000 \quad (CC)$$

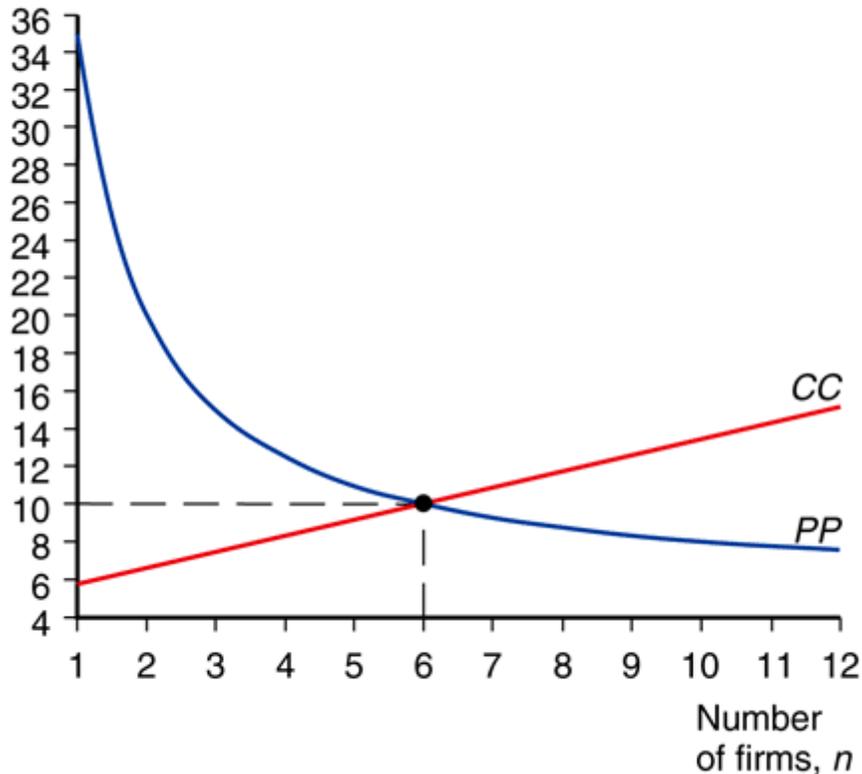
$$PP = 5.000 + 30.000/n = (7.500 / 16) n + 5.000 = CC$$

$$n^2 = (30.000 * 16) / 7.500 = 64 ; n = 8$$

$$P = 5.000 + 30.000 / 8 = 8.750$$

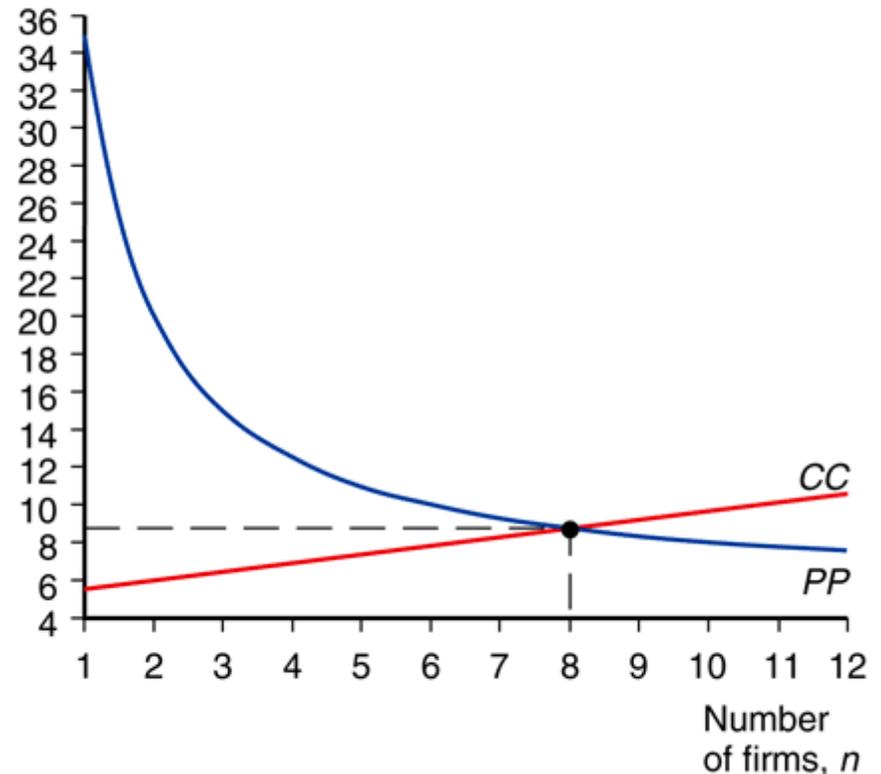
Figura 8.5 Equilibrio nel mercato automobilistico

Price per auto,
in thousands of dollars



(a) Home

Price per auto,
in thousands of dollars



(b) Foreign

(a) Mercato del paese H: con una dimensione del mercato di 900.000 automobili, l'equilibrio nel paese H, determinato dall'intersezione tra la curva PP e la curva CC, è caratterizzato da 6 imprese e un prezzo pari a 10.000 \$ per auto;

(b) mercato del paese F: con una dimensione di mercato pari a 1,6 milioni di auto, l'equilibrio nel paese F è caratterizzato da 8 imprese e un prezzo di 8.750 \$ per auto;

Tabella 8.1 Esempio ipotetico dei guadagni derivanti dall'integrazione dei mercati

Tabella 8.1 Esempio ipotetico dei guadagni derivanti dall'integrazione dei mercati.

	Mercato del paese H prima degli scambi internazionali	Mercato del paese F prima degli scambi internazionali
Produzione del settore (numero di automobili)	900.000	1.600.000
Numero di imprese	6	8
Produzione per impresa (numero di automobili)	150.000	200.000
Costo medio	\$10.000	\$8.750
Prezzo	\$10.000	\$8.750

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- Ipotizziamo ora che **H** ed **F** possano scambiare automobili.
- Si crea un unico mercato integrato con 2.500.000 di automobili vendute.
- La funzione **PP** è data anche per questo mercato da:
$$P = 5.000 + 30.000 / n$$
- mentre **CC** è data da:

$$AC = 750.000.000 / Q + 5.000$$

$$AC = 750.000.000 / (2.500.000 / n) + 5.000$$

$$AC = 300 n + 5.000$$

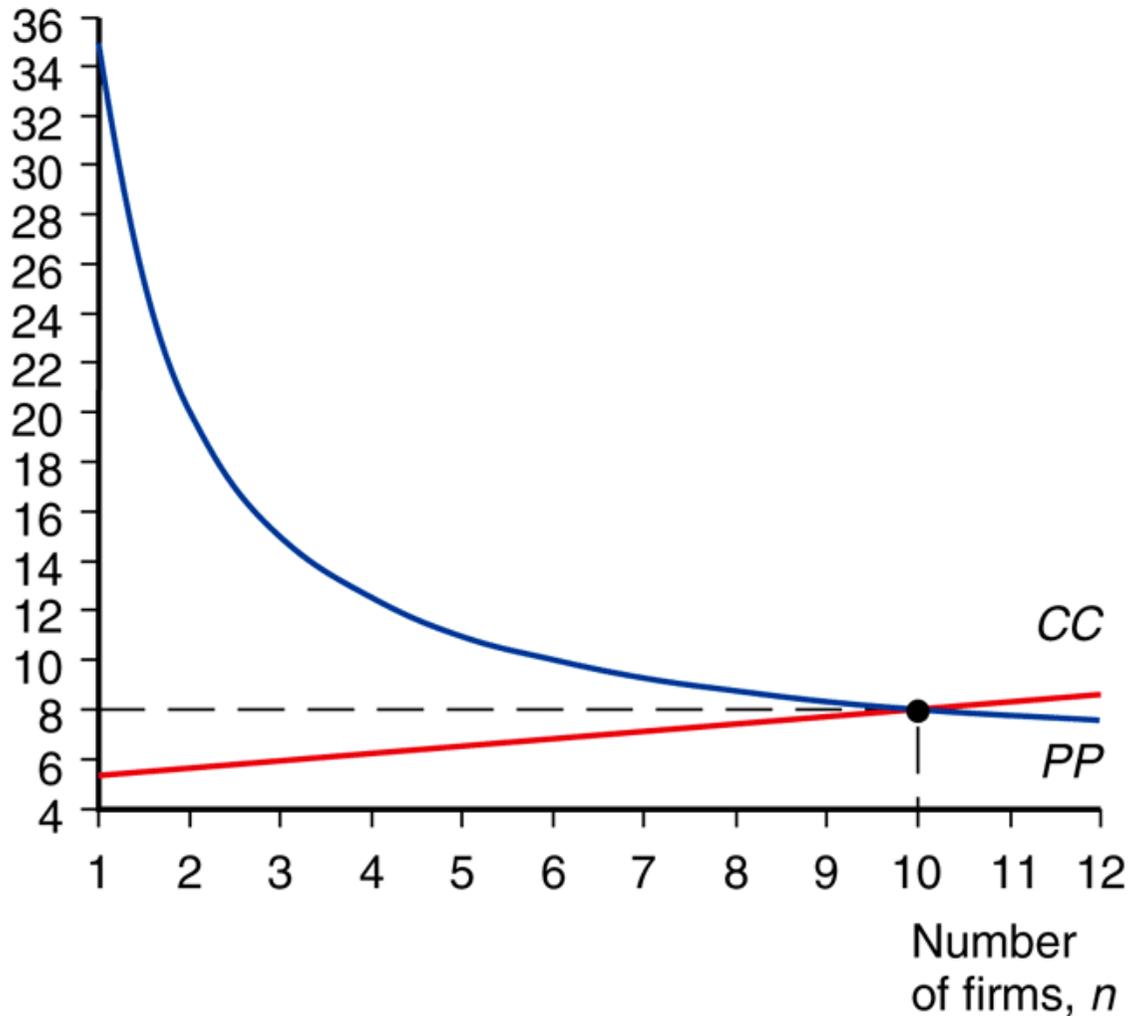
$$PP = 5.000 + 30.000/n = 300 n + 5.000 = CC$$

$$n^2 = 30.000 / 300 = 100 ; \quad n = 10$$

$$P = 5.000 + 30.000 / 10 = 8.000$$

Figura 8.5 Equilibrio nel mercato automobilistico (cont.)

Price per auto,
in thousands of dollars



(c) Integrated

*(c) mercato internazionale:
combinando i due mercati per effetto
del commercio internazionale, si
genera un mercato integrato di 2,5
milioni di auto, caratterizzato in
equilibrio da un numero di imprese
pari a 10 e da un prezzo di 8.000 \$
per auto.*

Tabella 8.1 Esempio ipotetico dei guadagni derivanti dall'integrazione dei mercati

Tabella 8.1 Esempio ipotetico dei guadagni derivanti dall'integrazione dei mercati.

	Mercato del paese H prima degli scambi internazionali	Mercato del paese F prima degli scambi internazionali	Mercato integrato dopo l'apertura degli scambi
Produzione del settore (numero di automobili)	900.000	1.600.000	2.500.000
Numero di imprese	6	8	10
Produzione per impresa (numero di automobili)	150.000	200.000	250.000
Costo medio	\$10.000	\$8.750	\$8.000
Prezzo	\$10.000	\$8.750	\$8.000

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- La differenziazione di prodotto e le economie di scala interne generano commercio internazionale anche tra paesi simili, cioè anche se non vi è alcuna differenza di vantaggio comparato.
 - in questo caso si ha però un tipo di commercio molto diverso da quello basato sul vantaggio comparato, nel quale ogni paese esporta il bene in cui gode di tale vantaggio

La rilevanza del commercio intra-settoriale

- Il **commercio intra-settoriale** descrive lo scambio tra due paesi di beni simili.
- Nel mercato integrato dopo l'apertura agli scambi:
 - i consumatori di entrambi i paesi ricevono benefici dalla possibilità di consumare una maggiore varietà di beni ad un prezzo inferiore
 - le imprese sono in grado di consolidare la propria produzione destinata a entrambi i mercati e di trarre vantaggio dalle economie di scala
- I guadagni dall'integrazione generati dalle economie di scala sono più pronunciati per il paese piccolo che per quello grande.

Commercio inter-settoriale e commercio intra-settoriale (cont.)

- Circa il **25%** del commercio mondiale è di natura intra-settoriale.
- Ha un ruolo ancor più importante nel commercio di beni manufatti tra i paesi industriali più avanzati, che generano la maggior parte del commercio mondiale.
 - per gli Stati Uniti il commercio intra-settoriale è una componente molto importante del commercio dei beni manifatturieri sofisticati (la cui produzione è intensiva di lavoro specializzato, tecnologia e capitale fisico) come i prodotti chimici, i prodotti farmaceutici e le macchine specializzate

Tabella 8.2 Indici di commercio intra-settoriale per i settori statunitensi, 2009

Tabella 8.2 Indici di commercio intra-settoriale per i settori statunitensi, 2009.

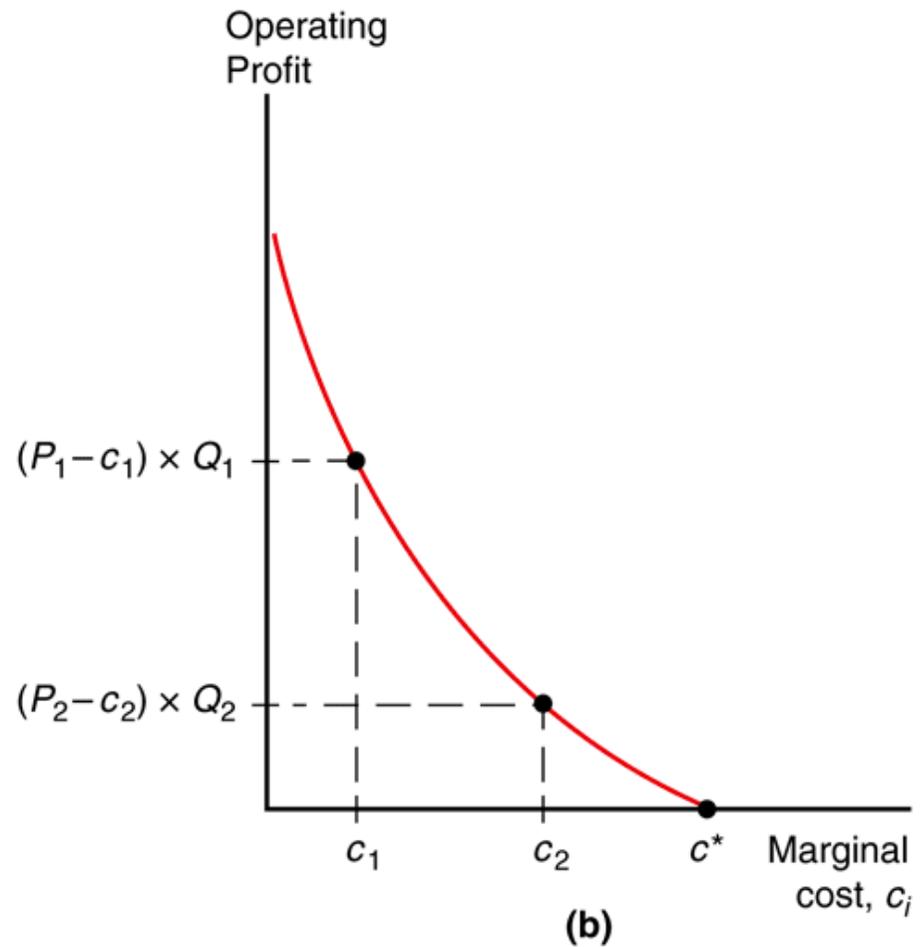
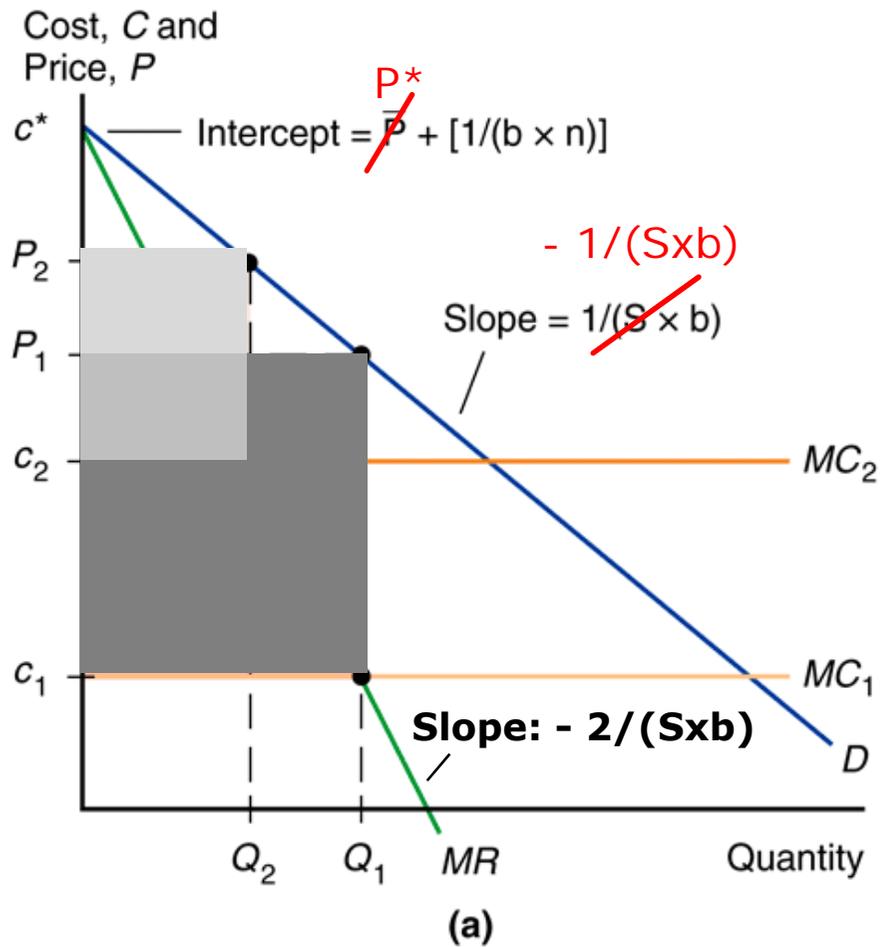
Macchine per la lavorazione dei metalli	0,97
Chimica inorganica	0,97
Macchine generatrici di energia	0,86
Prodotti medici e farmaceutici	0,85
Apparecchiature scientifiche	0,84
Chimica organica	0,79
Ferro e acciaio	0,76
Veicoli su strada	0,70
Macchine per ufficio	0,58
Telecomunicazioni	0,46
Mobili	0,30
Abbigliamento e accessori	0,11
Calzature	0,10

Nota: un indice pari a 1 implica che tutto il commercio sia intra-settoriale (esportazioni = importazioni); un indice pari a 0 implica che tutto il commercio sia inter-settoriale (o solo esportazioni, o solo importazioni)

Le imprese nel commercio internazionale

- La maggior concorrenza tende a danneggiare più duramente le imprese con le performance peggiori che sono costrette a lasciare il mercato.
- Le imprese con le migliori performance ottengono i vantaggi maggiori da queste nuove opportunità di vendita e sono quelle che si espandono di più.
- Quando le imprese con le migliori performance crescono e quelle con le peggiori prestazioni si contraggono o escono dal mercato, la performance generale del settore migliora.
 - il commercio internazionale e l'integrazione economica possono avere un impatto diretto sulla performance del settore: è come se ci fosse un miglioramento tecnologico a livello settoriale

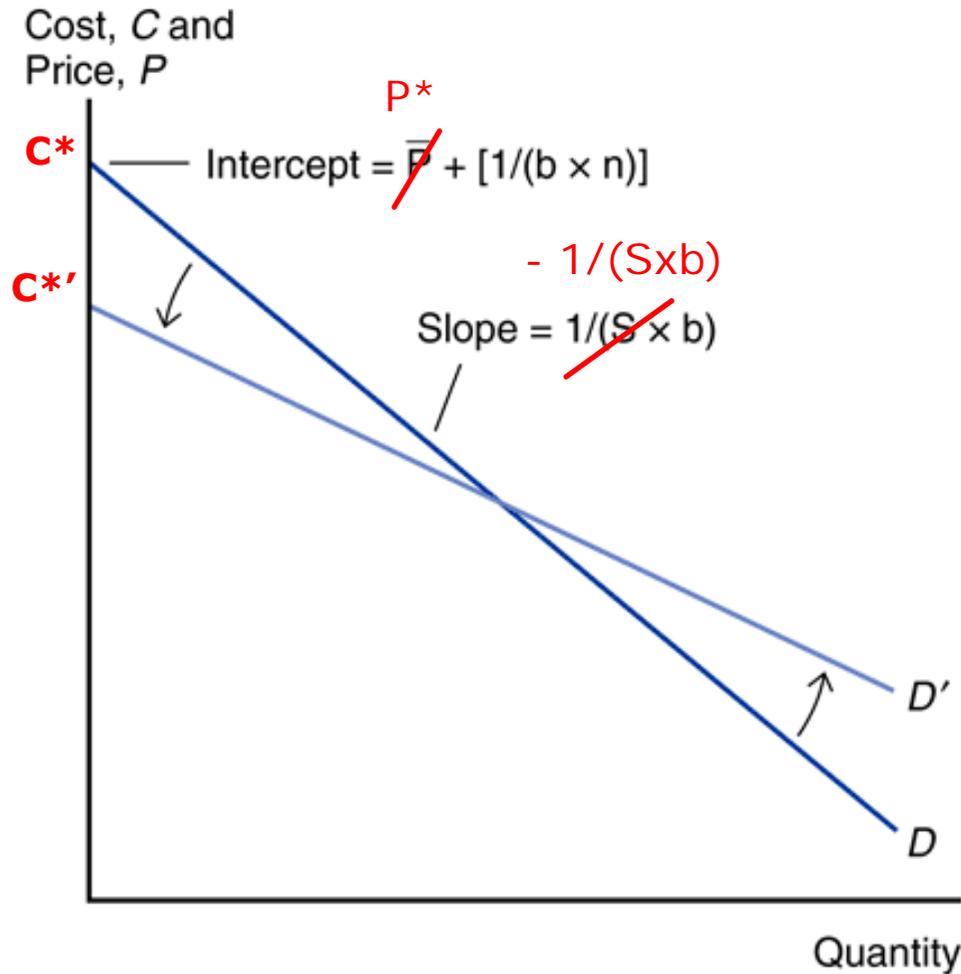
Figura 8.6 Differenze di performance tra le imprese



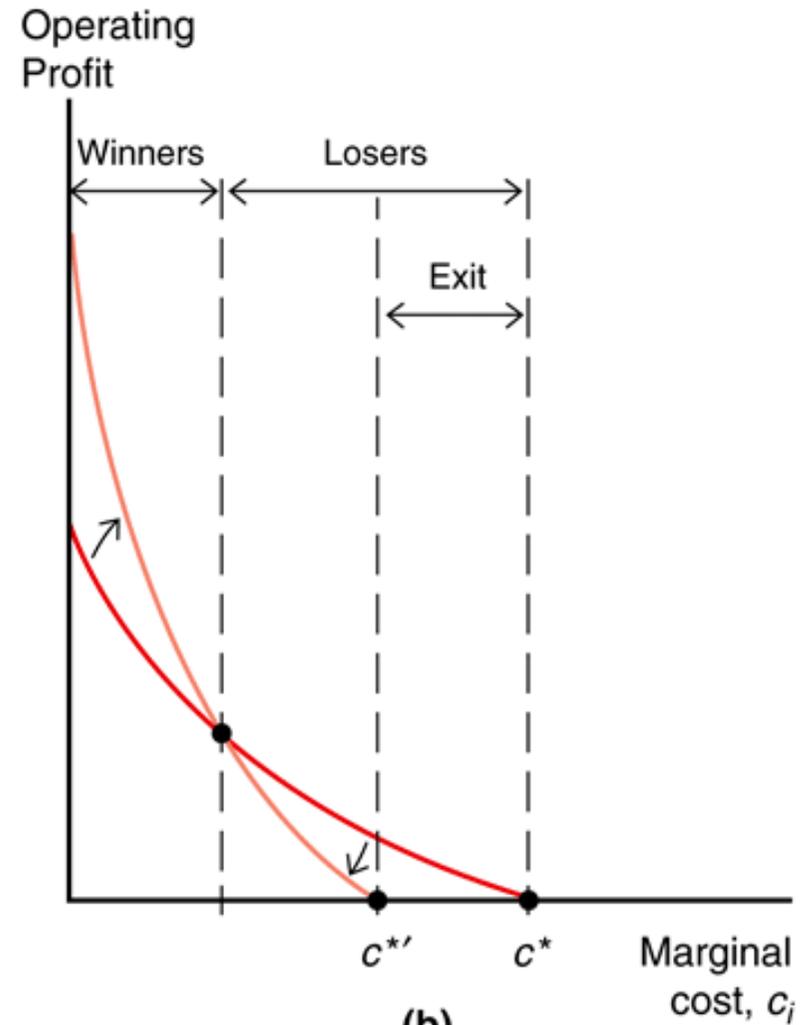
Nella figura precedente:

- (a) *Curve di domanda e di costo per le imprese 1 e 2. L'impresa 1 ha un costo marginale inferiore a quello dell'impresa 2: $c_1 < c_2$. Le due imprese hanno la stessa curva di domanda (D) e la stessa curva di ricavo marginale (MR). Rispetto all'impresa 2, l'impresa 1 fissa un prezzo inferiore e produce di più. Le aree evidenziate rappresentano i profitti lordi delle due imprese (prima di sottrarre i costi fissi). L'impresa 1 ottiene profitti lordi maggiori rispetto all'impresa 2.*
- (b) *I profitti lordi diminuiscono all'aumentare del costo marginale. Le imprese con un costo marginale $> c^*$ non possono operare realizzando un profitto e quindi chiudono.*

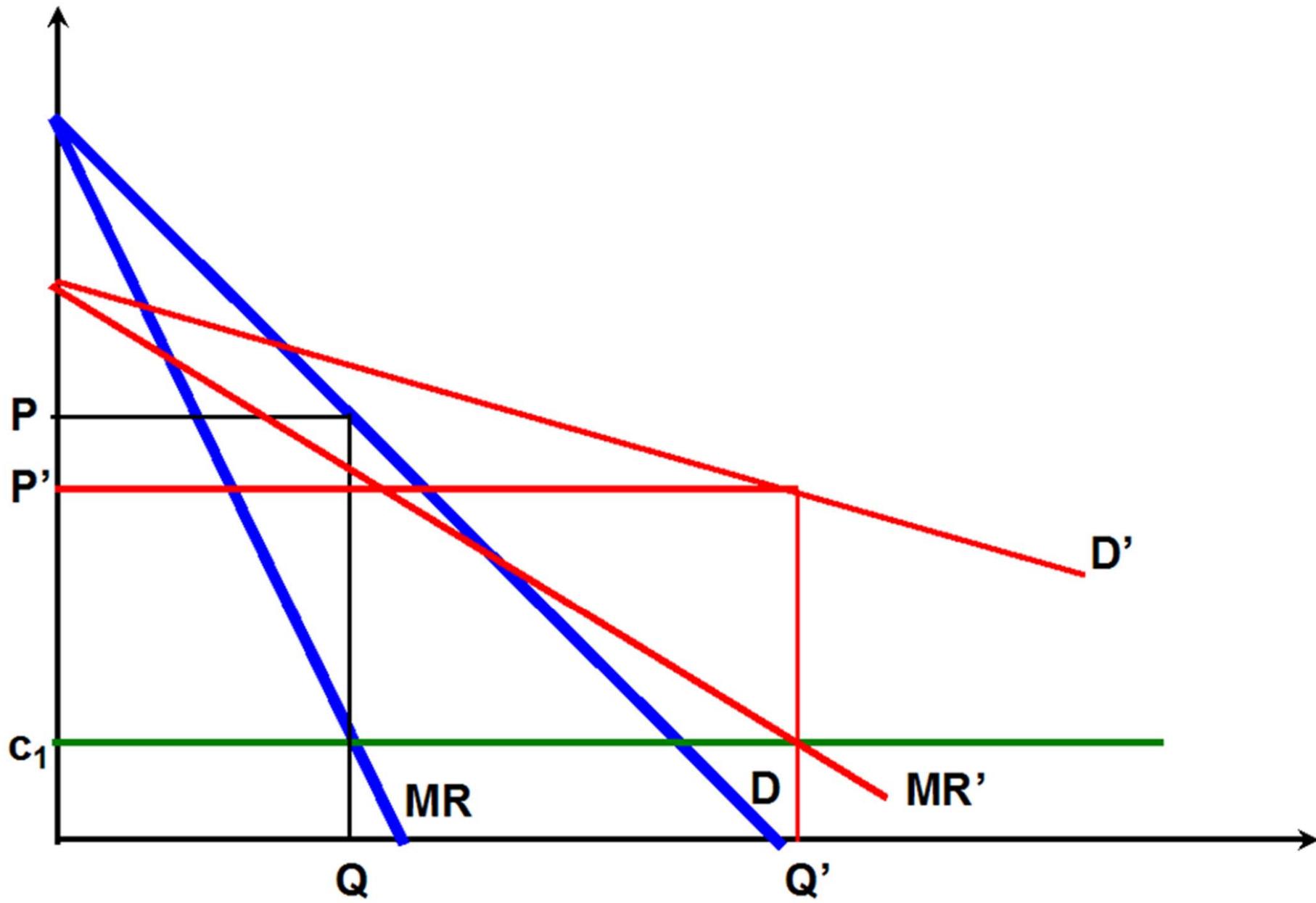
Figura 8.8 Vincitori e perdenti dell'integrazione economica

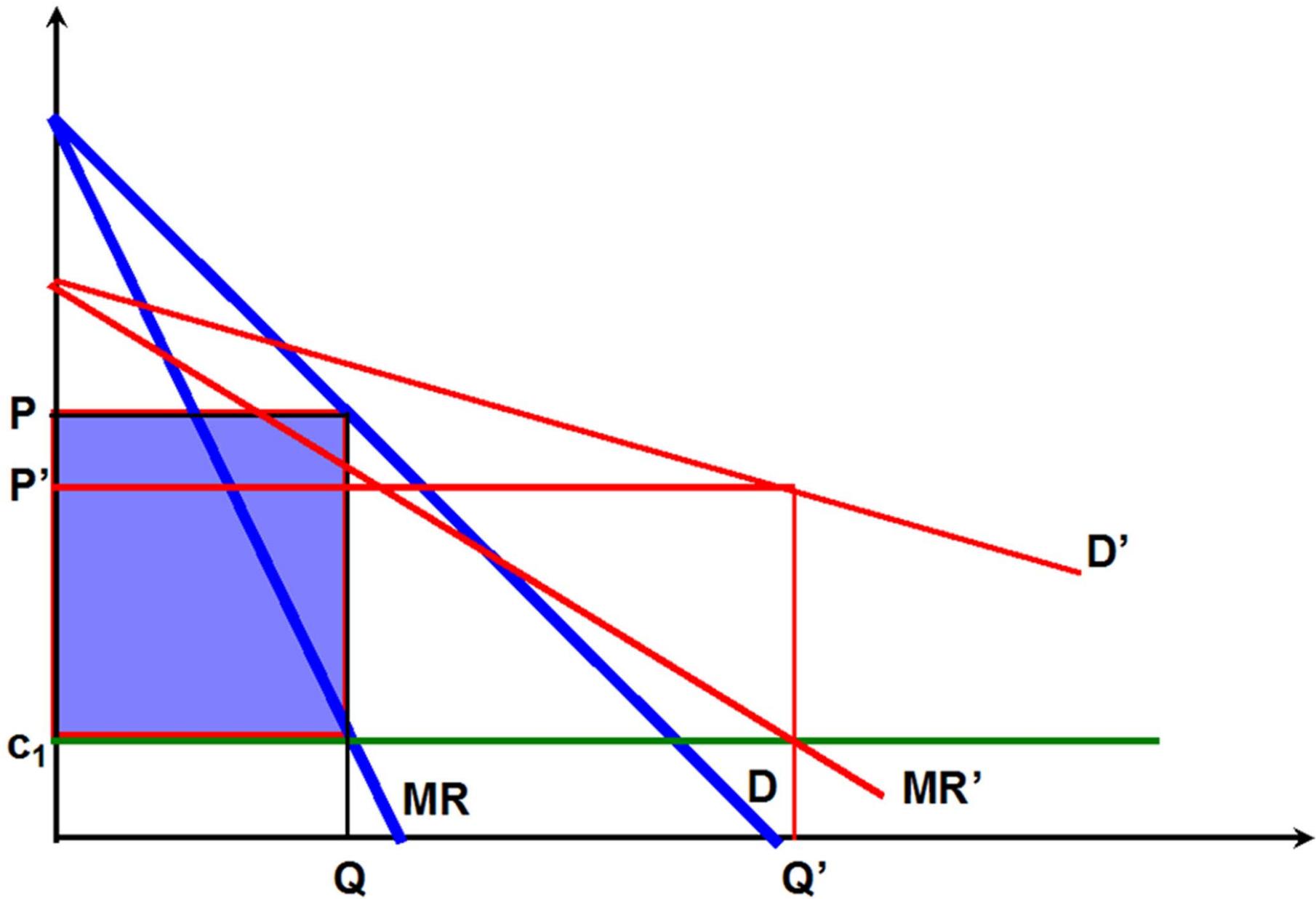


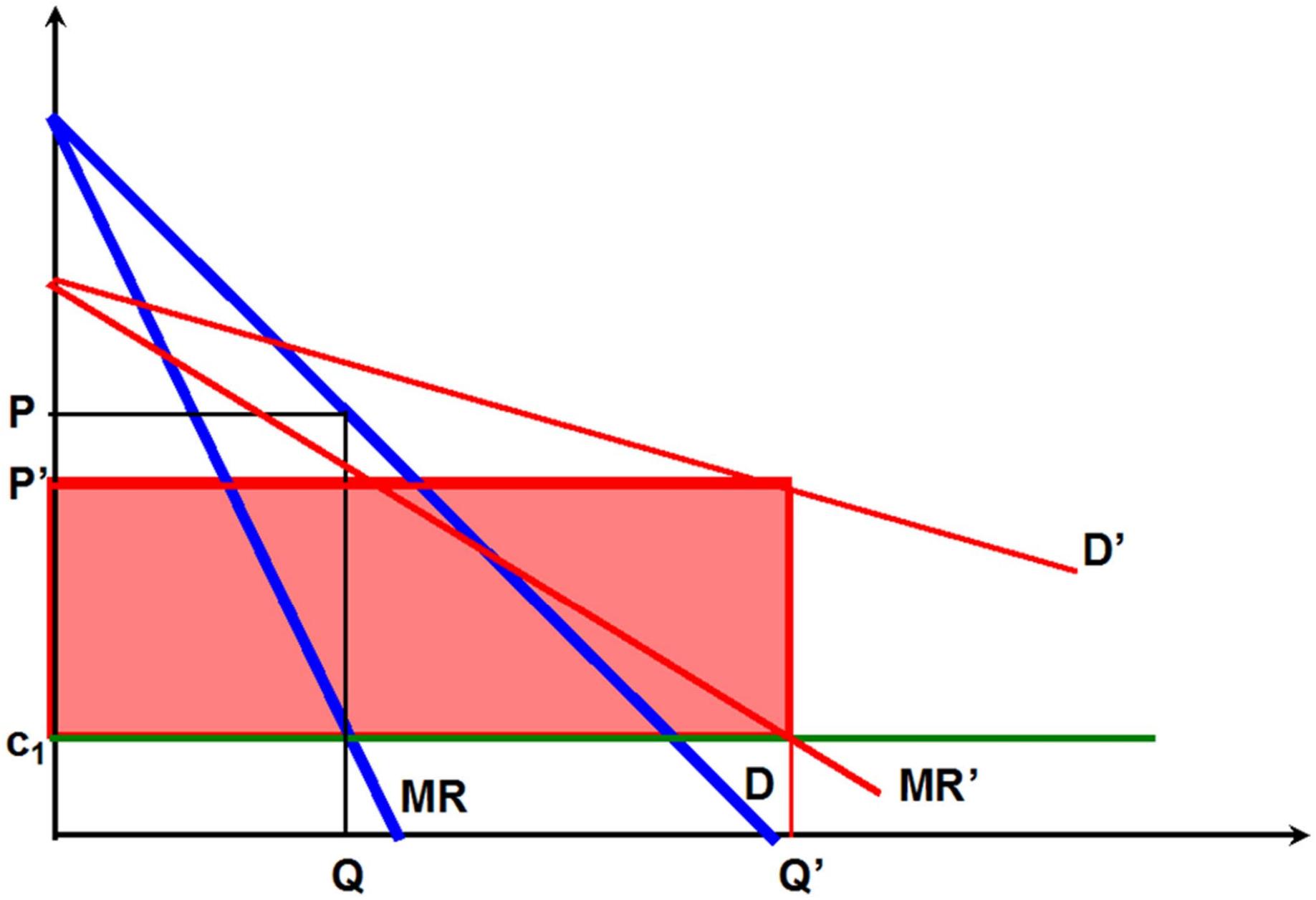
(a)

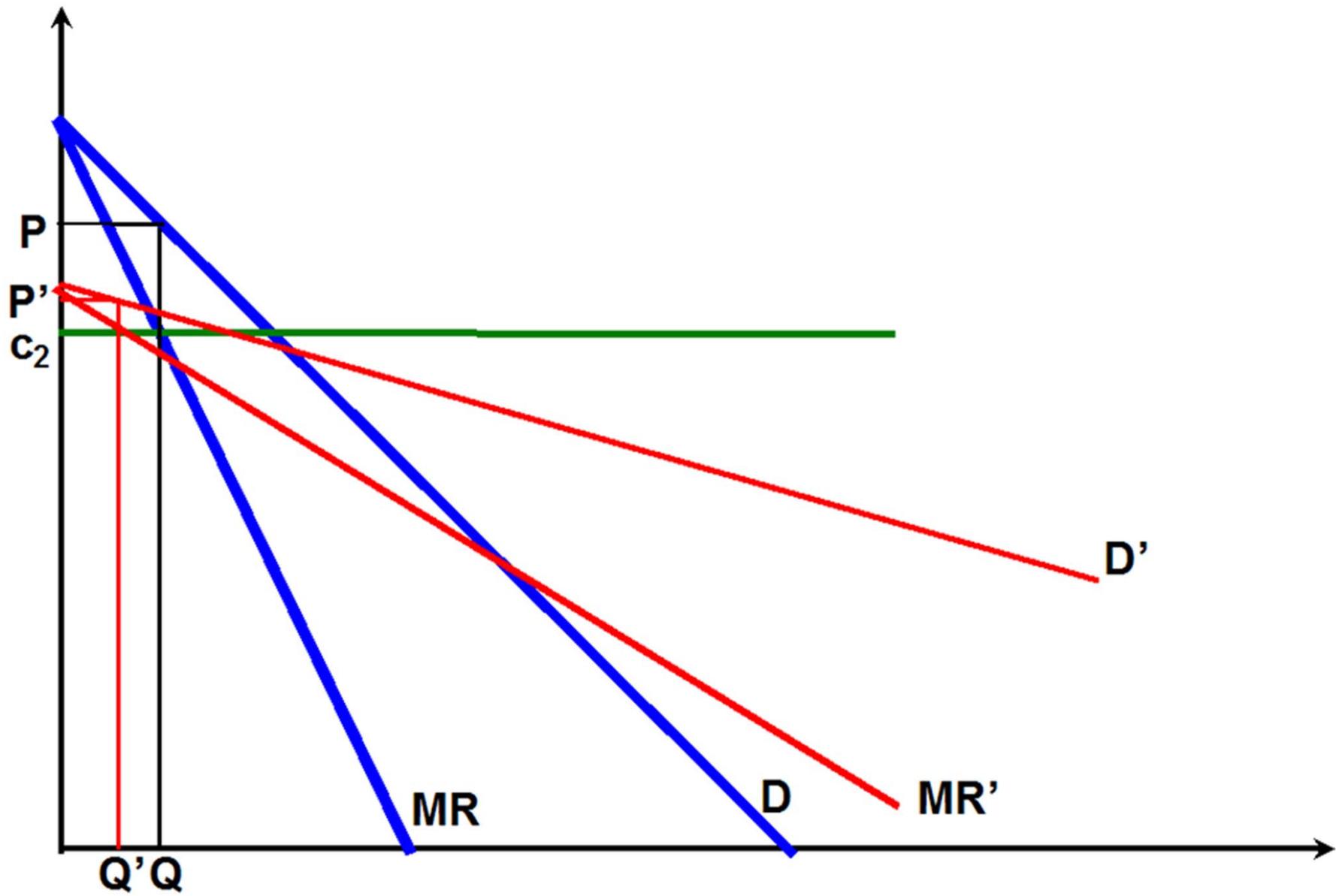


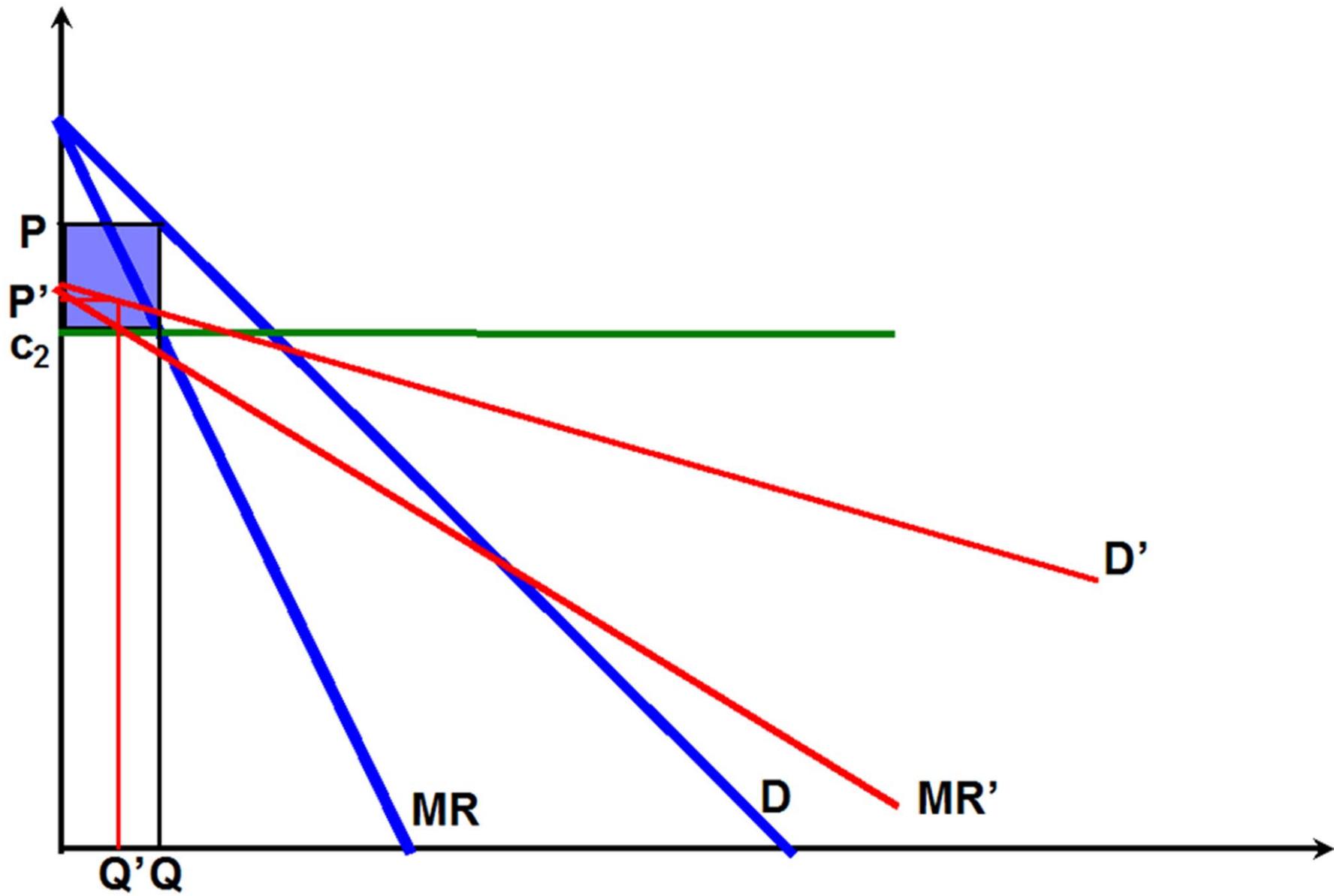
(b)











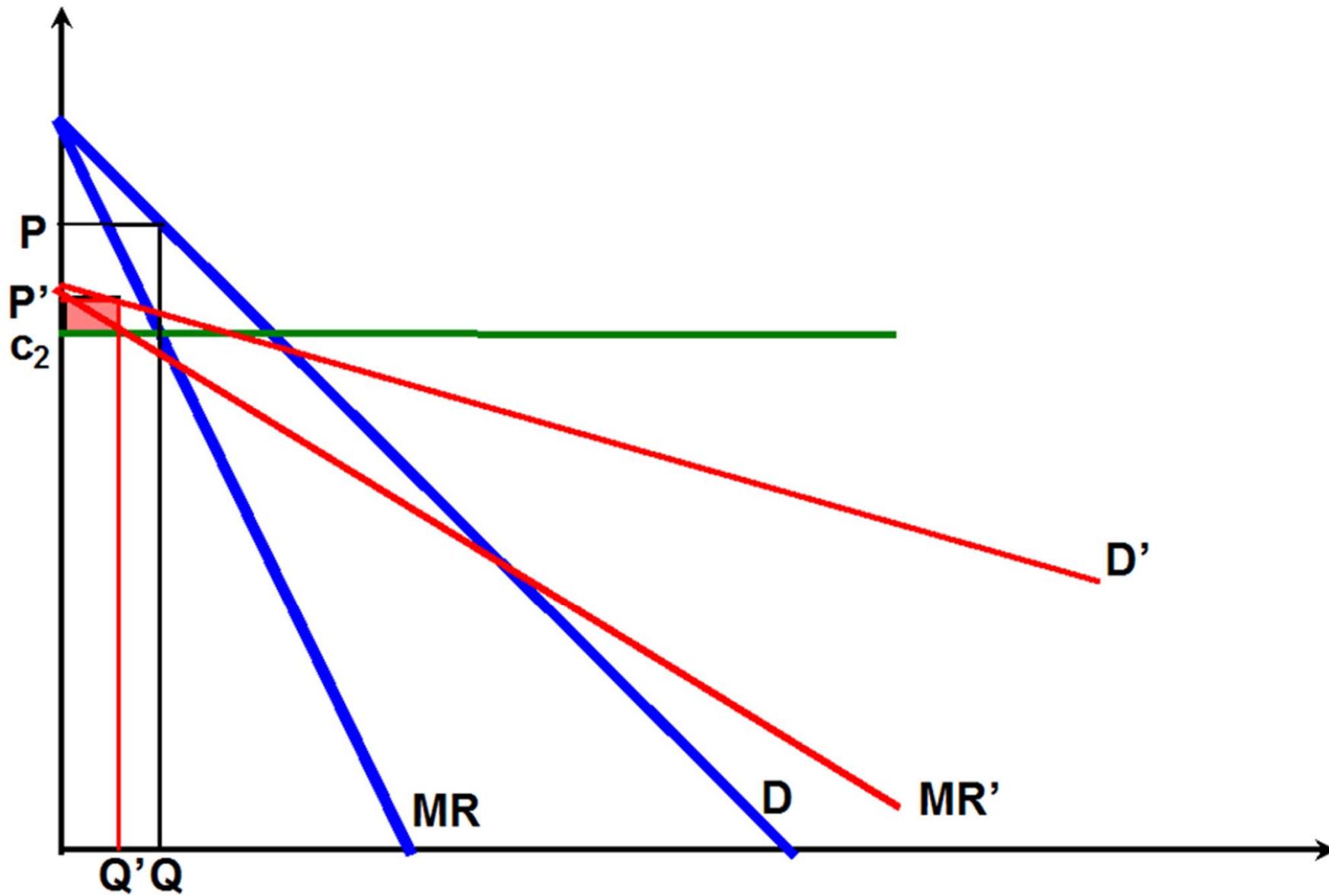
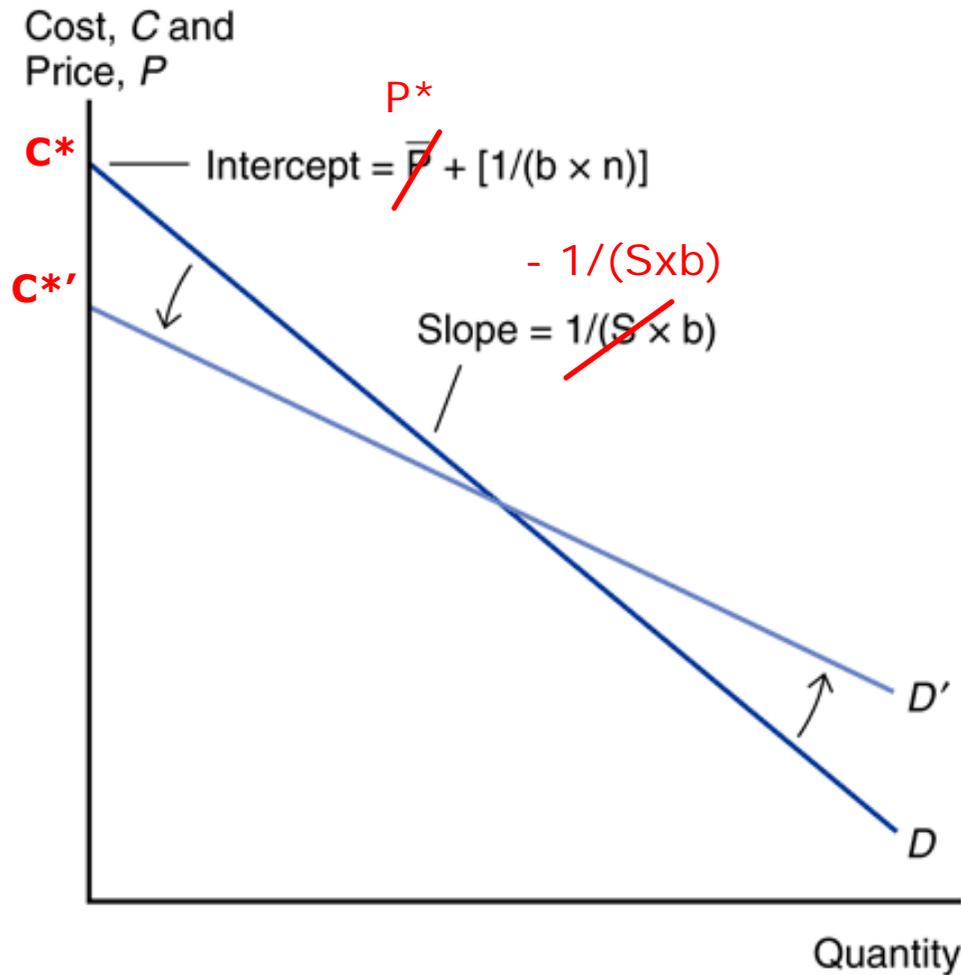
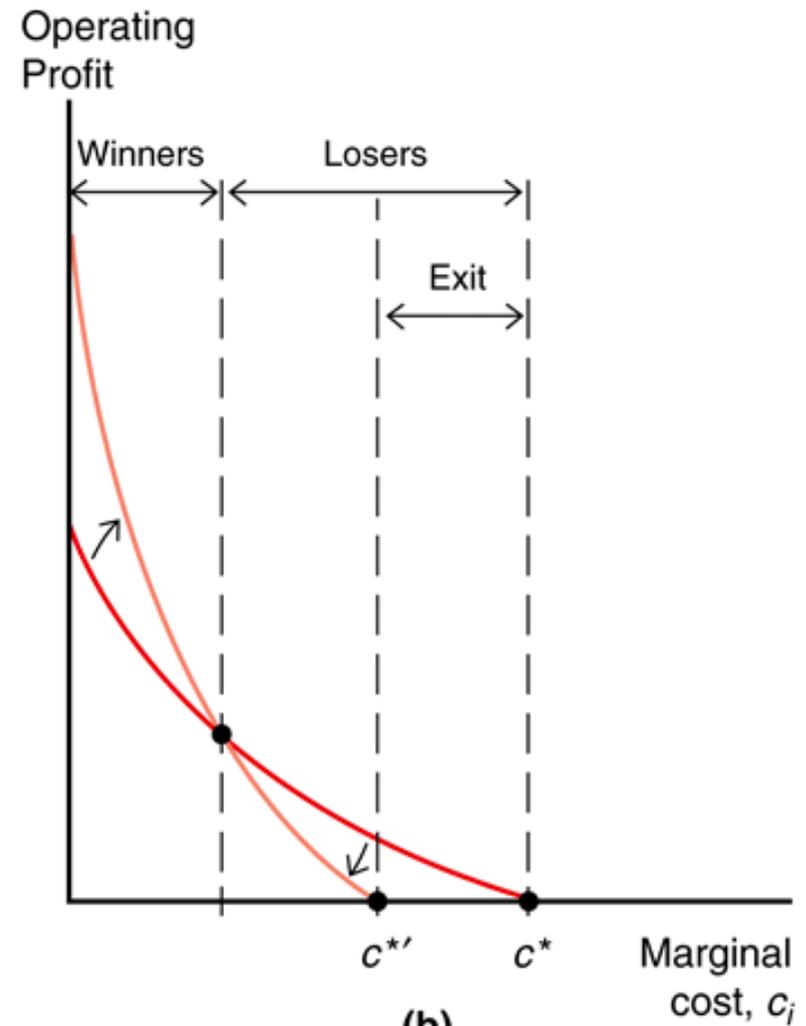


Figura 8.8 Vincitori e perdenti dell'integrazione economica



(a)



(b)

Nella figura precedente:

- (a) *La curva di domanda per tutte le imprese si sposta da D a D' : è più piatta e ha un'intercetta verticale minore.*
- (b) *Effetti dello spostamento della domanda sui profitti lordi delle imprese con diversi costi marginali c_i . Le imprese con un costo marginale tra il vecchio costo limite, c^* , e il nuovo, c^{*} , sono costrette a uscire dal mercato. Le imprese con i costi marginali più bassi guadagnano grazie all'integrazione, e i loro profitti aumentano.*

I costi del commercio e la decisione di esportare

- La maggior parte delle imprese statunitensi non registra alcuna attività di esportazione (queste imprese vendono solo ai consumatori statunitensi).
 - ❑ nel 2002, solo il **18%** delle imprese manifatturiere statunitensi dichiarava di ricavare parte del proprio fatturato dalle esportazioni
 - ❑ questa caratteristica è comune a molti paesi. Anche **in Italia** nel 2008 solo il **20,4%** delle imprese manifatturiere risultava esportare
- Anche in settori in cui le esportazioni rappresentano una parte sostanziale della produzione totale - come la chimica, la meccanica, l'elettronica e i mezzi di trasporto - meno del 40% delle imprese esporta.

I costi del commercio e la decisione di esportare (cont.)

- Una delle principali ragioni per cui i costi del commercio associati all'esistenza di confini nazionali riducono in modo così significativo il commercio è che contraggono drasticamente il numero di imprese che desiderano, o sono in grado di, raggiungere i potenziali clienti oltre confine.
 - un aumento dei costi del commercio riduce anche le esportazioni delle imprese già esportatrici

I costi del commercio e la decisione di esportare (cont.)

- L'introduzione di costi del commercio internazionale aggiunge due importanti caratteristiche al nostro modello di concorrenza monopolistica e commercio:
 - permette di spiegare (i) perché solo un sottoinsieme di imprese esporta e (ii) perché questo sottogruppo di imprese è formato da quelle più produttive (cioè dalle imprese con un costo marginale, c_i , più basso)
- L'analisi empirica ha fornito una decisa conferma di questa previsione: le imprese che esportano sono più grandi e più produttive di quelle dello stesso settore che non esportano

Figura 8.8 La decisione di esportare in presenza di costi del commercio internazionale.

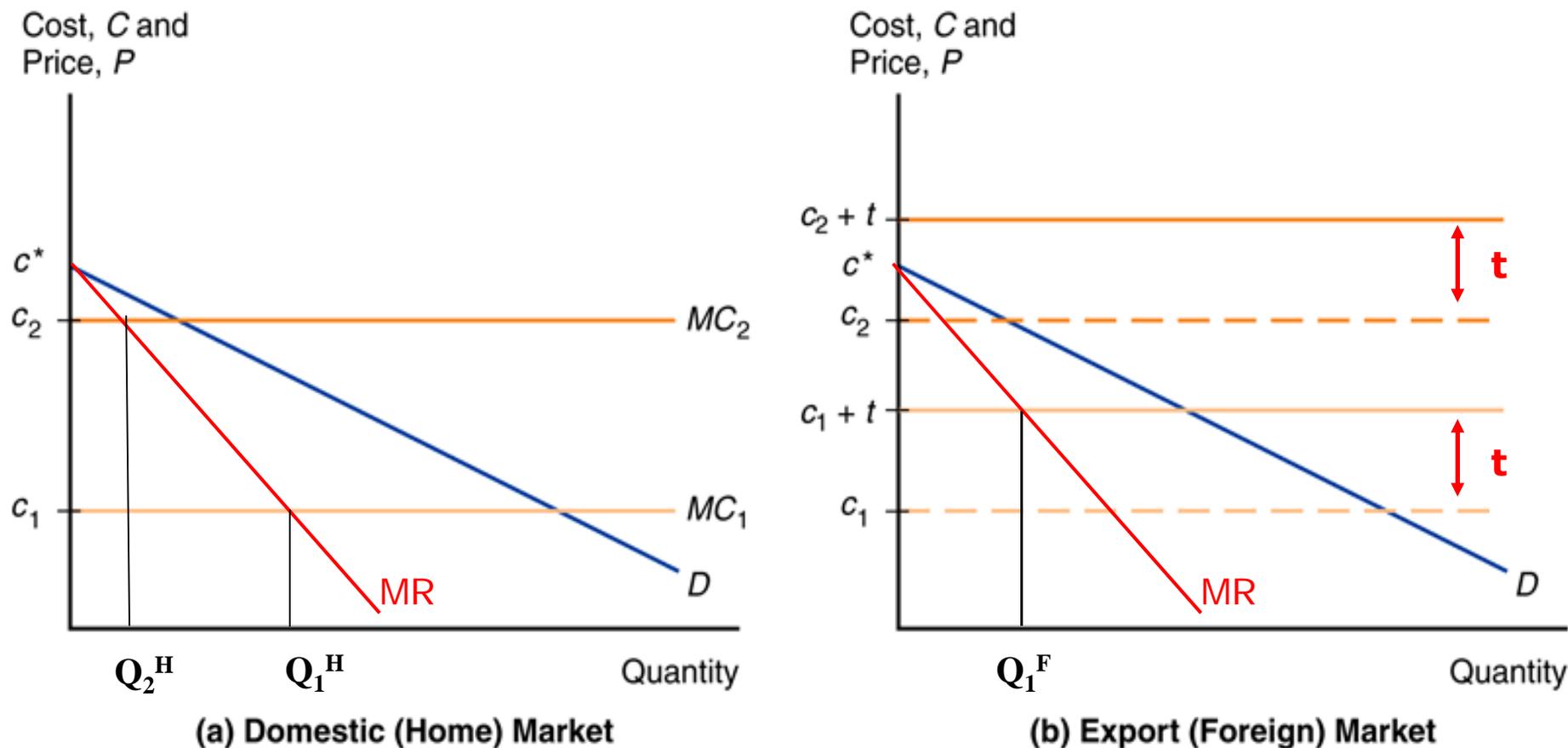


Figura 8.8 La decisione di esportare con costi del commercio internazionale. (a) Le imprese 1 e 2 operano nel mercato interno (H). (b) Solo l'impresa 1 sceglie di esportare nel mercato F. Per l'impresa 2 le esportazioni non sono convenienti a causa del costo del commercio t .

I costi del commercio e la decisione di esportare (cont.)

- Negli **Stati Uniti** in un tipico settore manifatturiero un'impresa esportatrice è in media grande **più del doppio** rispetto a un'impresa che non esporta.
 - l'impresa esportatrice media produce l'11% in più di valore aggiunto (valore della produzione meno il valore degli input intermedi) per lavoratore rispetto all'impresa media non esportatrice.
- Queste differenze tra imprese esportatrici e non esportatrici sono ancor maggiori in molti paesi europei.
 - per **il caso italiano**, la tabella che segue mostra come nel 2008 le imprese esportatrici rispetto a quelle non esportatrici fossero in media più grandi (30,3 addetti contro 4,3), avessero una produttività del lavoro più alta (59 contro 29) e un più elevato costo del lavoro (40,8 contro 26,7), investissero di più (10,7 contro 5) e generassero profitti maggiori (31,6 contro 12,6).

Tabella 8.3 Percentuale di imprese statunitensi che dichiarano di esportare per settore, 2002.

Tabella 8.3 Percentuale di imprese statunitensi che dichiarano di esportare per settore, 2002. (Fonte: A.B. Bernard, J.B. Jensen, S.J. Redding e P.K. Schott, “Firms in International Trade”, *Journal of Economic Perspectives* 21, estate 2007, pp. 105–130.)

Stampa	5%
Mobili	7%
Abbigliamento	8%
Prodotti in legno	8%
Prodotti di metallo	14%
Petrolio e carbone	18%
Mezzi di trasporto	28%
Macchine	33%
Chimica	36%
Computer ed elettronica	38%
Apparecchiature elettriche ed elettrodomestici	38%

Tabella 8.4 **Gli esportatori sono più efficienti dei non esportatori: il caso italiano**

Tabella 8.4 Gli esportatori sono più efficienti dei non esportatori. (Fonte: Istat, *Struttura e competitività del sistema delle imprese industriali e dei servizi*, ottobre 2010.)

	Dimensione media (addetti)		Valore aggiunto per addetto (mgl euro)		Costo del lavoro per dipendente (mgl euro)		Investimenti per addetto (mgl euro)		Quota dei profitti sul valore aggiunto (%)	
	esp.	no esp.	esp.	no esp.	esp.	no esp.	esp.	no esp.	esp.	no esp.
Imprese manifatturiere	30,3	4,3	59	29	40,8	26,6	10,7	5	31,6	12,6

Dumping

- Il **dumping** è la pratica che consiste nel praticare un prezzo più basso per le esportazioni che per i beni venduti nel mercato interno.
- Il dumping è un esempio di **discriminazione di prezzo** (la pratica che consiste nel far pagare prezzi diversi a consumatori diversi)
- La discriminazione di prezzo e il dumping possono verificarsi solo se:
 - ❑ esiste **concorrenza imperfetta**: le imprese sono *price setters*, possono influenzare i prezzi di mercato
 - ❑ i mercati sono **segmentati**: non è facile acquistare i beni in un mercato e venderli in un altro

Dumping (cont.)

- Il dumping può essere il risultato di una semplice massimizzazione dei profitti:
 - un'impresa con un costo marginale maggiore sceglie di fissare un markup sul costo marginale inferiore
 - un'impresa esportatrice può rispondere al costo del commercio riducendo il proprio markup nel mercato estero
- Il dumping viene normalmente combattuto dalle autorità garanti della concorrenza se è di tipo **predatorio**, cioè quando l'impresa pratica un prezzo artificialmente basso per costringere i concorrenti ad uscire dal mercato e, successivamente, creare barriere all'entrata e poter praticare un prezzo di monopolio (più alto di quello di partenza).

Protezionismo e dumping

- Anche sui mercati internazionali si pone questo problema. Il problema è determinare se l'attività di dumping ha natura predatoria o meno.
- Spesso quando il dumping avviene sui mercati internazionali c'è una presunzione che questo comportamento di dumping sia di tipo predatorio e viene perciò percepito (e perseguito) come una pratica commerciale "sleale".

Protezionismo e dumping (cont.)

- Per esempio, un'impresa statunitense può appellarsi al *Commerce Department*, affinché questo stabilisca se il dumping praticato da imprese estere ha danneggiato l'impresa.
- La *International Trade Commission* determina se l'impresa statunitense ha effettivamente subito il danno o se, verosimilmente, rischia di subirlo.
- Se questo è il caso, il *Commerce Department* può imporre un dazio, o tassa, "anti-dumping", come precauzione contro possibili danni.
 - questo dazio è uguale alla differenza fra il prezzo effettivo e il prezzo "equo" delle importazioni, dove per "equo" si intende "il prezzo al quale il bene è normalmente venduto sul mercato domestico dell'impresa produttrice" (dazio compensativo)

Protezionismo e dumping (cont.)

- Anche un'impresa dell'Unione Europea può portare un caso di dumping all'attenzione della Commissione Europea.
- A livello internazionale le varie legislazioni nazionali su questo tema sono soggette ad un vincolo: devono rispettare la regolamentazione adottata dai paesi nell'ambito dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (*WTO Anti-Dumping Agreement*)

Protezionismo e dumping (cont.)

- La determinazione della natura predatoria del dumping è molto difficile. Perciò il dumping è un tema controverso tra le politiche commerciali. Molti economisti ritengono che l'applicazione di misure contro il dumping sia una pratica sbagliata:
 - ❑ i costi del commercio inducono naturalmente le imprese a ridurre il proprio markup nei mercati esteri, dove fronteggiano una maggior concorrenza a causa della ridotta quota di mercato
 - ❑ ciò rende relativamente semplice per le imprese domestiche sollevare un'accusa di dumping contro gli esportatori nel proprio mercato

Imprese multinazionali e outsourcing

- Gli **investimenti diretti all'estero (IDE)** rappresentano quegli investimenti in cui un'impresa di un paese controlla direttamente, o possiede, una sussidiaria in un altro paese.
- Un'impresa, per convenzione, è considerata una **multinazionale** se possiede più del 10 per cento di un'impresa estera.
 - l'idea è che il 10 per cento del capitale sia sufficiente per avere un controllo effettivo sulle attività dell'impresa

Imprese multinazionali e outsourcing (cont.)

- Si ha un **IDE *greenfield*** quando un'impresa costruisce un nuovo stabilimento produttivo all'estero.
- Si ha invece un **IDE *brownfield*** (o fusioni-acquisizioni internazionali - M&A) quando un'impresa acquista una quota di controllo nell'impresa straniera.
- Gli **IDE *greenfield*** sono generalmente più stabili, mentre le fusioni-acquisizioni internazionali sono caratterizzate da ampie fluttuazioni.

Imprese multinazionali e outsourcing (cont.)

- Storicamente i maggiori destinatari di IDE sono stati i paesi sviluppati.
 - questi flussi in entrata sono molto più volatili (è in questi paesi che si concentrano gli IDE in forma di fusioni e acquisizioni) di quelli rivolti ai paesi in via di sviluppo e alle economie in transizione
- C'è però stata una crescita costante della quota di IDE verso i paesi in via di sviluppo e in transizione.
 - nel 2010, dopo la contrazione dei flussi verso i paesi sviluppati che si è avuta, per la prima volta quelli verso i paesi in via di sviluppo hanno rappresentato poco più della metà dei flussi complessivi di IDE

Figura 8.9 Flussi in entrata di investimenti diretti esteri, 1980-2010 (miliardi di dollari)

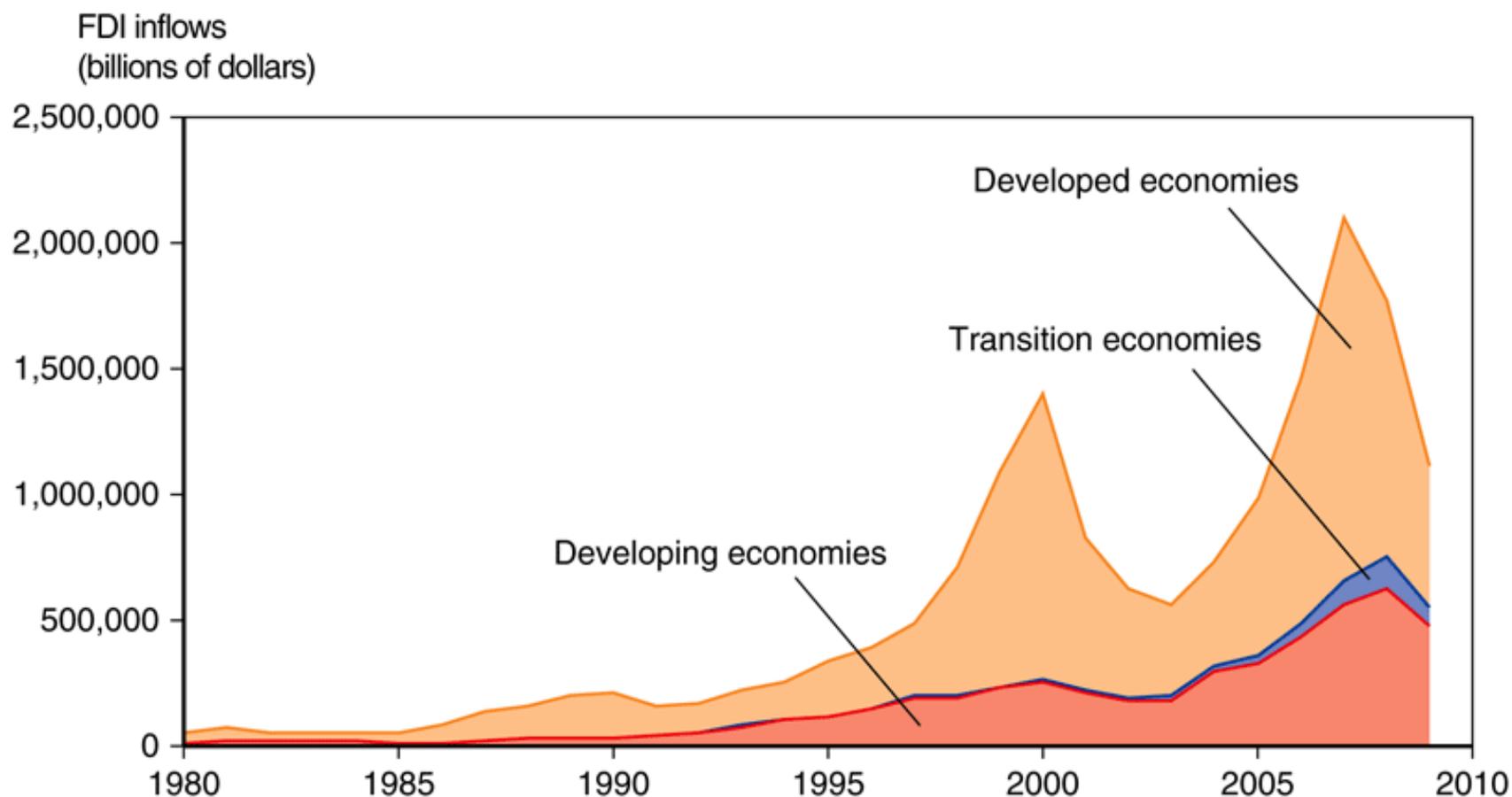


Figura 8.9 Flussi in entrata di investimenti diretti esteri, 1980-2010 (miliardi di dollari). Dalla metà degli anni Novanta i flussi mondiali di IDE sono aumentati significativamente, sebbene i tassi di crescita siano stati molto volatili. Storicamente, la maggior parte dei flussi di IDE in entrata è destinata verso paesi sviluppati. Tuttavia, la proporzione di flussi di IDE in entrata destinata alle economie in via di sviluppo e in transizione è aumentata stabilmente nel tempo e nel 2010 tali flussi rappresentavano per la prima volta poco più della metà dei flussi di IDE a livello mondiale. (Fonte: UNCTAD, *World Investment Report*, 2011.)

Multinazionali e outsourcing (cont.)

- Possiamo dividere gli IDE in due grandi categorie:
 - **IDE orizzontali**: la filiale replica in altre parti del mondo il processo di produzione che la casa madre realizza negli impianti localizzati in patria
 - **IDE verticali**: la catena della produzione viene frammentata e parte dei processi produttivi viene trasferita presso le filiali localizzate all'estero

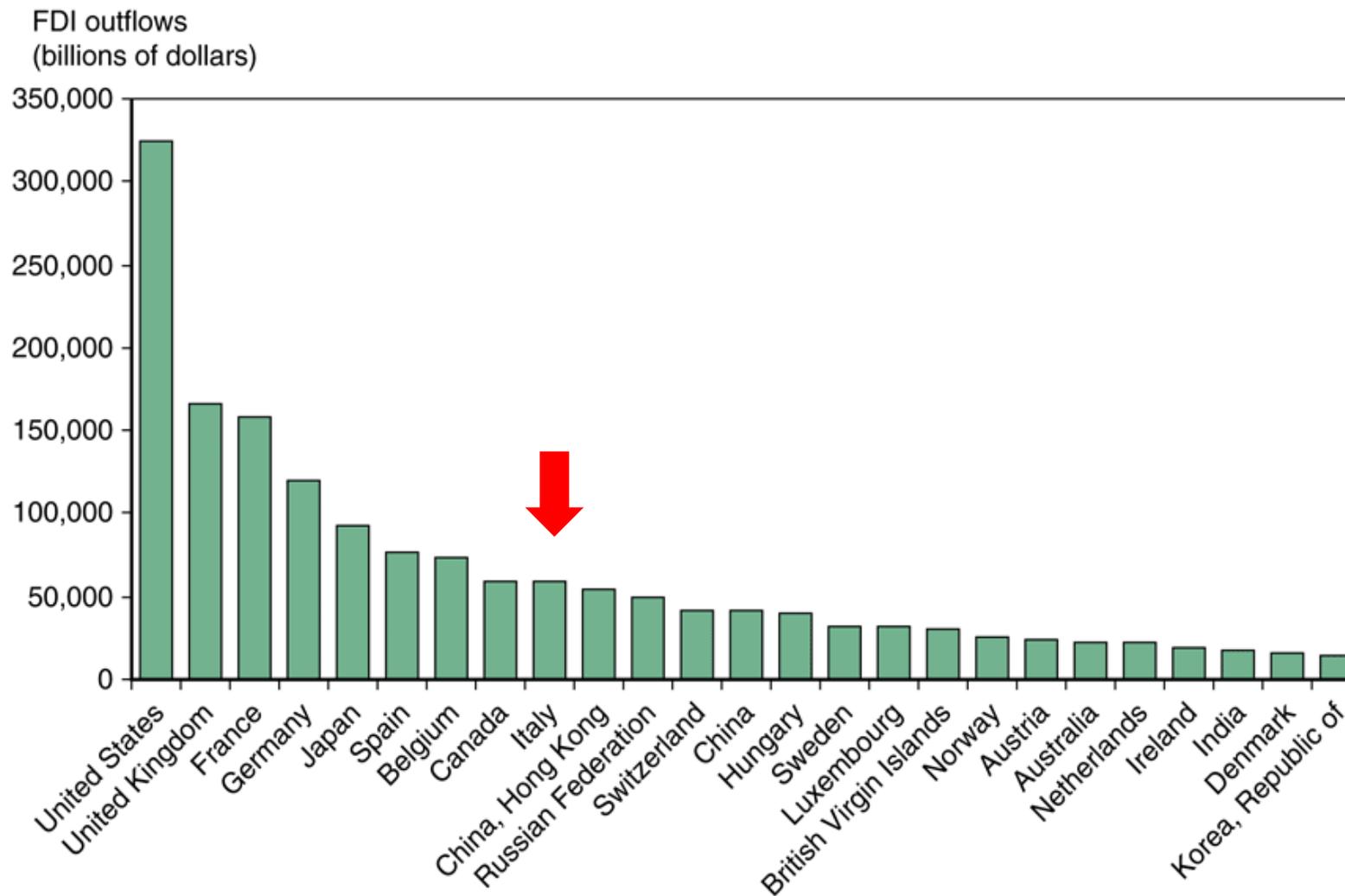
Multinazionali e outsourcing (cont.)

- Gli **IDE verticali** sono spiegati principalmente dalle differenze tra paesi nei costi di produzione (per le parti del processo produttivo che possono essere realizzate in altre località).
 - questo tipo di IDE è uno di quelli a più rapida crescita ed è responsabile del notevole aumento di flussi di IDE in entrata nei paesi in via di sviluppo (Figura 8.9).

Multinazionali e outsourcing (cont.)

- Gli **IDE orizzontali** sono costituiti principalmente da flussi tra paesi sviluppati
 - sia la casa madre che le filiali sono localizzate in paesi sviluppati
- Il motivo principale alla base di questa tipologia di IDE risiede nell'esigenza di localizzare la produzione là dove esiste un'ampia concentrazione di clienti dell'impresa (consumatori o altre imprese).
 - quindi, per le decisioni sugli IDE orizzontali i costi di commercio e trasporto giocano un ruolo molto più importante rispetto alle differenze nei costi di produzione

Figura 8.10 Investimenti diretti esteri in uscita per i primi 25 paesi, media annuale 2007-2009 (miliardi di dollari).



2007-2009 (miliardi di dollari). I paesi sviluppati dominano la lista dei principali paesi le cui imprese realizzano IDE in uscita. Più di recente, imprese di alcuni grandi paesi in via di sviluppo come la Cina e l'India hanno incrementato in modo significativo i loro IDE. (Fonte: UNCTAD, *World Investment Report*, 2010.)

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero

- Trade-off tra *prossimità* e *concentrazione*:
 - alti costi del commercio associati alle esportazioni (come nel settore automobilistico) creano incentivi a localizzare la produzione vicino ai consumatori
 - la presenza di rendimenti di scala crescenti crea incentivi a concentrare la produzione in poche zone geografiche

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero (cont.)

- Gli IDE sono concentrati in settori dove i costi del commercio sono elevati (come nel settore automobilistico)
 - quando i rendimenti di scala crescenti sono importanti e la dimensione media degli impianti è grande, si osservano maggiori volumi di esportazioni rispetto agli IDE
- Le multinazionali tendono a essere sostanzialmente più grandi e produttive delle imprese locali (anche esportatrici) all'interno dello stesso paese

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero (cont.)

- La scelta dell'impresa tra esportazioni e IDE orizzontali è legata ad un *trade-off* tra il costo unitario di esportazione **t** e il costo fisso **F** per la costruzione di un impianto produttivo aggiuntivo.
- Se **t Q > F**, l'impresa che vende **Q** unità nel mercato estero, sostiene un costo pari a **t Q** per esportare che è più alto del costo fisso **F** necessario per costruire l'impianto all'estero
 - quando le vendite all'estero sono elevate **Q > F/t**, allora le esportazioni sono più costose e la scelta che massimizza i profitti è l'IDE
 - maggiori costi del commercio da una parte e minori costi fissi di produzione dall'altra riducono la soglia di profittabilità degli IDE

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero (cont.)

- Anche le decisioni di **IDE verticali** implicano una valutazione di un *trade-off*, quello fra il risparmio di costo e il costo fisso **F** di aprire una filiale produttiva all'estero.
 - i risparmi di costo sono legati ai vantaggi comparati che rendono alcune fasi del processo produttivo meno costose in alcuni paesi

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero (cont.)

- L' *outsourcing* o *esternalizzazione all'estero* avviene quando un'impresa firma un contratto con un'impresa **indipendente** del paese estero per la realizzazione di parti specifiche del processo produttivo, sfruttando così il vantaggio di costo.
 - in aggiunta a decidere la **localizzazione** (dove produrre), un'impresa deve affrontare anche una decisione di **internalizzazione** (se effettuare la produzione in una sua filiale estera o delegarla ad un'impresa estera indipendente)
 - l'**offshoring** comprende sia l'outsourcing sia gli IDE verticali ed è definito come la rilocalizzazione di parti della catena produttiva all'estero

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero (cont.)

- Un'impresa decide di internalizzare il processo produttivo quando è più vantaggioso effettuare le transazioni all'interno di una singola organizzazione. Le ragioni per questa scelta includono:
 1. **Trasferimento tecnologico:** è più semplice all'interno di una singola organizzazione che attraverso la concessione di una licenza ad un'impresa indipendente.
 - ❑ la protezione dei brevetti e dei diritti di proprietà potrebbe essere debole o inesistente con un rischio sostanziale di perdere, in tutto o in parte, i diritti di esclusiva dell'uso della tecnologia di cui si è proprietari
 - ❑ le conoscenze necessarie per implementare la tecnologia potrebbero non essere facilmente trasferibili con la licenza

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero (cont.)

2. L'**integrazione verticale** implica l'internalizzazione di diversi fasi del processo produttivo.
 - evita (o almeno riduce) costose rinegoziazioni in caso di conflitto dopo che un accordo iniziale è stato raggiunto (problema dell' "*hold up*")
 - ma un fornitore indipendente può beneficiare delle economie di scala se effettua lo stesso processo produttivo per molte imprese

La decisione dell'impresa sugli investimenti diretti all'estero (cont.)

- Gli IDE creano benefici per i paesi coinvolti per ragioni simili a quelle del commercio internazionale:
 - le multinazionali e le imprese che esternalizzano la produzione sfruttano le differenze di costo che favoriscono lo spostamento della produzione (o parti di essa) in particolari località
 - l'effetto è molto simile alla rilocalizzazione della produzione che si verifica tra settori quando i paesi si aprono al commercio
 - conseguenze simili sul benessere si hanno nel caso delle multinazionali e dell'outsourcing: rilocalizzare la produzione per trarre vantaggio dalle differenze di costo porta a guadagni complessivi dallo scambio, ma vi è anche la probabilità di indurre effetti redistributivi che possono danneggiare alcuni gruppi sociali

Riassunto

1. Le economie di scala interne implicano che i costi medi si riducano al crescere della produzione dell'impresa.
2. In concorrenza monopolistica, ogni impresa ha un certo potere di mercato garantito dalla differenziazione del prodotto, ma deve competere con altre imprese (il prezzo dell'impresa si ipotizza non essere influenzato dalle decisioni di prezzo dei concorrenti).
3. Nel modello di concorrenza monopolistica, i guadagni dallo scambio si realizzano grazie ai minori costi e ai minori prezzi (effetto pro-competitivo), oltre che grazie all'ampliamento della gamma di prodotti disponibili per i consumatori (effetto varietà).

Riassunto (cont.)

4. Il modello di concorrenza monopolistica prevede l'emergere di flussi di commercio intra-settoriali.
5. In un modello di concorrenza monopolistica non è possibile prevedere la localizzazione delle imprese all'apertura degli scambi.
6. Questo modello prevede che paesi con dotazioni fattoriali relative simili diano vita a flussi di commercio intra-settoriale.

Riassunto (cont.)

7. Il dumping può essere una strategia di massimizzazione dei profitti quando un'impresa fronteggia concorrenza limitata sul suo mercato domestico, ma forte concorrenza sui mercati esteri.
8. Le imprese multinazionali sono generalmente più grandi e più produttive delle imprese che esportano, le quali a loro volta sono più grandi e più efficienti delle imprese che vendono solo sul mercato domestico.

Riassunto (cont.)

9. Le imprese multinazionali effettuano investimenti diretti all'estero quando la prossimità è più importante che concentrare la produzione in un unico luogo.
 - le imprese producono dove è più vantaggioso in termini di costi – all'estero se la produzione è abbastanza grande. Le imprese possono decidere di replicare l'intero processo produttivo all'estero o di delocalizzare solo alcune fasi del processo produttivo
 - le imprese devono anche decidere se internalizzare la produzione o concederla in licenza ad un'altra impresa