



Teoria Dell'Impresa Appunti

Teoria dell'impresa (Università di Bologna)



Scansiona per aprire su Studocu

Appunti Teoria dell'Impresa 2020/2021

Prof: Sabrina Pedrini, Corso: Informatica per il Management (UniBo)

Lezione 1: recap + introduzione

Teoria della produzione: costruzione del valore alla base di qualsiasi processo produttivo —> acquisisce maggiore complessità mano a mano che i prodotti hanno contenuti intangibili. L'aspetto della trasformazione del valore è quello più importante da valutare: si valuta in termini monetari (indicatori tangibili) o in altri termini, tramite i quali è più difficile.

Esempio: utilizzo del computer —> Il computer serve per lavorare/studiare ma anche nel nostro tempo libero, quindi è un mezzo che adempie a una funzione. Cosa porta alla scelta di un pc rispetto a un altro?

La *scelta di un consumatore* è funzionale a ciò di cui ha bisogno, quindi prende un prodotto in base alle proprie esigenze, ma ci sono alcuni aspetti da tenere in considerazione: disponibilità economica, funzionalità del prodotto, gusto ed estetica. Alla base della scelta, però, vi è anche la percezione che il consumatore ha nei confronti di un oggetto, cosa che rende un *valore intangibile* al prodotto.

Teoria della produzione = teoria del consumo = allocare risorse disponibili.

Il *valore aggiunto* dei prodotti, dimensione che garantisce la produttività in un sistema economico, è intangibile, perché può essere legato a qualcosa di personale per il consumatore —> le imprese si giocano il loro *vantaggio competitivo* su questo, sull'alto contenuto simbolico che può avere un prodotto.

Anche la comunicazione di un'impresa è un valore intangibile.

Teoria dell'abbondanza: la risorsa del pensiero non è una risorsa scarsa, ma rappresenta un capitale —> non si parla solo di capitale finanziario, ma di tutto ciò che può essere accumulato e prodotto (la conoscenza). Per questo non si parla più di economia della scarsità.

La *produttività* non è solo una forma di misurazione del lavoro, ma anche del valore aggiunto. Le economie ad alta produttività sono quelle che riescono a mettere sul mercato prodotti con un alto valore simbolico.

Dire che il sistema deve avere maggiore produttività non significa necessariamente che deve aumentare il lavoro, si dovrebbe ragionare anche in termini di aumento del valore aggiunto.

I sistemi monoprodotto sono molto fragili, la *diversificazione* permette di essere più resilienti —> concetto di resistenza. Non deve essere un aspetto esclusivo, ma deve essere considerato. Si devono considerare maggiori livelli di valore ma anche maggiori livelli di produttività, che è data dal maggior valore aggiunto e non dal minor costo che l'impresa sostiene.

Obiettivo di un'azienda: perseguire utili, ma non solo —> oggi gli obiettivi di un'impresa sono cambiati, cercano di essere anche socialmente e ambientalmente sostenibili.

Trasformare il valore —> lo si fa tramite beni e servizi. Parliamo di servizi anche quando parliamo di contenuti culturali. Pensiamo a Netflix: svolge un servizio, non offre dei

prodotti, infatti noi paghiamo un abbonamento al servizio → trasformazione di beni in servizi (si perde di tangibilità).

Accesso diverso da possesso: contesti che sono cambiati a seconda della natura del sistema economico con cui ci confrontiamo → *economia della scarsità* (allocare risorse scarse per produrre prodotti) - *economia dell'abbondanza* (al centro vi sono la creatività e il valore simbolico): abbiamo servizi cui si può accedere, *prima si comprava ora si utilizza*. La trasformazione del prodotto (film in DVD - film su Netflix) ha trasformato il bene in un servizio cui si accede, non più un prodotto che si compra, cosa cambia? Dal momento in cui un bene non è più tale, si riduce la mia disponibilità a pagare: io voglio comunque vedere il film ma sono disposto a pagare meno, cioè se devo pagare quei 10€ al mese, allora voglio poter vedere 100 film → la disponibilità a pagare si riduce praticamente a 0.

L'**ambiente** è mutevole, cambia per diversi motivi e può modificare il contesto in cui l'impresa si trova ad agire: ne conseguono dei cambiamenti anche sostanziosi per l'azienda. La teoria classica economica, che è la base su cui poi si costruisce tutto il pensiero economico, è costruita su modelli produttivi e su una società che non esistono più, ma il conoscerli ci permette di costruire modelli diversi. Le imprese sono chiamate ad analizzare con più chiarezza quale sia il valore che si va a costruire, prendendo in considerazione concetti che mettono in discussione la teoria classica. Oggi si è chiamati ad avere una visione più ampia e a considerare altri aspetti.

Lezione 2: concetti fondamentali

Nell'ambito della teoria dell'impresa, dove si guarda dentro l'impresa perché è lì che si trovano i fattori che garantiranno un valore aggiunto all'azione dell'impresa, si guarda ai **costi** → distinzione tra:

- **breve periodo (BP)**: il management non modifica le proprie decisioni di produzione → se avvengono cambiamenti all'esterno, le decisioni di produzione non cambiano (BP compreso tra un trimestre e un anno)
 - non tutti gli input di produzione sono variabili → *CF* (costo fisso: costo molto alto che viene sostenuto nella fase iniziale della propria produzione → viene ammortizzato nel corso del tempo e il suo andamento ci mostra come sia decrescente mano a mano che aumenta il tempo e mano a mano che cresce la produzione) + *CV* (costi variabili) = *CT* (costo totale);
 - l'impatto dei costi variabili è molto inferiore rispetto a quello dei costi fissi;
- **lungo periodo (LP)**: il management può modificare le proprie scelte (tempo che va da uno a cinque anni) → seguire l'andamento e i cambiamenti ambientali e sociali e in funzione di questi modificare il proprio livello di produzione e in funzione di questo modificare gli input che vengono adottati:
 - tutti i fattori di produzione sono variabili ($CV = CT$);
 - modificando le decisioni di produzione si modificano anche gli input.

Questa distinzione non necessariamente è di tipo temporale, ma ci si riferisce alla natura degli impianti e al tempo che il management richiede per modificare le proprie decisioni riguardo la produzione.

Come vengono prese le **decisioni** da parte dell'impresa? Dobbiamo ricordare che il processo produttivo è un processo che serve per *creare valore* (valore = qualcosa che può essere facilmente identificabile e misurabile, ma altre volte può essere più sfuggente e più difficile comprendere con chiarezza quale sia il valore di un determinato bene, perché prezzo di vendita e prezzo dei fattori di produzione potrebbero non coincidere):

- il prezzo di vendita dovrebbe descrivere perfettamente il processo produttivo e il percorso che l'impresa ha seguito per creare valore, ma nell'economia dell'abbondanza non è così;
- l'impresa produce in equilibrio quando il prezzo è uguale al costo marginale, ipoteticamente in concorrenza perfetta.

La **produzione** e la **creazione di valore** sono aspetti relazionali: il valore viene costruito prendendo in considerazione come vengono combinati tra di loro gli input, ma anche come all'interno di un percorso aziendale vengono strutturate le relazioni ma anche come l'impresa si relaziona con l'ambiente esterno e con i propri competitori (come si collocano le imprese in un contesto competitivo).

Quali sono gli aspetti che un'azienda deve tenere in considerazione quando si colloca in un mercato?

- *vincoli legati ai costi dei propri fattori di produzione*;
- *vincoli tecnologici*, descritti dalla funzione di produzione \rightarrow livello di output calcolato in funzione dell'input ($q = f(x)$ indica che il livello di output q deriva in maniera diretta dalla quantità di input x che io utilizzo);
 - f descrive una relazione funzionale ed indica qual è la tecnologia a disposizione dell'impresa, cioè in che modo io posso trasformare x per ottenere un livello q di output;
 - la tecnologia a disposizione dell'impresa è descritta dalla funzione di produzione \rightarrow all'interno di un'industria questa funzione è comune a tutti nell'ambito della semplificazione che il modello economico utilizza;
- *vincoli di mercato*, che può essere monopolistico, oligopolistico o tendente alla concorrenza perfetta.

Obiettivo principale dell'impresa: *massimizzare il profitto* (profitto = differenza tra ricavi e costi) \rightarrow problema della **dualità**, ovvero l'impresa deve massimizzare i suoi ricavi ma al contempo minimizzare i suoi costi: in questo modo massimizza il profitto.

Non si parla solo di costi di natura contabile ma anche di **costo opportunità** \rightarrow in economia si contano sempre anche tutte le occasioni perse: quanto vale la migliore alternativa possibile? Costo opportunità = valore della migliore alternativa a cui stiamo rinunciando nel momento in cui effettuiamo una scelta.

Internalizzare i costi esterni fa sì che l'impresa debba sostenere costi più alti e questo modifica le decisioni di produzione \rightarrow quando non è più necessario per l'impresa modificare la propria produzione, vuol dire che si trova in una posizione di equilibrio.

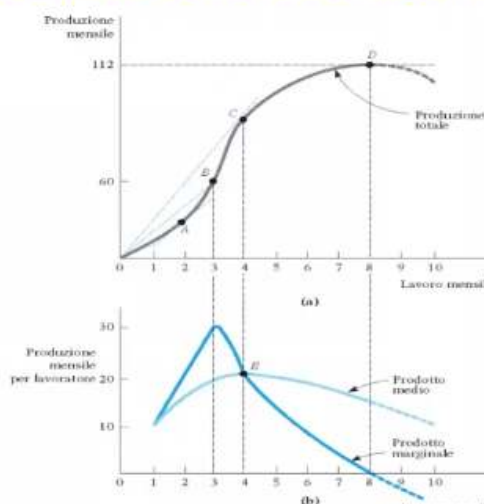
L'interesse di un'impresa a modificare le proprie decisioni di produzione si descrive attraverso due dimensioni:

- **valori marginali**: descrivono l'andamento futuro → come cambieranno le cose se modifico la produzione?
- **valori medi**: descrivono la condizione presente.

FUNZIONE DI PRODUZIONE, FUNZIONE DI PRODOTTO MARGINALE E FUNZIONE DI PRODOTTO MEDIO → è importante la loro relazione.

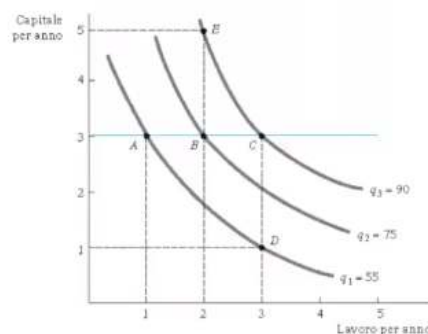
Caso di un *unico fattore produttivo variabile*:

- i punti A, B, C e D sono punti in cui la **Produzione con un unico fattore variabile** curva che descrive la funzione di produzione cambia di verso;
- alla sinistra del punto E (dove la funzione di prodotto medio coincide con la funzione di prodotto marginale), la funzione di produzione marginale giace al di sopra di quella media, viceversa alla destra del punto E → il punto E corrisponde al punto C, in corrispondenza del quale c'è un cambio di verso nella funzione di produzione;
- a sinistra di C, il contributo del nostro input di produzione sulla quantità di output è più che proporzionale → dalla rapidità con cui cresce la curva si nota che aumentare di una unità il nostro fattore di produzione si fa aumentare l'output in modo più che proporzionale (fasi iniziali del processo produttivo o settori emergenti);
- in corrispondenza di C, la produzione continua a crescere ma il contributo che questo fattore sta dando è via via meno rilevante, quindi la funzione di produzione cresce in maniera meno proporzionale fino al punto D, punto di equilibrio stabile al di là del quale la funzione di produzione decresce, quindi dove sono inutili altri contributi di questo fattore produttivo;
- dal punto C al punto D, si nota dal grafico sotto che si ha una situazione opposta rispetto a prima, ovvero la curva di prodotto marginale giace al di sotto della curva di prodotto medio;
- il punto in cui si azzerava la funzione di prodotto marginale coincide con il punto di equilibrio stabile della funzione di produzione;
- fino a che la funzione di produzione marginale giace al di sopra di quella media, l'impresa è incentivata ad aumentare il suo livello di produzione e quindi ad aumentare gli input → superato il punto E, le cose cambiano: al di là di questo livello di produzione, l'impresa non è più incentivata ad aumentare il suo livello di produzione, ma è importante stabilizzarlo;
- il contributo che un fattore produttivo dà al livello di output tende a decrescere sia con il tempo sia con la quantità di output prodotta (questo se il fattore di produzione è unico).



Se i *fattori di produzione* sono più di uno (esempio: lavoro e capitale), si descrive il livello di output con un isoquanto di produzione:

Produzione con due fattori variabili



- i fattori di produzione sono normali e indipendenti tra loro, nel grafico a lato (Cobb-Douglas)
- esistono anche altri tipi di fattori e quindi altri tipi di grafico → la forma funzionale ci permette di capire quale dei due fattori può essere più rilevante e in che modo i fattori devono essere combinati tra di loro per determinare un certo output;
- se i fattori sono variabili, allora il contributo di un solo fattore rischia di avere degli effetti meno che ottimali sulla totalità dell'output, poiché entrambi i fattori devono variare contemporaneamente per determinare un certo output.

Produttività del lavoro non sempre vuol dire lavorare più velocemente → viene considerata più alta la produttività di un lavoratore che opera in un settore ad alto valore aggiunto piuttosto che quella di un lavoratore che opera in un settore a basso valore aggiunto: in base a ciò, spesso viene deciso quali lavori abbiano salario più alto di altri.

Quando parliamo di produzione e di consumo, dobbiamo considerare che i *fattori di produzione* sono **sostituibili** → il *saggio marginale di sostituzione tecnica* mette in relazione le produttività marginali dei fattori di produzione: sostituire un fattore produttivo con un altro vuol dire prendere in considerazione quale sarà la produttività marginale di un fattore e quella di un altro e in che modo io li metto in relazione tra loro.

Lezione 3

ECONOMIA E RENDIMENTI DI SCALA



La **funzione di costo di lungo periodo** viene rappresentata come la somma delle funzioni di costo di breve periodo → i punti di massima efficienza nella produzione coincidono con il punto di minimo della curva di costo di breve periodo: la somma orizzontale di questi punti di minimo caratterizza una curva che descrive il costo di lungo periodo, che ha sempre una forma a U ma è molto più piatta rispetto alle curve di breve. L'*andamento della curva* di lungo è prima

decrescente e poi crescente e ci mostra come l'impresa vede aumentare il suo livello di efficienza mano a mano che aumenta la sua scala di produzione, fino ad arrivare al punto

di minimo della curva di lungo periodo, dopo il quale la curva ricresce. L'impresa, mano a mano aumenta la sua produzione, vede la totalità dei suoi costi ridursi —> l'incidenza dei costi sulle singole unità di prodotto va riducendosi. L'incidenza sulle singole unità di output sulla totalità dei costi tende a crescere dopo un certo punto —> l'andamento del costo fisso è decrescente perché viene ammortizzato nel tempo su una maggiore quantità di output, ma più aumenta la produzione diventano sempre più importanti i costi variabili. Si arriva a un punto in cui l'impresa deve modificare le sue scelte (punto B).

Collegamento tra l'andamento dei costi e le economie di scala —> godere di economie di scala vuol dire godere di vantaggi all'interno di un'industria che possono rivelarsi strategici per assicurarsi una certa posizione all'interno dell'industria e anche per ostacolare l'ingresso di altre imprese.

Si parla di economie di scala di natura pecuniaria o reali:

- le **economie di scala di natura pecuniaria** sono quelle forme di risparmio che l'impresa può ottenere pagando, per esempio, prezzi più bassi relativamente ai fattori di produzione e questo deriva dal fatto che si può approvvigionare di maggiori quantità di input —> pagare meno le materie prime, costi minori per il finanziamento esterno per l'approvvigionamento, costi minori per il trasporto, costi minori per la distribuzione: l'economia di scala è un'economia esterna (= non dipende dalle caratteristiche esterne dell'impresa ma dal contesto in cui essa opera e dalla sua forza contrattuale che esercita sul mercato dei fattori di produzione) —> vantaggio per l'impresa: approvvigionarsi a costi più bassi rispetto a eventuali competitori;
- le **economie di scala reali** sono legate all'aumentare del livello dell'output e derivano dal fatto che mano a mano che aumenta il livello di output l'impresa può usufruire di minori input —> effetti di costo fisso: arrivati a un certo livello di produzione, certi costi incidono meno
 - **economie di capacità di riserva** —> legate alla possibilità dell'impresa di non interrompere il suo flusso di produzione quando, magari, alcuni impianti non funzionano;
 - **economia di scorta**: le scorte legate ai fatti di produzione aumentano all'aumentare delle nostre necessità di produzione e quindi al nostro output, ma allo stesso tempo aumentano in maniera meno che proporzionale;
 - **rendimento crescente di scala**: rappresenta un fenomeno fondamentale all'interno delle economie di scala e deriva dalle indivisibilità tecniche —> esistono fattori di produzione che non possono essere divisi e questo garantisce un vantaggio per chi possiede questi fattori + meccanizzazione della produzione: mano a mano che aumenta la scala di produzione, quindi la dimensione dell'impresa, alcuni processi diventano più automatizzati e questo riguarda il modo in cui si deve organizzare l'impresa:
 - questi fattori sono legati a un rendimento di scala crescente anche quando si opera all'interno di una scala piccola —> mentre sono certi in un contesto di grandi dimensioni, sono probabili in un contesto di piccole dimensioni;

- **rendimenti statici** —> i rendimenti di scala non dipendono esclusivamente dall'indivisibilità tecnica ma possono derivare anche da elementi di natura statica, ovvero dal rapporto che esiste tra spazio e volume:
 - la capacità di produzione di un impianto dipende dal volume, mentre il costo dipende dall'area —> il costo di produzione aumenta in misura meno che proporzionale rispetto alla produzione stessa;
- **economie di specializzazione (rendimenti dinamici)**: mano a mano che aumenta la scala dell'impresa, è possibile che l'impresa si organizzi in comparti che lavorano in maniera indipendente tra loro e che sono fortemente specializzati al loro interno —> una specializzazione del lavoro più spinta porta a un aumento di efficienza di produttività e quindi a una diminuzione dei costi.

Gli aspetti che sono stati sottolineati sono aspetti legati a un'idea di sistema economico lineare, dove la dimensione della crescita non viene messa in discussione. Ma a volte, all'aumentare della dimensione dell'impresa è possibile incorrere in diseconomie di scala, causate da certi limiti (difficoltà di gestione di catene molto lunghe, problemi di coordinamento e di controllo, scarsa offerta di lavoro, fenomeni di conflittualità all'interno dell'impresa, ecc.). Non sempre alla crescita di scala dell'impresa seguono esclusivamente benefici e fattori positivi, possono anche essere elementi di difficoltà.

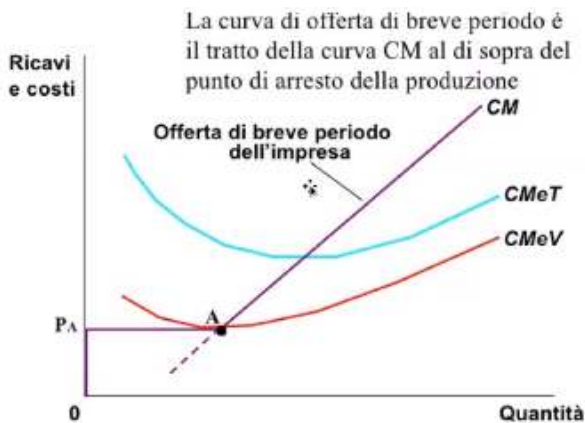
FUNZIONE DI COSTO DI UN'IMPRESA MULTIPRODOTTO

Esempio classico di *economia di varietà*, ovvero di opportunità per l'impresa di realizzare prodotti differenti, è quello dell'economia dei media —> la Disney oggi è l'impresa più grande al mondo e ha una differenziazione di prodotto basata sul diverso utilizzo che si può fare dei prodotti che offre: vantaggi che derivano dallo sfruttamento di un format o di un concept.

Costo totale: $c(1) + c(2) + \dots$ —> $c(1)$ = costo legato al prodotto 1.

Quando l'impresa valuta quale settore implementare dovrà considerare quale settore sia più efficiente. Grandi gruppi ritengono necessario realizzare economie di varietà, chiamate anche economie di scopo, perché hanno convenienza a produrre più prodotti contemporaneamente e quindi a poter controllare costi che complessivamente sono più bassi rispetto a quelli che sarebbero i costi delle singole imprese. Se $c(1)$ fosse un costo associato a un prodotto, la somma dei costi che le singole imprese 1, 2 e 3 dovrebbero sostenere per realizzare i singoli prodotti è maggiore rispetto al costo che dovrà sostenere un'impresa conglomerata che produce tutti e tre i prodotti. Esistono dei comparti all'interno dei quali sono possibili dei risparmi di efficienza.

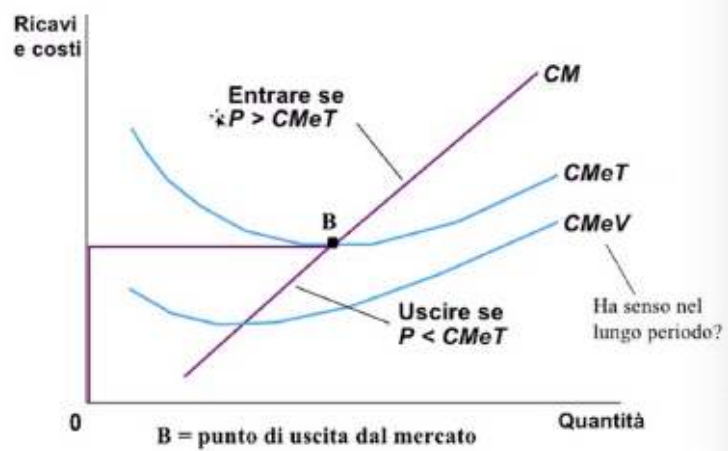
DAL BREVE PERIODO AL LUNGO PERIODO



La curva di offerta della nostra impresa (CM) coincide per una parte con l'asse verticale, poi è parallelo all'asse orizzontale e dal punto A cresce. Questo ci descrive la relazione che esiste tra costi che l'impresa sostiene e prezzo di mercato.

Tratto di CM tra 0 e P_A —> per l'impresa non è interessante produrre. Il punto di equilibrio nella produzione coincide con il punto A, che vede il prezzo uguale al ricavo marginale.

Rimanere su un mercato in cui il prezzo di vendita del prodotto eguaglia il punto di minimo della CmeV vuol dire a malapena coprire i CV. Se nel LP non è possibile per l'impresa collocarsi almeno in corrispondenza del punto B, vuol dire che l'impresa non riesce a recuperare i costi fissi, allora l'impresa non ha più interesse a rimanere sul mercato.



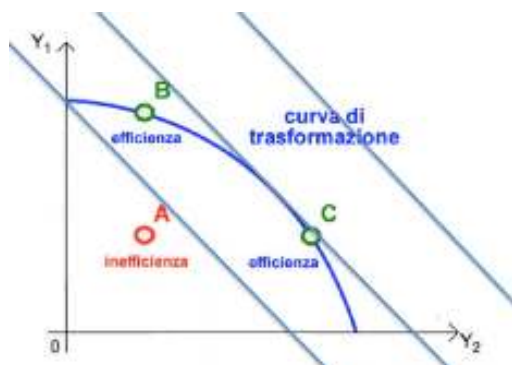
CURVA DI TRASFORMAZIONE

Le funzioni di costo di una singola impresa vanno sommate orizzontalmente e formano la curva di offerta dell'intero mercato. L'informazione relativa alle funzioni di costo ci parla di efficienza nella produzione dove la variabile strategica per perseguire l'efficienza è la variabile di costo. Ma quando si parla di efficienza, questa è perseguibile anche attraverso la scelta di un prodotto che deve essere realizzato in maniera ottimale, anche basandosi su una combinazione ottima dei fattori di produzione. Bisogna capire in che modo i beni, cioè i fattori di produzione, possono essere sostituibili fra di loro, attraverso la **curva di trasformazione**.



La curva blu rappresenta un luogo dei punti, un insieme di possibilità di produzione, dove vengono combinati infiniti livelli di output che è possibile ottenere data una quantità di input, cioè utilizzando infinite tecniche a disposizione dell'impresa. I punti B e C mostrano modi diversi di combinare gli input, entrambi validi; il punto A è un modo non efficiente di combinare gli input. Punti esterni, cioè alla destra della curva, rappresentanti punti che non sono economicamente disponibili per l'impresa, non sono raggiungibili.

Saggio marginale di trasformazione (SMT): mostra il rapporto tra i prezzi dell'input 1 e dell'input 2, cioè il rapporto tra le derivate prime delle quantità di input → soluzione ottimale.



Obiettivo dell'impresa: massimizzazione di profitto
 → la funzione di profitto, cioè la differenza tra i ricavi e i costi, che di solito viene descritta come una funzione lineare ($\text{profitto} = \text{ricavi} - \text{costi} = [p_1(q_1) + p_2(q_2)] - [c_1 - c_2]$), è un insieme di rette negativamente inclinate nel piano cartesiano. La retta tangente alla curva di trasformazione indica la soluzione ottimale. Il punto di ottimo è il punto di tangenza e in corrispondenza di quel punto vale

l'uguaglianza del SMT = $d(y_1)/d(y_2) = p_1/p_2$.

ORGANIZZAZIONE INDUSTRIALE

Omogeneità del prodotto: requisito per la concorrenza perfetta → lontano da ciò che accade nei mercati reali, dove per quanto simili i prodotti possono comunque essere sostituibili, perché presentano degli elementi di differenziazione, anche se marginali. Gli **elementi di differenziazione** possono essere legati al gusto del consumatore o alla qualità del prodotto:

- **aspetti legati al gusto del consumatore** → **differenziazione orizzontale:** manca un criterio oggettivo per definire se un bene è superiore all'altro; è importante perché permette all'impresa di concentrarsi su una forma di competizione che non è legata al prezzo (valore che l'impresa definisce in base ai costi che sostiene):
 - costi di transazione + costi diversi associati a prodotti che vanno a soddisfare consumatori che si trovano in luoghi differenti → ad esempio, costi diversi associati a costi di trasporto diversi;
 - il consumatore sceglie sulla base di dimensioni intangibili → l'impresa cerca di acquisire nuovi settori di mercato e quindi nuovi consumatori;
- **aspetti legati alla qualità** → **differenziazione verticale:** esistono degli aspetti, degli elementi oggettivi, che mettono il consumatore nella condizione di ordinare i prodotti, quindi di individuare una scala di preferenze legate alla qualità dei contenuti, in base a caratteristiche funzionali:
 - esiste un contesto competitivo → l'impresa che opera in un regime di monopolio non è incentivata a differenziare, a differenza di un'impresa che opera in un contesto oligopolistico, dove la differenziazione viene introdotta anche per rispondere ad una diversa disponibilità del consumatore a pagare prezzi diversi per prodotti di qualità diversa;
 - è possibile determinare se un bene è migliore o peggiore di altri e la qualità del bene diventa un elemento oggettivo in base al quale i beni possono essere ordinati gerarchicamente dal consumatore.

Le imprese possono esercitare entrambe queste forme di differenziazione.

La condizione in base alla quale un'impresa opera in condizione di efficienza vale sia in caso di monopolio sia in caso di oligopolio ($R' = C'$) —> ma questo criterio non prende in considerazione la *qualità dei prodotti*. Quando si pensa all'aspetto legato alla qualità, l'impresa ha come obiettivo quello di minimizzare i suoi costi, quindi non è incentivata a produrre qualità:

- **consumatore marginale** (consumatore che l'impresa si può procurare) —> ciò che interessa all'impresa, in base a cui decide quanto badare alla qualità;
- **consumatore medio** (consumatore già presente) —> il suo gusto e la sua possibilità di spesa sono oggetto di studio per il pianificatore sociale.

Il contenuto di qualità rischia di essere prodotto in quantità sub-ottimale, se completamente lasciato nelle mani del soggetto privato, che non produce cose di qualità se non ne vede il profitto. Viene posta in evidenza la *differenza tra privato e collettivo*: valori marginali e valori medi —> se un'impresa non vede profitto nel produrre beni di alta qualità, non li produce: rischio che il prodotto di qualità sparisca dal mercato. È importante l'intervento del pianificatore sociale o di un qualche soggetto pubblico che regoli queste dinamiche.

PROMOZIONE E PUBBLICITÀ

Elementi di differenziazione —> più le caratteristiche di qualità sono intrinseche al prodotto, più queste devono essere mostrate al consumatore per essere percepite. La **comunicazione** tra impresa e consumatore diventa essenziale —> promozione e pubblicità sono gli elementi con cui si comunica la differenziazione, soprattutto oggi dove è predominante la dimensione intangibile di un determinato prodotto.

Due diversi tipi di comunicazione:

- **comunicazione informativa** —> vuole rendere noto al consumatore quali siano le caratteristiche del prodotto, deve essere neutra e ha come unico obiettivo quello di ampliare la conoscenza del consumatore;
- **comunicazione persuasiva** —> vuole convincere un consumatore ad acquistare quel determinato prodotto, convincerlo che sia migliore.

In entrambi i casi, la comunicazione rappresenta un **costo** per l'impresa. L'importanza degli investimenti in pubblicità cambia in base alla domanda del prodotto —> **elasticità della domanda**: misura in che modo reagisce il consumatore a variazioni di prezzo, in che modo varia la quantità domandata. A seconda della reazione del consumatore, l'impresa investe più o meno in pubblicità.

Variazione di prezzo —> variazione della domanda:

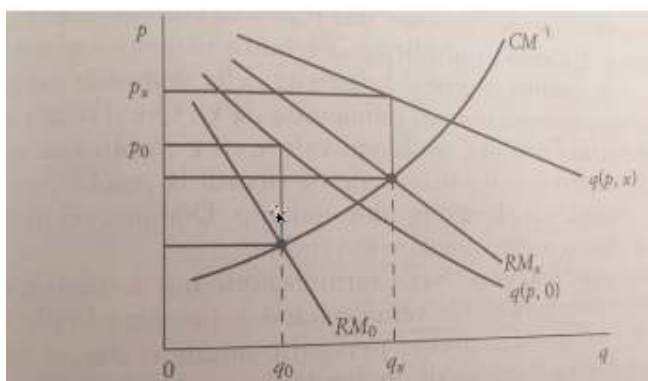
- se il bene ha elasticità elevata, in seguito all'aumento del prezzo si riduce molto la vendita;
- se il bene è poco elastico, l'aumento di prezzo potrebbe mantenere invariato il mercato.

L'investimento in pubblicità da parte dell'azienda varia in base all'elasticità della domanda. Esempio: avete mai visto in tv la pubblicità della Ferrari? No. Il **bene di lusso** non ha bisogno di investire in spese di pubblicità, ha di per sé un elemento di valore

aggiunto sufficiente → beni che non hanno necessità di comunicare il loro valore, poiché sono già di per sé differenziati, oltre ad avere una fedeltà di marca, ed esercitano un monopolio indiscusso.

Se parliamo di *beni differenziabili*, invece, è molto importante comunicare al consumatore cosa differenzia un bene da un altro pressoché uguale. L'investimento in pubblicità rappresenta un costo per l'impresa. La differenziazione serve per avere più quote di mercato.

L'effetto delle spese pubblicitarie sul monopolio



La funzione di costo potenzialmente aumenta se introduciamo i costi relativi alla pubblicità, ma aumenta anche la richiesta dei prodotti → aumento dei costi che si traduce in aumento delle vendite e quindi aumento dei ricavi, quindi anche dei ricavi marginali. Aumenta anche il prezzo che può essere praticato sui singoli prodotti. Quindi, il costo relativo alla pubblicità è un sostanziale costo, ma in questo modo aumenta anche il profitto. La differenziazione del prodotto viene comunicata attraverso un investimento.

Lezione 4: barriere all'entrata

La questione delle economie di scala è rilevante nel senso che la competizione tra le imprese si fa soprattutto sui margini di profitto che le imprese ricavano, che dipendono dalla posizione di predominio che le imprese riescono a conquistare sul mercato.

Per i nuovi entrati nel mercato esistono costi maggiori rispetto a quelli che sostengono le imprese già presenti; le imprese già presenti all'interno di un mercato hanno delle dinamiche di produzioni tali per cui riescono a trarre maggiore profitto e anche a differenziarsi tra di loro.

La variabile delle economie di scala è molto importante per la dinamica competitiva. Quali tipi di barriere all'entrata si possono trovare?

DIFFERENZIAZIONE DI PRODOTTO → le imprese hanno la possibilità di differenziare in funzione dei gusti del consumatore e della possibilità di sostenere dei processi produttivi diversi tra loro. Se si parte da un'idea di mercato competitivo, tra le ipotesi del mercato di concorrenza perfetta, vi è quella dell'omogeneità del prodotto e quella delle uguali funzioni di produzione tra le imprese → questi due criteri sono importanti quando si parla di un contesto competitivo: le imprese competono avendo la stessa dotazione. In che modo l'impresa riesce a differenziare il proprio prodotto?

- All'interno di un'industria le imprese fronteggiano dei consumatori che possono sviluppare una forma di *fedeltà di marca* → saranno poco elastici nel cambiare il proprio comportamento e restii a cambiare le proprie scelte anche davanti a un prodotto magari migliore, quindi il possibile nuovo entrante cosa può fare per vendere il suo prodotto?

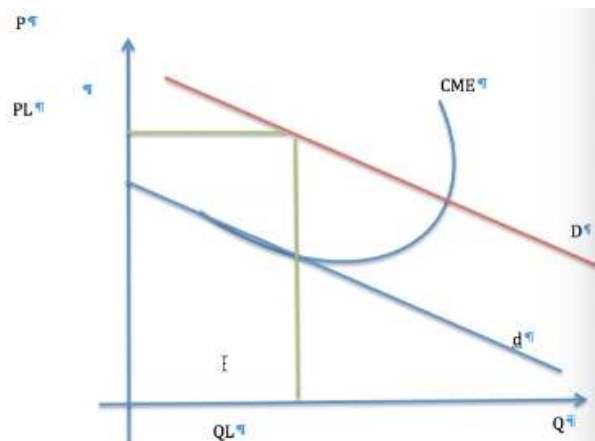
- abbassare di molto il prezzo;
 - investire molto in campagne pubblicitarie;
 - laddove esiste uno spazio di differenziazione, le imprese possono trovarsi a dover competere su servizi aggiuntici, ad esempio assistenza clienti o la pervasività dei punti vendita disponibili.
- **Vantaggio di costo:** può derivare da una maggiore efficienza, che può derivare da una divisione del lavoro, dalla presenza di un personale esperto, dal godere del controllo di materie prime, dalla possibilità di accedere a forme di prestito particolarmente convenienti.
 - **Fabbisogno di capitale:** di solito le banche sono restie a finanziare nuove attività di cui non conoscono il ritorno economico, i cui investimenti iniziali sono particolarmente rilevanti.
 - **Economie di scala e di scopo:** non dipendono solo dall'aspettativa che l'entrante ha nei confronti di chi è già sul mercato, ma anche delle aspettative che chi è già sul mercato matura nei confronti dei possibili nuovi entranti → questo potrebbe caratterizzare il comportamento dell'impresa.
- **POSTULATO DI BAIN-SYLOS:** in base a questo postulato, la forza che un'economia di scala può esercitare in un contesto competitivo dipende dalle aspettative che l'entrante si fa sulle possibili reazioni che avranno le imprese che sono già sul mercato, ma anche viceversa → ci interessa capire come il contesto strategico può influenzare il comportamento dei soggetti;
 - più grande è il mercato, minore è l'incidenza di questo tipo di barriera all'entrata, cioè più grande è il mercato, più facile è entrarci;
 - forma di evoluzione del postulato → **MODELLO DEL PREZZO LIMITE (BSM):**
 - il prezzo che consente ai produttori sia di impedire l'entrata sul mercato a potenziali concorrenti sia a mantenere i profitti è tanto maggiore quanto sono maggiori le economie di scala → è quello che permette agli operatori di un settore di impedire agli altri di entrare;
 - di fronte a una barriera di prezzo, le caratteristiche del mercato si allontanano da quelle di equilibrio concorrenziale mano a mano che aumenta la dimensione dell'impresa rispetto alla grandezza del mercato → mano a mano che le imprese crescono, il settore di mercato si allontana dall'essere competitivo, quindi ci si avvicina a un contesto oligopolistico;
 - il modello BSM è stato ampiamente criticato, ma serve per capire come le imprese interagiscano tra di loro → **critiche:**
 - il prezzo che dipende dalle economie di scala non è un prezzo che massimizza il profitto, poiché l'obiettivo che si pone l'impresa è quello di impedire ad altri di entrare sul mercato → perseguire un obiettivo diverso può portare a un risultato sub-ottimale, cioè ottenere profitti inferiori rispetto a quelli che si potrebbero ottenere;
 - non è considerato credibile perché non considera condizioni di incertezza, non ci sono ipotesi su come possono cambiare le congetture che sono elaborate dalle

imprese → è ragionevole pensare che se c'è una nuova entrante, il monopolista potrebbe pensare di cambiare le cose.

{

IPOTESI: l'impresa entrante si aspetta che il monopolista già presente sul mercato non modifichi la quantità che desidera produrre rispetto a quanto già annunciato e l'impresa monopolista sa che questo è il modo di pensare dell'entrante.

Se il monopolista decide di produrre una quantità Q_L a cui corrisponde un certo prezzo P_L a cui il monopolista può vendere il bene, questo prezzo rimane sempre al di sopra di un certo tratto della curva di costo medio dell'entrante. Il monopolista pratica prezzi più alti rispetto a quelli che potrebbe praticare l'entrante, quindi a quest'ultimo non conviene entrare in quel mercato. Quindi, il prezzo scelto dal monopolista è il prezzo limite (P_L) → direttamente proporzionale alle economie di scala che può esercitare l'impresa e alle dimensioni dell'impresa stessa.



(d è la funzione di domanda dell'impresa entrante, D quelle dell'impresa presente)

}

MODELLO STRUTTURA-CONDOTTA-PERFORMANCE: ci dice che ci sono vari elementi che caratterizzano il comportamento dell'impresa. Il contesto concorrenziale dipende dalla tecnologia che è disponibile all'interno di un mercato e dall'elasticità della domanda (che dipende dalla caratteristica del prodotto ma anche dalla presenza di beni sostituti): questi fattori influenzano le barriere all'entrata e di conseguenza la concentrazione del mercato.

Non possiamo prendere in considerazione solo fattori interni all'impresa → la struttura del mercato e la tecnologia disponibile sono fattori che possono caratterizzare punti di forza per l'impresa e di conseguenza caratterizzare la possibilità di concentrarsi e quindi di realizzare una migliore performance. Il mercato influenza il comportamento e questo influenza i risultati che si possono ottenere.

Entrambi questi elementi possono essere misurati da parametri differenti:

- **struttura** → variabili che ci consentono di misurare la struttura sono la tecnologia, la presenza di economie di scala o di scopo, la presenza di operatori del mercato (oligopolio o concorrenza), presenza di barriere all'entrata;
- **condotta** → elementi che ci descrivono la condotta sono elementi che ci descrivono il comportamento dell'impresa e sono le politiche di prezzo che essere decidono di praticare, scelte di investimento, comportamenti collusivi, comportamenti aggressivi (volti ad acquisire in maniera predatoria altre imprese), capacità di differenziare i prodotti (aspetto legato alle economie di varietà);

- **performance** —> variabili per misurare i risultati che le imprese perseguono sono i profitti (capacità di massimizzarli), capacità di contenere i costi (essere efficienti), la quota di mercato che si riesce a conquistare, la capacità di innovazione e la qualità dei prodotti (capacità di produrre qualità).

Questo approccio non è teorico strutturato, ma apre la strada agli studi manageriali, che non si basano su una teoria solida, ma si cominciano a studiare dei casi di studio, delle realtà esistenti e a costruire una teoria in base a ciò —> il percorso logico è l'opposto di quello che si segue per gli studi economici tradizionali. All'interno di questi modelli si possono trovare relazioni come la relazione tra profitto e concentrazioni e quindi tra fusioni e profittabilità, ossia mercati molto concentranti sono mercati in cui si realizzano profitti più alti e di conseguenza dove si vuole perseguire una maggiore profittabilità è necessario fondere le imprese. Questo modello, per quanto poco preciso e teorico, vede oggi un riscontro empirico, poiché vediamo che le imprese grandi in ambienti strategici oggi tendono a seguire questi passi.

Lezione 5

Critiche del modello struttura-condotta-performance legate alla struttura del mercato:

- aspetti che maggiormente caratterizzano questa struttura, che non sono solo legati al numero di imprese presenti nel mercato;
- dimensione delle imprese presenti sul mercato;
- grado di differenziazione del prodotto che è possibile manifestare all'interno del mercato;
- barriere all'entrata;
- grado di integrazione verticale.

Dimensione delle imprese —> maggiore è la dimensione, maggiore è la possibilità che le imprese siano verticalmente integrate e maggiore è la possibilità che queste imprese sviluppino barriere.

Gli *aspetti* appena elencati sono definiti come “*endogeni*”, cioè esterni al modello e dipendono dalle possibilità che un mercato manifesta, come la tecnologia e i gusti dei consumatori.

PRIMO MODELLO NUOVA SCUOLA: DASGUPTA E STIGLITZ

Il primo modello che rientra nella nuova scuola, la nuova economia industriale, è un modello che fa riferimento a due economisti importanti: **Dasgupta** e **Stiglitz**.

Questo modello prende in considerazione un mercato in cui n imprese sviluppano un bene omogeneo —> **dati iniziali** che ci descrivono il mercato:

- la funzione di domanda è decrescente nei confronti del prezzo;
- il costo di produzione unitario è calcolato rispetto a x , che è una variabile che dipende direttamente dalla ricerca e sviluppo;
- le imprese sono identiche;

- la totalità di output presente sul mercato non è altro che la somma di output unitario moltiplicato per la quantità delle imprese;
- la funzione di profitto è una funzione dove si calcola la differenza tra ricavi e costi, dove i costi dipendono dall'investimento in ricerca e sviluppo.

Ci si trova in un contesto dall'oligopolio alla concorrenza perfetta, non si hanno informazioni rispetto a barriere all'entrata quindi si ipotizza che sia un mercato in cui si entra e si esce liberamente.

Date solo queste informazioni, il **comportamento delle imprese** sostanzialmente è caratterizzato dalla quantità di output che decidono di produrre e dall'investimento in ricerca e sviluppo → non si hanno altri elementi per distinguere il comportamento delle imprese. Per quanto riguarda la loro **performance**, essa viene descritta dalla capacità che hanno di minimizzare i costi e di investire in ricerca e sviluppo, perché questi elementi insieme ci raccontano della loro capacità di migliorare da un punto di vista tecnologico.

Le funzioni di domanda e di costo sono complesse, in quanto il gusto del consumatore dipende dall'output e i costi dipendono dalla variabile x nominata sopra.

La modalità di interazione su questo mercato viene calcolata attraverso la teoria dei giochi da parte degli autori → obiettivo: quantità ottimale di prodotto che le imprese riescono a collocare sul mercato.

Attraverso lo sviluppo di questo modello (gli autori ricercano l'equilibrio di Nash), gli autori arrivano a una **conclusione importante**: il livello di concentrazione delle imprese all'interno del settore aumenta in funzione delle opportunità tecnologiche che il settore stesso offre quando la domanda è poco elastica (l'ampiezza del mercato non è rilevante). La concentrazione, ovvero il fatto che ci siano delle imprese molto grandi ma poche, dipende dalla possibilità di sfruttare delle possibilità tecnologiche con una domanda poco elastica.

Conclusioni del modello:

1. sono maggiormente concentrati quei settori in cui è possibile sviluppare alti livelli di tecnologia e la domanda è poco elastica, indipendentemente dall'ampiezza del mercato;
2. il margine di profitto che le imprese possono realizzare all'interno di questi mercati è inversamente proporzionale all'elasticità della domanda e direttamente proporzionale alla concentrazione → se il settore è particolarmente concentrato e/o se il settore è poco elastico, allora è possibile sviluppare alti profitti;
3. l'ampiezza del margine di profitto è interamente spiegabile dall'investimento che l'impresa fa in tecnologia → più l'impresa investe in tecnologia, più aumentano i profitti.

L'equilibrio di Nash che si ottiene ci mostra che esiste una relazione positiva tra **concentrazione, margine di profitto e capacità innovativa**. La relazione fra la capacità di investire tecnologia e la struttura di mercato in un contesto oligopolistico, ma aperto, è diretta.

Questo modello analizza una struttura di mercato che non prende in considerazione svariati elementi, trascura aspetti importanti del settore industriale, come la differenziazione di prodotto e l'eventuale assenza di asimmetria informative o di altri

fallimenti di mercato e viene superato da un modello che era precedente, quello di Shumpeter, che è il teorico della distruzione creatrice, che riesce ad analizzare meglio il funzionamento dei mercati.

MODELLO DI SHUMPETER

Shumpeter è interessante perché:

- si concentra su una forma di competizione che non parte dai prezzi, ma prende in considerazione le nuove tecniche, le nuove merci, le nuove modalità di organizzazione —> parla di **distruzione creatrice**, perché secondo lui le innovazioni, siano queste di prodotto o di processo, rappresentano delle forze che vanno a sostituire lo status quo, cioè tutto ciò che già esisteva (la capacità del modello precedente di considerare strategica la variabile di ricerca e sviluppo rappresenta un vantaggio decisivo, non solo in termini di costo, ma mette anche in discussione l'esistenza di imprese o di settori che possono essere considerati maturi);
- importante è il ruolo che svolge la **competenza potenziale** —> è interessante analizzare il comportamento dell'impresa quanto teme che ci saranno nuovi entranti;
- Shumpeter, come altri dopo di lui, mette in discussione un tratto distintivo non solo della società capitalistica, ma anche del pensiero economico sviluppato fino a quel momento, cioè quello di perseguire un equilibrio di stato stazionario, in cui un sistema economico agisce per riprodurre sé stesso nelle stesse identiche condizioni —> secondo lui il meccanismo di innovazione è tale da non considerare più così rilevante questo aspetto, è importante prendere in considerazione in che modo l'innovazione influenza un possibile equilibrio di lungo periodo per l'impresa e quindi di stato stazionario per tutto il sistema economico: quando cambiamenti nell'impresa comportano cambiamenti nella performance dell'impresa, nel momento in cui l'obiettivo è quello della crescita, non si può mai raggiungere un equilibrio di stato stazionario, l'obiettivo della crescita è quello che ha sempre spinto al **cambiamento**.

Elemento aggiuntivo è che la continua crescita non necessariamente è *socialmente desiderabile* —> i benefici che possono essere associati alla crescita magari vanno a soddisfare e ad arricchire solo determinate tipologie di imprese e categorie di persone. Siamo sicuri che questi modelli, che mirano ad essere performanti, siano i migliori in assoluto? *Viene messa in discussione la logica del profitto*, che è alla base del sistema capitalistico, perché genera discriminazione che potrebbe avere un impatto negativo sul sociale, rispetto alla totalità dei soggetti coinvolti contro ai benefici che porta a pochi.

Questa riflessione è il classico **conflitto shumpeteriano**: la competizione dei prezzi genera il massimo livello di benessere secondo i modelli economici tradizionali (in concorrenza perfetta: prezzo = costo marginale —> il prezzo più basso fa sì che vengano collocati sul mercato beni che siano in maggior numero possibile —> condizione che massimizza il benessere e il beneficio del consumatore), ma perseguire un obiettivo massimizzante è molto diverso dal perseguire un livello di beneficio sociale, dove il beneficio raggiunto è uguale al costo marginale che le azioni per arrivare al beneficio implicano. Questo non è sempre compatibile con un mercato di concorrenza perfetta —> la massima efficienza statica che si ottiene con [prezzo = costo marginale] è diversa dall'efficienza dinamica che si ottiene uguagliando beneficio marginale e costo marginale.

Quando si parla di innovazione, il **beneficio sociale** che si può ottenere nel lungo periodo grazie all'investimento di un monopolista può portare ad avere dei risultati tecnologicamente avanzati che avranno una ricaduta sociale maggiore rispetto a quello che si sarebbe ottenuto in concorrenza perfetta, dove probabilmente non si sarebbe raggiunto il massimo livello di innovazione. Il trade-of che viene mostrato ci dice che non sempre un contesto di concorrenza perfetta è il migliore e questa situazione si verifica maggiormente in contesti altamente innovativi.

MODELLO DEI MERCATI CONTENDIBILI

Questo modello è stato proposto da Baumol, Panzar e Willing ed è un tentativo di comprendere la struttura del mercato. Anche questo modello rientra nell'ambito della nuova economia industriale, come il primo, ed entrambi respingono l'idea di mercato come qualcosa di endogeno —> anche questo modello nasce in contrapposizione ma anche evoluzione del modello struttura-condotta-performance. Gli autori evidenziano delle condizioni e delle ipotesi che secondo loro sono fondamentali per definire una struttura di mercato —> le ipotesi sono:

- **uguale tecnologia**: tutte le imprese possono accedere e hanno a disposizione gli stessi livelli tecnologici;
- ci sono dei **costi fissi ma non dei costi irre recuperabili**, quindi si possono sviluppare economie di scala;
- **le imprese sono vischiose**, cioè non possono aggiustare immediatamente i prezzi in seguito a cambiamenti all'interno del mercato.

Secondo le parole di Baumol, il **mercato è contendibile quanto l'entrata è completamente libera e l'uscita è senza costi** —> caratteristiche della concorrenza perfetta, però, a differenza del modello di concorrenza perfetta (nessuna impresa è in grado di definire il prezzo del mercato), qui l'entrata e l'uscita dal mercato sono libere e veloci ma non istantanee. Il concetto di libertà di entrata e uscita ha a che fare con l'assenza di costi non recuperabili, ma ciò nonostante sono possibili alcune flessioni determinate dalla vischiosità dei prezzi.

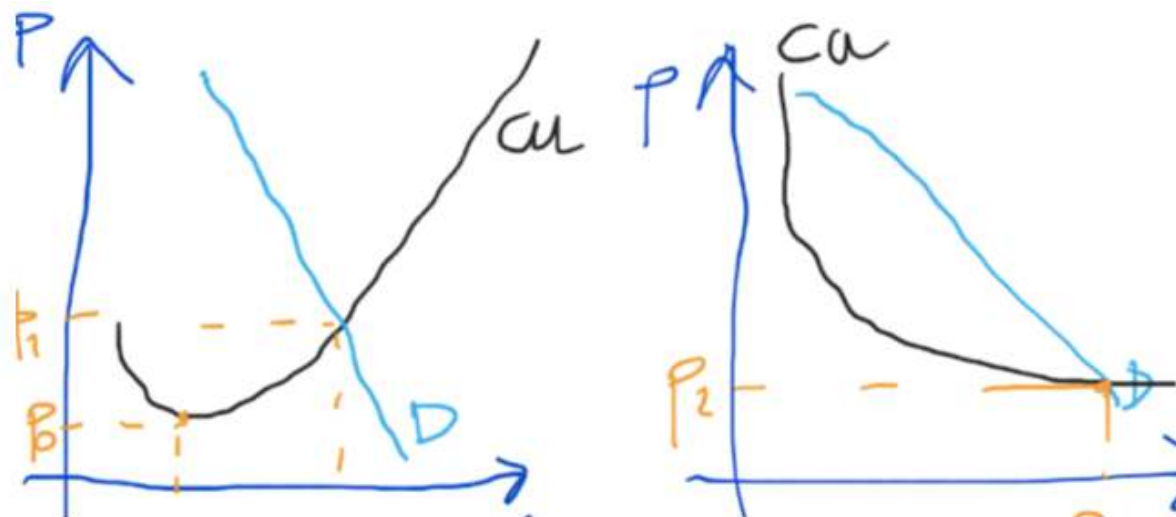
Un ulteriore importante elemento all'interno di questa teoria è relativo alla **capacità produttiva delle imprese**, ovvero:

- produzione complessiva eguaglia la domanda (le imprese non incorrono in perdite, viene prodotto quello che viene domandato);
- i nuovi entranti non possono ottenere dei profitti entrando con un prezzo più basso delle imprese già operanti sul mercato —> i nuovi entranti non possono assumere un comportamento predatorio, non possono realizzare profitti vendendo sottocosto.

Le ipotesi iniziali sono stringenti, ossia l'uguaglianza delle tecnologie disponibili e l'esistenza di costi fissi ma l'assenza di costi irre recuperabili (quindi la possibilità di sviluppare economie di scala), ma questa libertà di entrata e uscita dal mercato necessita dell'adattamento delle imprese alle mutate condizioni attraverso un cambiamento dei prezzi che non è simultaneo —> **il movimento all'interno del mercato è rapido ma non istantaneo**, poiché non esistono frizioni, se non marginali e relative ai prezzi, ma non

siamo in un contesto di concorrenza perfetta, non siamo in un contesto di price-taking, dove il prezzo viene definito dalle interazioni di mercato: qui il prezzo viene definito sulla base delle tecnologie disponibili e sulla base dei costi che le imprese stanno sostenendo.

L'*equilibrio* all'interno di questi mercati è *sostenibile*, ma non solo in base alle caratteristiche del mercato stesso, anche in base alla relazione tra prezzo e costi che l'impresa può manifestare.



(sull'asse delle x si trova q = quantità, sull'asse y il prezzo)

Grafico a sinistra —> in nero vi è la funzione di costo medio (CU = costi unitari), prima decrescente e poi crescente; in azzurro vi è la funzione di domanda (D) negativamente inclinata. In questo grafico, vi è una funzione di costo medio unitario che prima decresce e poi cresce: si rappresenta una condizione di non sostenibilità dell'impresa, in particolare di un monopolista all'interno di un mercato. L'incontro tra prezzo e quantità, cioè tra la funzione di costo e la funzione di domanda, ci mostra il livello di sostenibilità —> se il monopolista si trova a dover produrre per livelli di prezzo inferiori a p_1 , allora incorre in perdite; se, invece, produce a prezzi maggiori di p_1 , allora un potenziale entrante avrebbe interesse ad entrare nel mercato e produrre q_1 al prezzo p_1 , cioè suscettibile di competizione; se, invece, produce a un prezzo pari a p_1 potrebbe essere suscettibile di competizione, perché un entrante potrebbe offrire q_0 a un prezzo p_0 (punto di minimo della funzione, detto punto di chiusura). Questo grafico ci mostra quindi una situazione non sostenibile per l'impresa.

Grafico a destra —> funzione di domanda negativamente inclinata + funzione di costo unitario medio concava verso l'alto che giace al di sotto della funzione di domanda. Le due funzioni si incrociano in un punto —> la funzione di domanda incontra CU nella parte bassa della curva: il monopolista sceglie di produrre al prezzo p_2 . Se un nuovo entrante volesse entrare praticando un prezzo maggiore di p_2 , avrebbe vendite nulle; se, invece, decidesse di entrare applicando prezzi minori di p_2 , andrebbe in perdita. Il monopolista può esercitare potere di mercato —> è una condizione in base alla quale il monopolista può rimanere sul mercato ma ottiene profitti nulli, ovvero ogni componente viene retribuita ma non si realizzano degli extra profitti, perché se si realizzassero, sarebbe interessante per altre imprese entrare in quel mercato.

Una delle **conclusioni** di questo modello è quella di prendere in considerazione l'opportunità o meno di un *intervento pubblico* rivolto a rimuovere eventuali barriere per l'entrata in un mercato e sicuramente ad aumentare il livello di contendibilità del mercato, cioè livellare le frizioni che portano a un aggiustamento dei prezzi, limitandosi magari alle situazioni di non sostenibilità —> va ricordato, però, che un presupposto ma allo stesso tempo un limite di questo modello è che non ci sono costi irrecuperabili e non ci sono date informazioni riguardo alla vischiosità, cioè non sappiamo con quali tempo le imprese si adattano ai cambiamenti. Sappiamo di certo che l'assenza di costi irrecuperabili è una condizione molto stringente e poco plausibile e che in generali i consumatori rispondono con meno elasticità, con più lentezza, rispetto alle imprese a eventuali cambiamenti di prezzo.

Questo modello è stato *messo in discussione* in tempi recenti, in particolare la sua coerenza, perché è stato dimostrato che la libertà di entrata e di uscita non coincide con economie di scala (rendimento di scala crescenti) ma con rendimento di scala costanti. Altro elemento messo in discussione è il concetto di sostenibilità che questo modello propone, che è una sostenibilità sulla quantità. Di conseguenza, non è dimostrato che l'equilibrio che si raggiunge sia un equilibrio efficiente (sostenibilità diverso da efficienza).

OBIETTIVI PER L'IMPRESA ALTERNATIVI AL PROFITTO

La *teoria classica economica* considera il profitto, che viene distribuito a tutte le parti coinvolte nel processo di produzione, un elemento imprescindibile. Questa teoria è funzionale alle trasformazioni economiche che hanno attraversato il Novecento e che sono legate all'esigenza di definire delle forme di impresa che siano funzionali alle esigenze di un mercato, che è un mercato di massa (la produzione di massa ha caratterizzato la democratizzazione dei prodotti nel 900).

L'organizzazione del lavoro fordista all'interno dell'impresa, che la divide in comparti separati tra loro e verticalmente integrati, è funzionale alla democratizzazione del consumo. Di conseguenza, i modelli elaborati nel 900 descrivono questo sistema, dove la realizzazione del profitto è un incentivo, funzionale a collocare sul mercato più prodotti. Affinché l'uguaglianza tra ciò che viene domandato e ciò che viene prodotto rimanga tale, è necessario che il livello di domanda cresca per permettere alla produzione di crescere e quindi, in teoria, di prosperare.

Non necessariamente, però, questo obiettivo è l'unico. La necessità di produrre maggiori quantità di beni, quindi la democratizzazione del consumo, porta con sé la definizione della grande impresa, con due conseguenze rilevanti:

- tutti i processi di produzione e il controllo aziendale diventano attività più complesse e richiedono un controllo manageriale e una differenziazione dei ruoli;
- ogni investitore tende a differenziare il proprio portafoglio degli investimenti, quindi magari ad essere coinvolto in più contesti aziendali.

In funzione di questi elementi e soprattutto in base alla grandezza dell'impresa, si sviluppa una **separazione** molto forte tra **proprietà e controllo**, cioè tra **proprietari** (che possiedono l'impresa) e **manager** (che controllano l'impresa) —> modelli tipici dell'economia industriale chiamati "principale agente".

In base a questa separazione si sviluppa una linea di ricerca, guidata da Simons, che sottolinea l'importanza non tanto di perseguire il massimo profitto quanto di perseguire un ***profitto soddisfacente***, ottenibile grazie al comportamento degli agenti economici che seguono un principio non di razionalità assoluta ma di razionalità limitata. Gli operatori non conoscono tutte le alternative possibili, ma in base alle loro limitate possibilità cognitive e in base alle limitate possibilità che hanno di accedere a contenuti sviluppano le loro scelte secondo criteri di razionalità.

Oltre a questi aspetti che alimentano la teoria comportamentista dell'impresa, vi è un'ulteriore linea di riflessione, legata al non profit e alle strutture cooperative, ma anche a imprese ibride o pubbliche, che hanno un vincolo di non distribuzione di profitti realizzati tra soci, poiché questi profitti vengono reinvestiti nell'impresa —> obiettivo: ***ridistribuzione dei profitti***.

TEORIA MANAGERIALE DELL'IMPRESA

Con le teorie manageriali dell'impresa si fa un passo in avanti rispetto al modello di Baumol, anche se è sempre lui a definire le prime riflessioni in questo campo.

Rientra all'interno delle fasi primordiali della teoria manageriale di impresa il contributo di Galbraith, il primo che si occupa di organizzazioni burocratiche e le considera fondamentali in quanto funzionali alla grande impresa così come la grande impresa è funzionale alla produzione di massa. Quindi, le teorie manageriali si occupano di studiare l'organizzazione burocratica, dove per burocrazia si intende una struttura tecnica volta al governo dell'impresa. Tratti comuni tra modelli che vedremo:

- tempo —> non sono uniperiodali, ma prendono in considerazione più periodi;
- comportamento massimizzante —> atteggiamento costante all'interno degli studi aziendali: tutti i modelli fanno riferimento a un principio di massimizzazione vincolata:
 - nella teoria del consumatore, la sua scelta è massimizzante ma vincolata rispetto al prezzo, cioè il consumatore non può spendere più di quello che ha (vincolo di prezzo)
 - nella teoria della produzione, l'impresa non può utilizzare maggiori risorse se non quelle di cui disponeva e di cui conosceva il prezzo (vincolo di costo)
- esistenza e ruolo del mercato borsa —> ciò influenza il comportamento dell'impresa, innanzitutto: la possibilità di approvvigionarsi, quindi di acquisire una posizione in borsa + obiettivi del riconoscimento degli utili per gli azionisti —> si può creare un comportamento da parte del management maggiormente orientato al beneficio degli azionisti piuttosto che a quello dei proprietari.

Lezione 6

Il *primo modello di Baumol* non prende in considerazione i modelli dei profitti. Introduce l'*aspetto innovativo* del considerare un periodo plurimo: il livello di profitto minimo viene determinato in base alle caratteristiche interne dell'impresa (**profitto endogeno**).

Il modello di Baumol si basa su *ipotesi* piuttosto stringenti:

- l'obiettivo dell'impresa è quello di massimizzare il saggio di crescita delle vendite nel costo del tempo, quindi si parla di vendite e non necessariamente di profitto;
- non distribuire tra gli azionisti i profitti, che rappresentano la principale fonte di finanziamento per la crescita delle vendite —> i profitti finanziano le vendite;
- le curve di costo e di domanda hanno la forma tradizionale:
 - curva di domanda decrescente;
 - curva di costo con la classica forma a U, prima decrescente poi crescente;
- la crescita dell'impresa è finanziata sia con risorse interne sia con risorse esterne.

Il modello che abbiamo visto introduce questi aspetti di massimizzazione del valore all'interno dell'impresa che sono *alternativi* rispetto al perseguimento del profitto.

BAUMOL E BOWEN: “MALATTIA DEI COSTI”

Dopo il primo modello (1962), Baumol insieme a Bowen nel 1965 conduce uno studio, a cui conseguirà quella che viene chiamata “**malattia dei costi**”. Lo studio era stato commissionato dalla fondazione Rockefeller, che a quel tempo era la proprietaria della maggior parte dei teatri di Broadway, perché non comprendeva come fosse possibile che, nonostante facessero il pieno tutte le sere, non riuscissero a guadagnare dall'attività. L'analisi che viene sviluppata dai due economisti prende in considerazione le serie storiche degli incassi dei teatri dal momento della loro apertura e attraverso questa analisi individuano una caratteristica tipica del settore, che caratterizzerà questo modello, ovvero la “malattia dei costi”. Il loro studio viene pubblicato e si trasforma poi in un libro.

All'interno dello studio viene effettuata l'analisi in ambito culturale, che viene poi estesa anche ad altri ambiti. I due economisti ci dicono che il settore del teatro nel corso del tempo aveva visto i costi della produzione e del lavoro crescere in maniera più che proporzionale rispetto ai profitti, che dipendevano dal costo fisso di vendita dei biglietti, che si basava su accordi amministrativi e politici (ma bisognava pensare che i biglietti erano venduti a persone, se le persone se lo possono permettere vanno a teatro, altrimenti no). Il costo del lavoro aumentava insieme agli altri settori economici, per cui gli stipendi che dovevano essere pagati aumentano come all'interno dei settori che avevano produttività più alta —> dove i profitti aumentano in maniera meno che proporzionale all'aumento del costo dei salari, allora è poco probabile che l'aumento dei profitti possa coprire l'aumento dei costi.

Il tempo e le risorse necessarie per una rappresentazione teatrale rimangono gli stessi anche con il variare del tempo, ma i profitti no. Il risultato a cui arrivano i due economisti motiva la necessità da parte dei settori culturali di fare riferimento al finanziamento pubblico. Infatti, questo settore rientra tra quelle attività economiche moderne che sono

chiamate “*a tecnologia stagnante*”, perché non è caratterizzata dalla possibilità di ottenere guadagni di produttività. I settori con tecnologie in evoluzione, al contrario, riescono a sfruttare al massimo la risorsa materia prima e di conseguenza aumenta la produttività del lavoro pur diminuendo i costi medi di produzione. Settori a tecnologia stagnante, che comunque si avvalgono di processi produttivi ad alta intensità di lavoro, non riescono ad aumentare nel tempo la loro produttività.

Se ci sono settori che portano verso l'alto la retribuzione dei propri dipendenti, allora anche quelli a tecnologia stagnante sono obbligati ad aumentare i salari, ma l'aumento della remunerazione in questo caso non viene compensato da un aumento di produttività quindi i costi aumentano.

Se pensiamo a settori come quello del teatro, vediamo che non solo sono cambiate poco le cose nel corso del tempo ma anche che si fa fatica a capire cosa si può cambiare per aumentare l'efficienza. La ricerca, di chi opera nel settore, di una maggiore produttività ha portato a cercare di ridurre tutti i costi degli input, ma il lavoro creativo e umano si può ridurre solo fino a un certo punto.

Lo studio viene effettuato su un settore artistico ma gli autori lo hanno esteso a tutti i settori ad attività stagnante, che sono trainati da settori a produttività crescente. Ipotesi e modelli di questo tipo lasciano la strada aperta a comportamenti opportunistici da parte di imprenditori nei confronti del lavoro —> sbilanciamento tra le remunerazioni caratterizza molti settori in crisi ma giustifica l'*intervento pubblico*.

Questo modello della malattia dei costi è stato poi esteso all'interno di un modello che si chiama **Esping-Andersen**, riferendosi al contesto del *welfare*. Questi economisti hanno spiegato che è fondamentale, all'interno dei servizi di cura e nel settore dell'istruzione, *l'intervento della mano pubblica, per compensare quei salari che sono legati a un livello di produttività molto basso*.

Per quanto riguarda l'aspetto delle attività di cura, il ruolo dei settori strategici legati alla cura, che vedono un difficile calcolo della produttività del lavoro, è stato ridotto a partire dagli anni Ottanta, quindi il peso dei costi è stato fatto ricadere sui salari dei dipendenti, quindi sulla qualità dei servizi offerti. Se questo settore fosse lasciato al mercato, i salari potrebbero essere troppo bassi e ciò potrebbe al fatto che nessuno vorrebbe lavorarci. Se non intervenisse un soggetto esterno, ossia lo Stato, a coprire il gap che si crea tra produttività e i salari (misura del valore della produttività del lavoro) questi settori sarebbero destinati a svuotarsi di forza lavoro.

Settori che impiegano molta forza lavoro poco qualificata, che sono poco produttivi, sono molto spesso settori che per riqualificarsi richiedono tempi molto lunghi e la riallocazione delle risorse verso settori più produttivi può durare anche decenni, così come la ricollocazione del capitale.

Questo fenomeno ha ricadute anche in termini di sostenibilità dei bilanci pubblici. Il lavoro è una base imponibile molto importante, quindi per sanare i bilanci bisogna alzare la tassazione sul lavoro —> la crescita economica si basa su un processo contrario.

MODELLO DI MARRIS

Questo modello deriva dal contributo di Baumol e va a specificare l'obiettivo dell'impresa in maniera diversa. Ipotesi: **separazione tra proprietà e gestione** —> secondo Marris, il gruppo dirigente è interessato non tanto alla massimizzazione del profitto quanto all'**espansione dell'impresa**, da cui dipendono i guadagni manageriali. Quindi, il management è interessato all'espansione e la proprietà è interessata al profitto.

I dirigenti di impresa, il management, possono perseguire degli obiettivi di impresa diversi da quelli della proprietà. Nel momento in cui l'impresa deve comunque perseguire un obiettivo di crescita che rispetti le istanze di queste due categorie di soggetti con obiettivi a volte contrastanti, il suo obiettivo dovrebbe essere quello di massimizzare la crescita in maniera equilibrata —> per farla deve sottostare a **due tipi di vincoli**:

- **vincolo manageriale** —> ha a che fare con le risorse umane, quindi le abilità, le competenze, l'efficienza e la trasparenza del team management, che sono vitali per la vita e la crescita dell'azienda: questi sono i prerequisiti per un buon management, operoso e in grado di perseguire obiettivi favorevoli per tutti i soggetti dell'impresa;
- **vincolo finanziario** —> prudenza che deve essere esercitata nella gestione delle risorse: il management deve essere rispettoso di tre vincoli finanziari:
 - **rapporto di indebitamento netto** (R1, average): rapporto tra quanto viene preso in prestito e il capitale sociale dell'azienda —> meglio averlo basso, perché significa che l'impresa è sempre in grado di ripagare i suoi debiti;
 - **rapporto di liquidità** (R2): rapporto positivo tra le attività correnti e le passività correnti, a favore delle prime —> maggiore disponibilità di capitale finanziario in forma liquida o immobilizzato, ma un alto tasso di liquidità porta a rendimenti bassi;
 - **indice di conservazione** (R3): rapporto tra utili non distribuiti e totale profitti —> deve essere mantenuto basso questo indice, che distingue le attività profit da quelle no-profit (reinvestono tutti gli utili all'interno dell'attività economica: una volta che vengono pagati tutti i salari, ciò che rimane viene reinvestito nell'azienda).

Questi valori indicano un vincolo di sicurezza finanziaria e sono negativamente correlati con R1 e positivamente con R2 e R3 —> esito che ci mostra come le forme di impresa che fanno meglio a sé stesse dovrebbero essere quelle no-profit, cioè quelle che restituiscono all'azienda tutto il loro utile. Va però detto che forme di questo tipo hanno limiti di crescita importanti.

L'impresa deve crescere in maniera equilibrata e quindi è necessario capire quali siano i fattori che fanno sì che questa forma di crescita, che soddisfa proprietà e controllo, possa svilupparsi al meglio —> obiettivi che riguardano la diversificazione della produzione: sono elementi che permettono di ottenere maggiori livelli di crescita. Infatti, il **saggio di crescita della domanda** di un bene dipende dal saggio di diversificazione, che viene definito dal numero di nuovi prodotti introdotti per unità di tempo e tra questi vengono calcolati la percentuale di quelli che hanno successo. Il **tasso di diversificazione** dipende dalla quantità di prodotti che vengono messi sul mercato e dalla quantità di prodotti che hanno successo —> l'impresa ha bisogno di investire in *promozione + ricerca e sviluppo*, di conseguenza entrambe queste voci ci fanno aumentare i costi di produzione. Il **saggio di crescita equilibrata** dell'impresa è una funzione dei profitti non distribuiti oppure

risorse esterne —> i profitti sono la prima fonte di finanziamento per l'impresa e per la sua crescita (assicurare agli azionisti un dividendo adeguato evitando che l'impresa sia sottoposta a scalate ed evitare che le azioni scendano).

È importante considerare l'*attitudine al rischio del management*, influenzata anche dai risultati passati ottenuti: maggiore è il successo che in passato è stato ottenuto, maggiore è il rischio che il management è disposto a correre —> questo modello di crescita equilibrata vuole massimizzare i profitti sia della proprietà sia dei dirigenti. Questo vuol dire che le funzioni di utilità di queste due categorie presentano degli elementi in comune, che possono essere perseguiti contemporaneamente e che hanno a che fare con la crescita dell'impresa.

Lezione 7

MODELLO DI WILLIAM (1966)

Ci troviamo in un contesto in cui i ruoli di proprietari e manager sono separati e gli obiettivi perseguiti da questi sono diversi. Il management dispone di un certo grado di libertà e indipendenza nel perseguire le sue politiche aziendali e nel massimizzare la funzione di utilità, che è la funzione di utilità del management. Di solito l'obiettivo principale dell'impresa è perseguire il profitto, ma quest'ultimo all'interno di questo modello è una sorta di *vincolo* —> in questo modello è necessario remunerare gli azionisti ed evitare che le aziende perdano il proprio valore. Quindi, *perseguire la massimizzazione della funzione di utilità* vuol dire mantenere il valore dell'azienda e rispettare gli azionisti (cioè remunerare il loro investimento). All'interno della funzione di utilità che il management deve prendere in considerazione, si devono inserire gli *stipendi*, la *sicurezza del posto di lavoro*, *potere* e *posizione sociale*: $f(S; S_i; P; PS)$ —> valori che combinati in maniera differente permettono al management di massimizzare la funzione di utilità. Solo lo stipendio è qualcosa di quantificabile, per considerare gli altri aspetti si dovranno cercare delle proxy che ci consegnano di *attribuire valore economico o monetario a questi valori* —> il modello di William trova semplificazioni per fare ciò. Vengono prese in considerazione:

- le *spese per lo staff dirigenziale* (S), comprensive degli stipendi ma anche delle spese amministrative di vendita;
- *monumenti percepiti fuori busta*, spese discrezionali possibili grazie alla posizione strategica di cui godono i manager all'interno dell'impresa: benefits (M);
- *investimento discrezionale* che indica il livello di autonomia di cui godono i manager dell'effettuare investimenti e spese: gli investimenti che l'impresa pone in essere di solito vengono finanziati con profitti non distribuiti quindi questa forma di investimento coinciderà con i profitti totali meno i profitti distribuiti, cioè i profitti discrezionali —>

$$\pi_T - \pi_{di} = \pi_D.$$

La funzione di utilità del management è quindi data da $U = f(S; M; \pi_D)$: **modello della discrezionalità manageriale**.

Come si può ottenere un equilibrio date queste premesse? Altre ipotesi del modello sono:

- la curva di domanda per l'impresa è nota e decrescente rispetto al prezzo, ma positivamente legata a $S \rightarrow$ un aumento della spesa per lo staff favorisce un aumento della funzione di domanda, permettendo all'impresa di praticare prezzi più alti;
- il costo di produzione è una funzione crescente dell'output, quindi i costi sono sostanzialmente variabili, cioè crescono con il livello di output;
- $M = 0$ per semplicità $\rightarrow U = f(S, \pi_D) \rightarrow$ se l'obiettivo è la massimizzazione di U , il management prevede che ci sia un minimo di profitto che viene garantito.

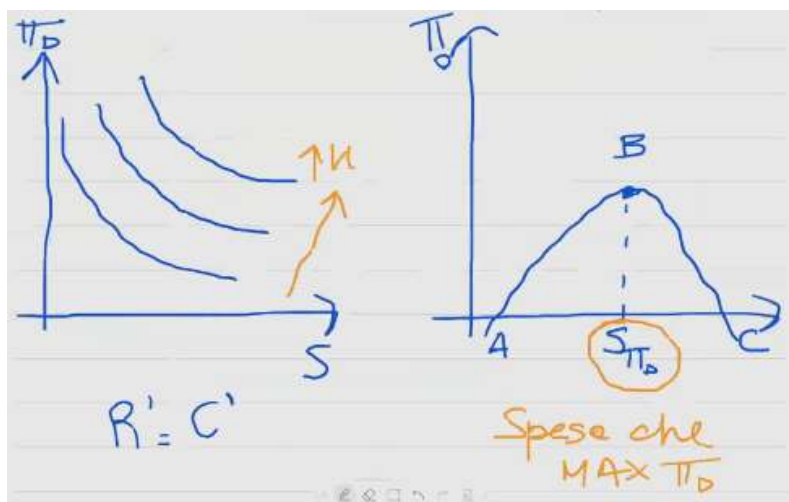


Grafico 1. Variabile indipendente: livello di spesa; variabile dipendente: livello di profitto discrezionale \rightarrow indichiamo la famiglia di curve di indifferenza del management: ognuna di queste curve ci mostra possibili combinazioni di valori delle variabili che permettono di perseguire lo stesso livello di soddisfazione per il management. Le curve sono convesse, quindi saggio marginale di sostituzione decrescente tra S e π_D . Il livello di utilità aumenta mano a mano che ci si allontana dall'origine degli assi.

Grafico 2. Ricordiamo che il livello di produzione ottimale scelto da un'impresa si ottiene quando vengono massimizzati i profitti e la massimizzazione dei profitti si ottiene quando il ricavo marginale è uguale al costo marginale (questo vale per qualsiasi forma di mercato). Se si va a vedere qual è la relazione tra spesa per il management e profitto discrezionale, la funzione di profitto è una funzione che prima cresce e poi decresce \rightarrow in corrispondenza del punto massimo (B) si traccia un segmento che proietta un punto sull'asse x che indica quale è la spesa che massimizza il livello di profitto discrezionale. In corrispondenza di B c'è la scelta ottima del nostro management, una posizione che è più in alto possibile nelle nostre curve di indifferenza. Nel grafico a destra, fino a B, il profitto discrezionale e la spesa per lo staff aumentano. Per livelli di output superiori al punto B, i profitti cominciano a diminuire; addirittura quando le spese raggiungono il punto C non è possibile ottenere un livello minimo di profitto.

Se si uniscono i due grafici e consideriamo il profitto come un vincolo, come già detto prima, all'allontanarsi dall'origine degli assi aumento il livello di utilità. Il massimo livello di utilità che possiamo perseguire è indicato con il punto E, che soddisfa le nostre esigenze di profitto, ma ci permette anche di massimizzare il livello di utilità. Data la forma della

curva di profitto e le curve di indifferenza, questo punto di equilibrio (tangenza) si trova sempre nel tratto decrescente della curva di profitto → questa posizione ci mostra la preferenza del management per le spese S . In equilibrio, il livello di spesa ottimale sarà sempre maggiore della spesa che massimizza il profitto → $S^* > S_{\pi_D}$. La spesa di equilibrio sarà sempre maggiore rispetto a quella che massimizza il profitto per la caratteristica di preferenza del management, di conseguenza anche il livello di output che otteniamo in corrispondenza del punto E sarà sempre maggiore di quello che si ottiene nel punto di massimizzazione dei profitti.

MODELLO DEI TAKE-OVERS

Questo modello prende in considerazione i **take-overs**, ossia ci permette di vedere in che modo la **borsa** (*mercato dei capitali*) eserciti una funzione di controllo sull'operato del management. Il mercato dei capitali non è solo un luogo in cui le imprese possono approvvigionarsi di capitale e allocare capitale scarso, ma anche un luogo che ci fornisce segnali relativi all'andamento, alla salute dell'impresa e alla coerenza delle decisioni del management.

Ci interessa vedere il controllo che questo mercato esercita sull'operato del management. La **teoria delle scalate**, sviluppata da Marris, prende in considerazione due tipi di fallimenti di mercato, che possono essere controllati in qualche modo da un terzo mercato, che ha controllo sulle imprese. Va detto che, per quanto riguarda il mercato degli input, la concorrenza può non essere sufficiente a eliminare quelle imprese che non stiano perseguendo un sentito di massimizzazione di profitto e minimizzazione dei costi (regime di concorrenza perfetta = più efficiente in assoluto → Marris dice che non è vero) → un controllo delle imprese da parte di un altro mercato può essere un elemento di aiuto: investitori esterni che decidono di acquistare azioni, osservando se i profitti aumentano o diminuiscono in seguito alle decisioni del management, possono decidere di fare un'offerta e quindi di acquistare titoli per partecipare al controllo dell'impresa o, se già hanno questo controllo, possono decidere di liberarsi di titoli azionari. Il fatto che la loro indipendenza, funzione del livello di profitto che un'impresa riesce a perseguire, e il fatto che questi soggetti possano minare il valore di un'impresa, rendendola più fragile a una scalata (acquisto da parte di soggetti esterni), possono rappresentare una forma di controllo nei confronti del management.

La minaccia dei take-overs serve a *disciplinare il comportamento dei manager* → una mancata massimizzazione dei profitti porta a una riduzione del valore dell'impresa sul mercato azionario e quindi induce gli investitori esterni (predatori) a cercare di acquistare l'impresa, andando a sostituire il gruppo di manager, per far tornare l'impresa su un sentiero di crescita e di maggiore profittabilità.

Riassumendo, diciamo che la minaccia di take-over (scalate) disciplina il comportamento dei manager → i manager per paura di essere sostituiti / licenziati tenendo a perseguire obiettivi che favoriscono la massimizzazione dei profitti.

Un ulteriore studio, successivo a questo che fa capo a Marris, che fa sempre riferimento alla teoria delle scalate è quello di Grossman-Hart (1986).

MODELLO GROSSMAN-HART

Gli autori ci mostrano che, in seguito a un cambiamento dell'ambiente in cui l'impresa opera, i **contratti** che regolano il comportamento tra azionisti e manager risultano superati, cioè non sono più validi. I **cambiamenti ambientali** sono un'ottima ragione per il management per modificare il proprio comportamento e a volte anche di appropriarsi del valore dell'impresa. Un simile atteggiamento può venire controllato dall'esercizio dei take-overs, che possono esercitare un *ruolo di controllo* e di conseguenza aumentare il livello di efficienza nel comportamento aziendale e incentivare la redazione di nuovi contratti, nuovi accordi, sempre più coerenti con il cambiato contesto.

Grossman e Hart enfatizzano il **ruolo disciplinante dei take-overs**, che deriva dalla *rinegoziazione continua dei contratti* e di conseguenza dall'influenza che questa possibilità esercita sul management, che sarà più cauto nel prendere decisioni magari vantaggiose per lui stesso e non per gli azionisti —> riassumendo: in un contesto di mutamento ambientale, il controllo da parte di take-overs porta a rinegoziare i contratti che disciplinano i rapporti tra proprietà e controllo e quindi indurre il manager ad avere un comportamento efficiente e massimizzante per quanto riguarda il profitto e a non assumere comportamenti che possono minare il valore dell'impresa e che permettano ai manager di migliorare il proprio potere e prestigio a danno dell'impresa.

Esempi di cambiamento ambientale possono essere la pandemia, il cambiamento del contesto competitivo a seguito di nuovi operatori nel mercato, nuove leggi che regolano i settori —> qualsiasi tipo di cambiamento che possa portare il management a comportarsi da free-rider. Se il manager viene considerato responsabile, può subire *punizioni* o venire sostituito, perdendo rendite di posizione associate al godere di una posizione dirigenziale —> l'evidenza empirica ci dimostra, però, che manager che hanno svolto un cattivo lavoro possono anche essere liquidati in maniera sostanziosa: questo può derivare da contratti, che forse lo prevedono, o dal prestigio che ha guadagnato il manager durante la sua carriera o da asimmetrie informative (magari la nuova proprietà non conosce il livello di responsabilità di un singolo manager e potrebbe non punirlo abbastanza).

[Il take-over è un potenziale acquirente, non qualcuno che ha già acquistato —> ruolo della minaccia nella teoria dei giochi.]

L'*acquisizione* può avvenire anche *da soggetti* che sono *interni all'impresa* —> management buy-out, che può estendersi fino a diventare workers buy-out:

- **management buy-out**: il management acquisisce la proprietà dell'impresa;
- **workers buy-out**: estensione del primo caso, ovvero un'operazione che estende a classi più ampie di lavoratori l'acquisto (tipo di operazione che può seguire una fase di privatizzazione o cessione a gruppi industriali, anche stranieri).

Quindi, questa acquisizione può riguardare il management o i lavoratori di livello intermedio o medio-basso, che si trovano a investire un ammontare a seguito dell'acquisizione di azioni della società —> questo può succedere perché la proprietà dell'impresa non cada in mani straniere o non venga sottoposta a scalate, per contenere quindi la riduzione del valore dell'impresa. Soggetti che possono essere coinvolti in queste operazioni sono anche investitori, istituzionali, enti finanziatori (es. banche) che garantiscono sul debito che viene stipulato.

La **pratica delle scalate** non è priva di costi. Vediamo quali sono i problemi associati a questo tipo di pratica, effetti perversi e indiretti che derivano dal lasciare che l'impresa perda valore e sia soggetta ad acquisizione da parte di soggetti esterni. *Problemi:*

- **free-riding:** comportamento il base al quale, quando non è possibile esercitare sempre il controllo, alcuni soggetti possono adottare comportamenti non coerenti oppure godere di benefici senza essere disposti a pagare i costi per un determinato servizio —
> secondo Grossam e Hart il free-riding può essere un potenziale incentivo: in caso di possibile scalata un azionista potrebbe non volere cedere le proprie azioni cercando di beneficiare di un aumento di prezzo delle azioni stesse che potrebbe essere indotto dal passaggio di proprietà; al tempo stesso, il predatore (take-over) potrebbe ottenere un profitto solo se riesce ad acquistare a un prezzo più basso di quel che varrà l'azienda quando sarà nelle sue mani
- da un lato abbiamo *potenziali acquirenti* che vogliono acquistare a un prezzo più basso e dall'altro abbiamo *azionisti* che non vogliono vendere le proprie azioni perché sanno che una volta che l'impresa verrà acquistata varranno di più —> due soggetti con obiettivi contrapposti
- **possibile soluzione è l'annacquamento (dilution) del capitale**, che rappresenta il fattore di incentivo: si tratta della possibilità che il nuovo azionista di controllo possa vendere parte delle attività di impresa a un'altra impresa, che magari controlla lui stesso, a svantaggio degli azionisti di minoranza, emettendo lui stesso altre azioni —
> la dilution aumenta i ricavi del predatore ma anche la probabilità di successo della scalata, quindi l'acquisitore compra delle azioni e le vende immediatamente a un'altra impresa di suo controllo, a condizioni svantaggiose per gli azionisti di minoranza, rallentando quindi la fase di aumento del valore delle imprese che danneggia gli azionisti che non vogliono vendere
- **la resistenza del management** —> i manager possono opporsi alla scalata facendo ricorso alle autorità di controllo di concorrenza e anti-trust o facendo azioni di disturbo varie, cercando di colludere con il predatore e comprare le sue azioni, ostacolando il processo di scalata se questo è per loro non interessante, visto che per il manager rappresenta una minaccia.

La minaccia della scalata, quindi, è una forma di controllo che esiste ma non è estremamente efficace —> questa minaccia può avere *effetti perversi in termini di incentivi*. Invece di indurre il management a modificare il suo comportamento, questa minaccia può portarlo a cercare di perseguire dei profitti di breve periodo a scapito di risultati di lungo periodo per l'azienda —> il manager potrebbe avere atteggiamento a sua volta predatorio nei confronti dell'impresa, danneggiandola, poiché perseguire obiettivi di breve periodo può non essere l'obiettivo che l'azienda si è prefissata di ottenere. Questo comportamento può non venire mai controllato, da un lato perché i mercati azionari non sono in grado di valutare i profitti futuri, dall'altra perché molto spesso i manager possono incentivare i risultati di breve senza che l'azionariato se ne accorga —> questi sono comportamenti che impattano negativamente sulla salute dell'impresa.

MODELLO DELL'OTTIMIZZAZIONE E DEL LIVELLO DI SODDISFAZIONE

In base all'approccio che veniva proposto da Herbert-Simon (teorico dell'organizzazione, 1965 libro fondante nella teoria dell'organizzazione), l'impresa neoclassica si muove in un contesto di **informazione imperfetta**. Qualora esistesse un contesto effettivo di perfetta informazione, l'impresa non avrebbe bisogno di nessun tipo di organizzazione, ma nel momento in cui l'informazione viene meno è necessaria un'organizzazione per l'impresa. Il contesto di incertezza e la velocità con cui le informazioni si trasformano non può prescindere da un fattore organizzativo. L'impresa non è un'entità individuale ma un insieme, un *complesso di individui e centri di potere che interagiscono tra di loro e giungono a compromessi*. Di conseguenza solo uno studio del modo in cui i soggetti interagiscono tra di loro ed evolvono i comportamenti non solo individuali ma di gruppo ci permette di arrivare a capire come un'impresa si comporta:

- l'azienda è un sistema di individui e regole e ruoli che interagiscono tra di loro all'interno di una rete organizzativa;
- l'impresa è un organismo in cui convivono centri di potere con obiettivi diversi dove è necessario esercitare coordinamento per raggiungere un obiettivo comune.

Partendo dalla teoria del controllo e dei sistemi complessi deriva il concetto della **omeostasi** = capacità di un organismo di conservare la propria struttura a prescindere dalle variazioni e dalle sollecitazioni ambientali —> *l'impresa è un organismo omeostatico*, che assume forme adeguate a generare processi di autoregolazione strettamente legati alle proprie strutture interne, che sono capaci di reagire a mutamenti esterni al fine di ristabilire il proprio equilibrio.

L'impresa è in grado di adattarsi e di riorganizzarsi in funzione del cambiamento e in base a questo deriva il fatto che l'impresa, come organizzazione, ha come obiettivo non tanto la massimizzazione del profitto ma la **sopravvivenza** all'interno di un contesto mutevole. Come si traduce in termini economici questo concetto di sopravvivenza? Sopravvivere vuol dire raggiungere una soluzione soddisfacente per tutti i gruppi all'interno dell'impresa, dove ovviamente il livello soddisfacente è comunque un livello di profitto soddisfacente, piuttosto che massimo. Il profitto soddisfacente deriva dal fatto che le imprese, in quanto organizzazione di persone, non è in grado di essere massimizzante perché l'ipotesi di massimizzazione presuppone un criterio di razionalità assoluta —> la **razionalità** qui è **limitata**, cioè le organizzazioni di persone sono in grado di conoscere e vagliare un numero limitato di informazioni, è impossibile considerare tutte le opzioni esistenti ed esiti differenti che si possono generare. Perseguire un **profitto soddisfacente** è più fattibile del perseguire il profitto massimo. Va detto che solo in condizioni di **stato stazionario** (equilibrio stabile di lungo periodo), il comportamento massimizzante e quello soddisfacente coincidono. L'equilibrio di stato stazionario è un equilibrio di lungo periodo in cui tutti i sistemi raggiungono gli obiettivi che si sono prefissati (teoria).

Secondo Simon, le imprese non seguono un comportamento di razionalità limitata ma un comportamento di **razionalità procedurale** = comportamento razionale dove il comportamento assume la forma di procedure che guidano le scelte —> da qui l'esigenza di usare modelli che non siano solo teorici ma che partano dalla realtà per raggiungere soluzioni soddisfacenti per l'impresa. Simon ci porta a superare l'idea di impresa neoclassica, massimizzante, perché non sempre è possibile raggiungere la

posizione di equilibrio, che a volte non esiste. Sono importanti, a volte, fasi di crescita dell'impresa che sono *fasi di transizione*, che possono essere analizzate solo attraverso un processo dinamico, analizzando il continuo cambiamento.

MODELLO DELLA TEORIA COMPORTAMENTISTA DELL'IMPRESA

Gli autori che hanno elaborato questa teoria (1973) sono Richard Cyert e James March. In base alla loro *teoria del comportamento d'impresa*, gli autori si occupano del modo in cui si sviluppa il processo decisionale soprattutto in un contesto di grandi imprese, che operano in un contesto di incertezza in mercati imperfetti. Gli aspetti importanti sono:

- caratteristiche del *mercato*, che è *imperfetto*;
- *incertezza*;
- *contesto di grande impresa con produzioni multiple* —> l'aspetto della dimensione dell'impresa e della molteplicità delle produzioni ci dimostra che il contesto è multidecisionale e si sviluppa in una molteplicità di obiettivi.

Aspetti importanti delle teorie del comportamento dell'impresa:

- analisi del processo grazie al quale vengono formulate le richieste di obiettivo, quindi il modo in cui vengono proposte le istanze da parte dei diversi gruppi;
- analisi in base alla quale le diverse richieste possono entrare in conflitto tra di loro o possono trovare una certa compatibilità —> le richieste sono considerate come livelli di aspirazione e dal livello di soddisfazione di questi deriva la capacità dei gruppi di raggiungere i loro obiettivi e anche di sviluppare future aspettative nei confronti dell'azienda;
- identificazione degli obiettivi dell'impresa, quindi la selezione degli obiettivi che l'impresa dovrà perseguire dopo aver raccolto le istanze —> obiettivi principali per l'impresa perché permetteranno di soddisfare le istanze proposte;
- realizzazione degli obiettivi una volta raccolte le istanze attraverso il processo decisionale —> messa in atto di un processo decisionale, per perseguire e realizzare gli obiettivi una volta raccolte le istanze.

Questo modello segue questa consequenzialità perché dopo una selezione delle alternative, quindi una valutazione delle istanze, viene selezionata l'istanza soddisfacente perché permette di avere il *maggior livello di consenso* e quindi viene accolta. Il comportamento dell'impresa, che si traduce nel processo decisionale, se è un comportamento che realizza degli obiettivi allora sarà un *comportamento stabile* dove non è interessante cercare soluzioni alternative, che a volte possono essere migliori. Quando gli obiettivi non riescono ad essere realizzati, l'impresa può cercare di modificare il proprio comportamento per realizzarli. Se è vero che è il management che prende le ultime decisioni, è anche vero che prende decisioni sulla base delle informazioni che ha ricevuto e alle azioni che sono state fatte dagli altri gruppi, intermedi e alla base —> comportamenti e processi decisionali dell'impresa altro non sono che un compromesso tra i diversi gruppi o il risultato di pressioni da parte di un gruppo più forte, risultato che però può cambiare in base alla variazione dei rapporti di forza all'interno dell'impresa.

OBIETTIVI DI IMPRESE NO-PROFIT —> IMPRESA COOPERATIVA

Non necessariamente il profitto è l'obiettivo principale dell'impresa. Il profitto può essere un obiettivo anche solo sostenibile ed è importante anche quando non si pensa esclusivamente alla redistribuzione di questo tra tutti gli azionisti. L'impresa può redistribuire gli utili realizzati all'interno dell'attività stessa —> la **redistribuzione degli utili** in azienda ha caratterizzato per molto tempo solo la mission delle imprese cooperative.

In anni recenti, la legislazione italiana ha previsto che anche nell'ambito di un SRL fosse possibile reinvestire in azienda fino all'80% degli utili. *Oggi il confine tra profit e no-profit è sottile* —> perché la legislazione si è evoluta in questa direzione? Perché i profitti, una volta reinvestiti nell'attività economica, possono servire a far crescere l'attività economica e non solo il portafoglio, investimenti degli azionisti e dei proprietari: è importante che un'impresa possa iniettare continuamente risorse all'interno della propria attività.

Il meccanismo cooperativo non ha solo questo tra gli obiettivi, ovvero quello di realizzare utili che saranno ri-immessi in azienda una volta pagati tutti i salari —> quando un'impresa assume la forma costitutiva del no-profit questo non vuol dire che non realizza profitto, ma che i profitti realizzati non vengono distribuiti agli azionisti, ma reinvestiti nell'impresa stessa, dopo che sono stati pagati tutti i salari. I principi che caratterizzano l'**impresa cooperativa** e la categorizzano come impresa no-profit sono:

- *elevata diffusione delle quote societarie* —> numero minimo di soci pari a 3, massimo anche di alcune migliaia: quando la numerosità è molto elevata si parla anche di “public company”;
- *principio democratico*, ovvero ogni componente dell'impresa cooperativa può esprimersi e la sua opinione vale come quella di tutti gli altri, indipendentemente da che ruolo ricopre;
- *il limite alla ripartizione degli utili tra soci e l'obbligo di distinzione a finalità mutualistiche di parte dei proventi* —> con “finalità mutualistiche” si intende un obiettivo legato a un ritorno non solo economico per i soci, esempio:
 - la Coop è una società cooperativa SRL e utilizzando la tessera socio, per la quale si paga una quota, alla fine di ogni anno si gode di una restituzione di parte dei soldi che sono stati spesi —> finalità mutualistica: garantire ai soci la possibilità di accedere ad alcuni prodotti a un prezzo minore —> questa restituzione fa sì che si finalizzi l'obiettivo della mutualità;
- l'accesso alla titolarità delle quote rappresentative della società stessa è sottoposto a un *vincolo di gradimento* da parte dei soci preesistenti e al possesso di requisiti specifici —> tutti possono entrare in teoria, ma nella realtà i nuovi accessi devono essere regolamentati da quelli già esistenti (vincolo di gradimento);
- lo *scopo mutualistico*, cioè l'aiuto reciproco che i soggetti appartenenti a una medesima categoria sociale decidono di fornirsi in caso di bisogno.

Ci si può trovare nell'ambito di un **contesto cooperativo** anche **autogestito**, dove i lavoratori gestiscono autonomamente la produzione, accettando in questo caso il rischio

di impresa (guadagnare o perdere) e dividono tra di loro il sovrappiù che risulta dall'attività, dopo aver sostenuto e coperto i costi di produzione.

La soluzione cooperativa è stata interessante nel caso di *crisi aziendali*, quando magari non si sono trovati compratori e gli accordi tra lavoratori hanno fatto sì che questi ultimi potessero diventare proprietari e potessero così continuare a lavorare. Questi tentativi da un punto di vista teorico sono favolosi, ma nel corso del tempo hanno manifestato limiti per quanto riguarda il sostenere moli di lavoro importanti e di conseguenza limiti nella capacità di impresa di crescere —> modalità che avrebbe bisogno di un sostegno teorico per poter funzionare meglio.

In letteratura molto spesso la tipologia di impresa viene definita anche in funzione della relazione che esiste tra lavoro e capitale e in questo caso si può avere un'*impresa gestita dai lavoratori*, in cui gli stessi non hanno la proprietà dei mezzi di produzione, ovvero li noleggiavano pagando un canone ai proprietari stessi.

Il fatto che l'impresa abbia dei *limiti di crescita* quando viene autogestita rappresenta effettivamente un limite se si adotta un paradigma di riferimento che è quello dei paesi industrializzati occidentali, ovvero se noi diamo per scontato che un'impresa per rimanere sul mercato debba perseguire dei criteri di efficienza che sono ottenuti solo attraverso la realizzazione di economie di scala e quindi la riduzione del costo dei fattori di produzione —> se partiamo da questa idea solida ma novecentesca sarà difficile che un'impresa cooperativa riesca a risparmiare così tanto sui fattori di produzione da essere efficiente e competitiva come accade per imprese for-profit. Se, invece, si modifica il paradigma, per cui non necessariamente le imprese devono raggiungere un'alta scala di produzione e minimizzare i costi dei fattori, allora è possibile pensare a queste soluzioni lavorative come a soluzioni davvero mutualistiche e allo stesso tempo efficienti.

Quando ricordiamo che l'impresa è un organismo che si occupa della creazione o trasformazione di valore, dobbiamo capire cosa intendiamo per "*valore*" —> se il valore che ci interessa è quello economico o finanziario, allora non possiamo uscire da questo paradigma della produzione lineare novecentesca, in cui realizzare economie di scala è fondamentale per essere efficienti. Ma se noi inseriamo all'interno del nostro bagaglio di valori anche principi legati al rispetto di valori umani o all'esigenza di non creare scarti durante i processi di produzione, quindi criteri legati alla *sostenibilità* nel senso più ampio, allora è possibile che si sviluppino modelli di produzione in cui non necessariamente ingigantirsi e sfruttare i fattori di produzione può essere l'unica soluzione. Questo va sottolineato perché l'istanza del valore è un'istanza contemporanea per l'impresa.

Nel caso in cui i lavoratori non detengono la proprietà dei mezzi di produzione li affittano e questa diventa quella che chiamiamo un'impresa gestita dai lavoratori. In base a questa definizione, un'impresa autogestita non è altro che un'immagine speculare di un'impresa capitalistica dove l'imprenditore che è anche il proprietario affitta il lavoro. In questo caso tutte le decisioni relative all'attività produttiva sono prese dai lavoratori, che si appropriano di quello che rimane tra ricavi e costi di produzione, quindi i *profitti residui* —> il lavoro non è più considerato come un fattore di produzione ma come un fattore imprenditoriale. Il capitale rientra tra i fattori produttivi che devono essere remunerati all'interno dei costi di produzione.

Un altro tipo di impresa: non solo i membri controllano l'impresa ma hanno anche la proprietà dei mezzi di produzione —> **impresa autogestita**. Anche in questo tipo di impresa le decisioni vengono prese dai lavoratori, che si appropriano del profitto residuo, ma a differenza di prima forniscono anche il *capitale di rischio*.

OBIETTIVI DI IMPRESE NO-PROFIT —> IMPRESA PUBBLICA

Quando si parla di impresa pubblica si parla di un'impresa che è di **proprietà** e di **gestione pubblica** —> autorità pubblica.

Non si può lasciare in mano a privati la totale gestione e la proprietà di un bene che ha importanza strategica pubblica. I settori che hanno le caratteristiche dei monopoli naturali sono settori in cui è efficiente che operi una sola impresa rispetto a molteplici —> il monopolista può operare aumentando i prezzi a suo piacere avendo come unico limite una domanda che non è elastica, poiché stiamo parlando di un bene di prima necessità: il fallimento di mercato associato alla gestione privatistica di un bene pubblico rappresenta un elemento in favore dell'ipotesi della gestione pubblica di una risorsa.

Quando parliamo di nazionalizzazione o di gestione di risorse da parte di un'impresa pubblica parliamo di una gestione che **massimizzi l'equità e il benessere sociale**. Perseguire quest'ultimo vuol dire *produrre una quantità tale per cui il prezzo di vendita eguagli il costo medio e non il costo marginale* —> il benessere sociale rappresenta l'area compresa tra la funzione di domanda e la curva che descrive i costi marginali, che è massima quando il prezzo è uguale al costo marginale (equilibrio di concorrenza perfetta). Se l'impresa pubblica definisse il prezzo di vendita del suo prodotto pari al costo marginale rischierebbe di non coprire i costi fissi, almeno nel breve periodo. L'impresa ha **due alternative**: fissare un prezzo pari al costo medio oppure fissare un prezzo pari a costo marginale e avere costantemente bisogno del sostegno pubblico. Questo dimostra che *non è efficiente* perseguire un obiettivo di benessere sociale e al tempo stesso essere efficienti da un punto di vista della produzione di impresa.

Nel caso in cui le imprese pubbliche competano all'interno di un settore insieme a quelle private (trasporto, telecomunicazioni, banche; oligopolio) le scelte dell'impresa guardano il definire costi basandosi sul comportamento dei competitori. Si è abbandonata la proprietà pubblica da parte di molte imprese, che oggi sono **partecipate** (misto privato - pubblico), derivante dal fatto che l'impresa pubblica fatica a perseguire un'efficienza tecnologica e anche dall'assenza di competizione all'interno di un contesto pubblico, oltre che dalla fallacia del meccanismo di incentivi —> tutto ciò rende inefficace e inefficiente la gestione pubblica di una determinata risorsa.

NUOVE TEORIE DELL'IMPRESA —> LA TEORIA DEI TEAMS

Le nuove teorie dell'impresa si occupano di analizzare gli aspetti più legati alle **nuove forme imprenditoriali** —> meno incentrate sull'efficienza produttiva e sul modo in cui questa compete e più attente agli *aspetti dell'organizzazione*. Queste teorie sono una sorta di ponte tra la microeconomia e l'organizzazione aziendale.

Quando le teorie microeconomiche si sono diffuse, l'impresa che veniva studiata era la classica impresa di piccole dimensioni, controllata dal proprietario direttamente o da un gruppo dirigente molto poco numeroso, con poche interazioni con l'esterno (ambito di

mercati chiuso o poco globalizzato, quindi numero di interazioni facile da gestire) —> impresa trattata come un'organismo creatore di valore, valore dato dalla trasformazione degli input di produzione e di conseguenza il punto di riferimento dell'analisi teorica era la relazione tra funzione di produzione e funzione di costo.

Noi oggi ci troviamo ad analizzare imprese di *dimensioni gigantesche*, di *conglomerati* che sono geograficamente sparsi in tutto il mondo e che si occupano di multi-prodotto che vedono al loro interno la coesistenza di *forme organizzate diverse*, che si sono evolute in seguito all'evoluzione tecnologica- Rivoluzioni industriali: vapore, treno, telegrafo, internet —> a queste rivoluzioni sono eluite strutture organizzative e mezzi di produzione che sono poi andati ad occupare fasce di mercato sempre più ampie, dove le forme organizzative sono andate dalle piccole imprese ai conglomerati fino a tornare ad oggi a forme più piccole e meno scalabili.

La produzione di massa, cioè la standardizzazione della produzione con conseguente replicabilità dei prodotti e omologazione delle funzioni, ha portato con sé l'impossibilità da parte di un singolo proprietario di controllare tutte le fasi della produzione —> questo ha reso necessario studiare le caratteristiche dell'impresa e della sua organizzazione. L'impresa grande, verticalmente integrata, presenza **problemi di coordinamento** delle decisioni e di comunicazione tra le divisioni. Questi problemi sono causati dalla complessità della produzione industriale, cioè dalla numerosità dei prodotti, dalla dimensione dei processi e dalla numerosità di soggetti coinvolti in questi. Parliamo di imprese gerarchicamente integrate all'interno di meccanismi di produzione capitalistici.

Il primo modello che descriviamo è quello dell'impresa come funzione di produzione di squadra, ovvero la **teoria dei teams**. Questo modello fa riferimento ad Alchian e Demsetz (1972), che partono dalla funzione di produzione dell'impresa ma vogliono analizzare una funzione in cui non viene presa in considerazione solo la combinazione di due fattori, ma di una squadra, dove il contributo dato da ciascun soggetto non è distinguibile da quello offerto dagli altri. La produttività marginale di un input può variare in seguito alla variazione di altri input —> il contributo di ogni singolo fattore di produzione può influenzare tutti gli altri. In questo modo è difficile stabilire a quale input fa riferimento l'eventuale aumento o diminuzione del livello di output e quindi non è possibile determinare in maniera chiara quale sia il contributo che ogni singolo fattore di produzione fornisce alla totalità dell'output e di conseguenza non è possibile calcolare la remunerazione di ogni singolo fattore di produzione, che dipende dal valore che si attribuisce alla produttività marginale dell'input. Ogni portatore di fattore di produzione è così incentivato ad adottare un comportamento free-riding e quindi offrire una quantità sub-ottimale del proprio input, dal momento che non è possibile determinarne il contributo sul livello di output, che può comunque essere raggiunto dal contributo degli altri input —> ma questo comportamento può essere seguito da chiunque e quindi alla fine la quantità di input è troppo basse e vi è il **mancato raggiungimento dell'efficienza produttiva**. Classico risultato da *dilemma del prigioniero*: se gli individui avessero adottato un comportamento cooperativo e se ci fosse un obiettivo condiviso, questa inefficienza non avverrebbe. Seguire un obiettivo comune comporta un vantaggio per tutti (sarebbe una soluzione pareto-efficiente), ma questo non avviene quasi mai, poiché ciascuno cerca di massimizzare la propria utilità soggettiva, quindi minimizzando i costi e con questi l'impegno. L'equilibrio non cooperativo è quindi inefficiente.

Com'è possibile superare il *free-riding* allora? Una soluzione potrebbe essere quella di individuare un **supervisore** che controlli il comportamento dei partecipanti al processo produttivo, controllandone l'impegno e il contributo e determinandone la produttività marginale e quindi fissandone la remunerazione. Ma chi controlla il supervisore? E su quali basi si assume un soggetto adatto a svolgere questo compito, in base a quali criteri? Gli autori di questo modello suggeriscono che questo ruolo venga ricoperto da colui che ha tutto l'interesse a limitare il comportamento da *free-riding*, ovvero il soggetto che ottiene maggiori benefici dalla distribuzione dei profitti residui —> il controllore non può che essere il **proprietario**, in quanto è colui che più di tutti incontra le caratteristiche necessarie per svolgere questa funzione e di conseguenza l'esistenza di una funzione di produzione di squadra fornisce di per sé la ragione d'essere per l'esistenza di un'impresa capitalista, controllata da una proprietà. Chi è incaricato di svolgere l'attività di monitoraggio, quando non è il proprietario, è un gruppo di subordinati di questo che svolgono specificatamente questa funzione —> un limite a questo approccio viene individuato dal fatto che questa teoria non vale, per esempio, per quelle imprese in cui la proprietà e il lavoro coincidono, come nel caso delle cooperative. Non viene detto altro riguardo le caratteristiche e i limiti dell'impresa. Va detto che tutti questi comportamenti derivano dal fatto che la violazione, il deviare da un comportamento corretto, non è altro che il risultato che segue alla presenza di **asimmetrie informative tra gli individui** —> questo comporta l'adozione di comportamenti opportunistici nei confronti di colleghi o di subordinati con l'ottenimento di un equilibrio inefficiente.

Come risolvere questi problemi di azzardo morale? Questa teoria non ci dice nulla ma questi problemi sono stati analizzati nell'ambito della teoria dei giochi ed emerge che una buona pratica di controllo avviene tra **competitors**, che si controllano gli uni con gli altri per poter mantenere il loro grado di competitività nell'impresa.

Il passaggio successivo viene analizzato quando Coase cerca di dare una ragione all'esistenza stessa dell'impresa. Coase è noto per il suo *teorema di attribuzione dei diritti di proprietà*. Coase ci dice che la ragione principale per cui è profittevole fondare un'impresa è che vi è un costo di uso sul mercato —> competere, rimanere sul mercato, comporta dei costi. Questi costi, **costi di transazione**, crescono mano a mano che aumentano il numero dei soggetti coinvolti e le dimensioni dell'impresa e vengono definiti i costi di coordinazione e i **costi dovuti all'incompletezza contrattuale**.

I contratti sono per definizione incompleti, perché è impossibile individuare tutte le possibili alternative e ostacoli che si possono verificare. Dal momento che operiamo con una razionalità limitata, così lo è per l'impresa. Ogni volta che si palesa una nuova eventualità e il contratto è già stato stipulato, allora bisogna eliminarlo e reggerlo di nuovo, questo rappresenta un costo non indifferente per i soggetti coinvolti. L'*incompletezza contrattuale* è alla base dei **comportamenti opportunistici**: un soggetto può non conoscere tutte le situazioni possibili che si possono creare ma è possibile che la controparte abbia un bagaglio conoscitivo maggiore —> incentivo ad essere opportunistici crescere in funzione della dimensione di investimento e del coinvolgimento che una delle parti può avere all'interno della relazione: maggiore è l'investimento, quindi maggiori sono i costi che un eventuale fallimento comporterebbe per un soggetto, tanto maggiore è l'incentivo a deviare dall'accordo, quindi ad assumere comportamento opportunistico.

I **costi di coordinazione** derivano dalla necessità di trovare un accordo tra le parti e sono

tanto più alti quanto più numerosi sono i contraenti.

Coase ritiene che una volta ben definiti i ruoli, quelli che lui chiama “*diritti di proprietà*”, sarebbe possibile risolvere gli eventuali problemi di opportunismo, ma non necessariamente i soggetti sono incentivati a mettersi d'accordo. L'accordo prevede un interesse comune ma anche la presenza di un soggetto autoritario che spinge ad accordarsi —> ma in base a quale principio noi distribuiamo i diritti di proprietà e autorevolezza? L'esistenza stessa dell'incompletezza contrattuale e dei costi legati ad accordi rende opportuno realizzare un'entità giuridica, il cui scopo è quello di organizzare l'attività economica. Coase giustifica l'esistenza dell'impresa come naturale e necessaria conseguenza di costi di transazione che seguono alla difficoltà che esiste tra le persone di mettersi d'accordo —> l'impresa, come *organismo giuridico superiore*, è dotata della sufficiente autorità per imporre l'accordo fra le diverse parti coinvolte nel processo produttivo. Quindi, una volta che è stata istituita, l'impresa può stipulare tutti i contratti che le servono per appropriarsi di certi fattori produttivi. Un'impresa può essere un unico individuo ma anche una numerosità di soggetti —> più sono concentrati i poteri, maggiore è la possibilità che si verifichi una *situazione di lock-in*, in base al quale chi detiene il potere contrattuale esercita un potere monopolistico, di controllo assoluto, su questa attività. Se poi questo soggetto è anche quello che ha investito maggiormente, allora appena potrà avrà convenienza ad adottare comportamento opportunistico, appropriandosi della differenza di surplus che esiste tra il suo investimento e ciò che viene ottenuto con quest'ultimo (surplus di profitto che può risultare dal processo di produzione). Il lock-in favorisce dei comportamenti opportunistici e conduce ad un risultato sub-ottimale.

L'esistenza stessa dell'impresa giustifica il comportamento monopolistico da parte dell'imprenditore, ovvero l'incentivo a cercare di impossessarsi di tutto il surplus generato —> comportamento socialmente inefficiente. Ma questo comportamento devia dal trovare accordi. Una possibile soluzione può essere quella di *arbitrato*, ovvero nominare un terzo soggetto con il compito di decidere come comportarsi in caso di soluzioni avverse o non previste nei contratti —> soggetto esterno, equo e con obiettivi totalmente estranei. Altra soluzione è quella di attribuire a uno dei contraenti una forma di autorità superiore rispetto a quella degli altri —> l'attribuzione del potere di decidere come comportarsi in contesti diversi deve essere fornita nelle prime fasi del contratto e quindi riconosciuta. Ovviamente, però, la *scelta del soggetto è cruciale*, quindi in un certo senso torniamo al punto di partenza —> questo modello giustifica l'esistenza dell'impresa e aggiungere elementi informativi ma non ci porta a un risultato diverso quello di una proprietà che esercita controllo diretto sui lavoratori. Quindi, ancora una volta giustifichiamo l'integrazione verticale.

RELAZIONE TRA ESERCIZIO DELL'AUTORITÀ E DIRITTI DI PROPRIETÀ

L'attribuzione dei diritti di proprietà viene ripresa, dopo che ne aveva parlato Coase, da Grossman e Hart in un loro articolo del 1986. Il loro contributo sostiene l'ipotesi che l'autorità coincida con il potere decisionale in ogni contesto e di conseguenza implica di per sé il diritto di proprietà —> quindi con “**autorità**” parliamo di **potere decisionale**. Grossman e Hart ritengono che il poter decidere su tutto ciò che può essere considerato *residuale*, ovvero non esplicitato/previsto da norme di legge o da un contratto, e il poter esercitare diritti di controllo fa parte del diritto della proprietà —> questi due concetti superano il limite della letteratura precedente, in cui era difficile prevedere tutte le alternative possibili. In questo caso, gli autori scavalcano il problema dicendo che tutto ciò che non rientra nella norma di legge o nel contratto fa parte di un *diritto residuale di controllo che fa capo alla proprietà*.

L'esistenza di un **diritto residuale** segue la *natura incompleta dei contratti* —> se i contratti fossero completi, questo bisogno non ci sarebbe, ma noi dobbiamo per forza fare riferimento a una qualche forma di diritto di proprietà per evitare o risolvere delle controversie che possono nascere ogni qualvolta si effettui una transazione. Le transazioni economiche prevedono sempre e comunque incompletezza contrattuale e questo può essere un problema in presenza di investimenti specifici. Inoltre, rappresenta anche un limite visto che i beni e gli individui sono eterogenei, quindi i fattori produttivi e i fattori coinvolti nella transazione economica sono eterogenei. Laddove i fattori non sono perfettamente sostituibili è necessario che possano essere trattati come complementari, prevedendo così che si sviluppino **reti di interdipendenza tra i fattori** —> ciò ci ricorda la funzione di produzione di squadra: la difficoltà nel poter individuare il contributo specifico di un singolo fattore rende in un quale modo legati tra di loro tutti i fattori (nesso causale tra eterogeneità e complementarietà e interdipendenza).

I fattori di produzione beni capitali sono realizzati e utilizzati per sfruttare e determinare esigenze produttive, mentre gli individui sviluppano competenze e capacità grande all'interazione con altri individui ma anche con altri fattori di produzione. Viene introdotto il concetto di **competenze (skills)**, che sono spesso specifiche, quindi utili in determinati contesti e non utili in altri —> ne deriva, quindi, che il contributo che viene apportato al processo produttivo da ogni individuo e da ogni fattore capitale dipende dal concorso di altri o dal livello di interazione con altri.

L'impresa, secondo Grossman e Hart, non è solo un'istituzione giuridica che è frutto di una rete di contratti (questa visione permette di giustificare ma anche di limitare la questione relativa ai costi di transazione), ma è un organismo composto da un insieme di attività, di fattori produzione, sia capitali sia umani, e di competenze indispensabili per svolgere un processo produttivo —> **visione olistica dell'impresa** (come fatti, cose e persone). All'interno di questo modello comincia ad assumere un *ruolo centrale il capitale umano e l'investimento in esso*. Ne viene enfatizzata l'unicità perché si parla di competenze, che si sviluppano nel rapporto con l'altro ma anche con la “macchina”. La specializzazione del lavoro richiede investimenti sulle persone —> rappresenta un *limite* per l'impresa perché aumenta i costi, ma aumenta anche i valori dell'impresa e il valore del lavoratore, aumentando il potere contrattuale dello stesso. L'investimento in capitale

umano è di sicuro interessante per l'impresa, perché è provato che aumenta la produttività del lavoro, ma l'eccessiva *specializzazione* può rappresentare anche un boomerang per il lavoratore, che potrebbe faticare a trovare un altro lavoro o potrebbe essere difficile per lui modificare le proprie competenze qualora anche all'interno della stessa impresa fosse necessaria una ristrutturazione delle competenze.

Il fatto che per il lavoratore possa essere anche un limite essere eccessivamente specializzato, perché viene considerato "poco riciclabile", potrebbe rappresentare uno scarso incentivo per il lavoratore a specializzarsi —> il fatto che esista questo *disincentivo*, secondo Grossman e Hart, fa sì che sia necessaria la ***coincidenza tra investitore e proprietario***, ovvero la proprietà e colui che investe devono coincidere, perché il costo opportunità associato a questa figura è differente, ovvero solo la proprietà dell'impresa giustifica, secondo questo modello, l'investimento nell'attività poiché il lavoratore indipendente non ha questo incentivo. Ovviamente questo prevede costi e trade-off.

La soluzione a cui tornano gli autori è quella di Coase, dove il trade-off tra investire, quindi sostenere dei costi, e non farlo viene superato solo attraverso l'attribuzione dei ***diritti di proprietà***. Il proprietario, però, può trovarsi ad investire in un capitale umano che poi se ne va o diventa facilmente obsoleto o non raggiungere quel livello di produttività che gli permetterebbe di recuperare i costi —> anche al proprietario si palesa l'opzione di non riuscire a recuperare i costi del suo investimento, quindi una situazione in cui i benefici che può ottenere dal suo investimento sono inferiori rispetto ai costi. Non esiste, quindi, la possibilità di ottenere un esito che sia il migliore in assoluto, quella che chiamiamo "soluzione di first-best".

$B' < C'$ —> *il beneficio marginale rimane inferiore al costo marginale dell'investimento*, quindi la soluzione è ancora legata al diritto di proprietà, ma soprattutto non esiste una soluzione migliore in assoluto, cioè che soddisfa tutti contemporaneamente (la soluzione first-best). L'esito è che, in ogni caso, proprietari o lavoratori investiranno comunque al di sotto di quello che è ritenuto necessario: l'investimento in capitale umano è comunque inferiore a quello che sarebbe socialmente ottimale.

Dal momento che ***la soluzione è inefficiente***, tanto vale che si divida fortemente il ruolo tra proprietà e fattori di produzione e si consideri come preferibile la struttura proprietaria, poiché la proprietà verticale è comunque meno inefficiente e quindi il proprietario può quantomeno decidere di investire nel capitale umano che gli interessa.

Concludendo —> viene introdotto da Grossman e Hart il *ruolo del capitale umano e l'investimento in esso*, ma dimostrano che esiste comunque il disincentivo ad investire in questo perché questo tipo di investimento può generare benefici marginali inferiori ai costi che implica, allora possiamo capire in quali contesti l'investimento umano sia considerato inutile, in quali contesti sia considerato sostituibile e perché si giunge alla conclusione di controllo verticale capitalistico dell'impresa.

GROSSMAN, HART E MOORE: MODELLO DEL 1990

Nell'evoluzione del loro ragionamento, gli autori partono dalla posizione assunta in precedenza, ossia quella di considerare la **complementarietà tra fattori di produzione**, cioè *fattori capitali* e *fattori umani*. Essi stessi avevano superato questa complementarietà decretando la superiorità della proprietà rispetto all'integrazione tra fattori complementari —> gli autori hanno sviluppato l'analisi della complementarietà seguendo linee diverse di ragionamento:

- hanno confermato i risultati raggiunti in base ai quali affermano che è più efficiente che un solo soggetto effetti gli investimenti e confermano che sia più coerente che questo soggetto sia il proprietario;
- esiste un altro motivo che giustifica l'attribuzione della proprietà a un solo soggetto: gli autori suppongono che un individuo non debba effettuare nessun investimento specifico, ma disponga di capacità e conoscenze fondamentali, in modo da essere indispensabile all'attività economica —> se esiste un individuo indispensabile, non ha senso nessuno tipo di aggregazione o di coalizione tra soggetti che non includa questo individuo indispensabile, quindi non esiste nessun'altra forma di organizzazione che permetta di ottenere un livello di surplus superiore a quello che otterrebbe l'impresa attraverso questo unico individuo indispensabile
 - quando gli autori parlano di **coalizione**, parlano di un insieme di individui e capitali interdipendenti nei quali si può considerare anche il ruolo dei consumatori finali, considerati portatori di valore all'interno della definizione del prodotto stesso, poiché è possibile tramite la domanda di mercato esercitare la propria influenza su un determinato livello di offerta;
 - se il modello prevede n individui e m fattori capitali, la coalizione si verifica quando il valore di ciò che viene prodotto congiuntamente da individui e capitali è superiore alla somma del valore di quanto può essere prodotto dai due separatamente —> la coalizione implica che i soggetti cooperino tra di loro, quindi si introduce il concetto di **cooperazione**.

Secondo questo modello, se all'interno dell'impresa vi è un **individuo indispensabile**, se egli appartiene a una coalizione che svolge l'attività per la quale lui è indispensabile, allora egli deve anche esserne il **proprietario** —> deve disporre di quei diritti residuali di controllo dell'attività e quindi di autorità sugli altri membri della produzione. Il proprietario è l'unico soggetto ad essere indispensabile allo svolgimento dell'attività.

Cosa accade se all'interno della produzione sono presenti **più soggetti indispensabili**? Secondo gli autori questi dovranno essere **congiuntamente proprietari** e dovranno svolgere la loro attività decisionale seguendo una qualche forma di decisione e scelta collettiva. Ipotizzare scelte collettive e la condivisione della proprietà da parte dei soggetti **congiuntamente indispensabili** giustificano l'esistenza di forme alternative di impresa rispetto a quella capitalistica e quindi giustificano, ad esempio, l'esistenza del no-profit.

Dato per scontato, quindi senza porre all'interno dei modelli, la **distribuzione delle capacità e delle competenze**, l'esistenza di eventuali interdipendenze tecnologiche e il potenziale degli investimenti in capitale umano e in capitale fisso, gli autori ci dicono che l'**allocazione del controllo** sulle forme di capitale è efficiente se all'interno di ogni

coalizione risultano *proprietari* coloro che sono *insostituibili* e se il *contributo* di questi alla creazione del surplus è *massimo*.

Quindi, l'**esercizio del controllo** sulle forme di capitale fisso è *efficiente* quando la coalizione che si occupa della gestione del processo produttivo prevede al suo interno il proprietario che è insostituibile e quando l'azione di quest'ultimo porta alla realizzazione del massimo surplus —> la peculiarità dell'imprenditore sta nel contributo che arreca con il proprio investimento in capitale umano al processo produttivo. Questa teoria, comunque, enfatizza sicuramente la *scarsa sostituibilità delle capacità dell'imprenditore* e l'esistenza di una qualche forma di *interdipendenza tra capitale e lavoro*, ma con dei limiti.

Quali sono i *limiti* di questo modello? Non vengono considerati i soggetti con le loro caratteristiche e le loro personalità, non si specifica perché alcuni imprenditori investono di più e altri di meno, quindi non si considera l'attitudine di ognuno e nemmeno la propensione al rischio.

RECAP fino ad ora. L'impresa è una struttura legale nel quale viene esercitata l'autorità in presenza di contratti incompleti, ma l'autorità non è l'unico elemento che può determinare un comportamento all'interno dell'impresa. In un contesto in cui esistono forme di interazione vanno presi in considerazione la remunerazione monetaria dei soggetti coinvolti e la cultura di impresa che permette processi di identificazione con l'impresa stessa. Il rapporto di lavoro è regolato da una contrattazione, individuale e collettiva, difficile, dove chi accetta un ruolo di lavoro subordinato accetta di prestare la propria opera lavorativa secondo le direttive dei superiori ma anche secondo degli standard di comportamento condivisi dietro un compenso monetario —> la complessità di questo contratto sta nel dover capitale quale sia il limite discrezionale dei superiori nello svolgere il loro esercizio di autorità ma allo stesso tempo quali sono i limiti nel comportamento dell'individuo stesso. Il rapporto di lavoro e il contratto che lo regola devono essere sufficientemente incentivanti perché il lavoratore deve impegnarsi ma anche mantenere il più a lungo possibile il rapporto con l'impresa. Di conseguenza, la relazione tra i diversi gradi all'interno dell'impresa diventa estremamente importante e caratterizza quelli che vengono chiamati *"incentivi impliciti"*, rispetto a quelli espliciti. Gli incentivi impliciti sono quelli più motivanti e che non sono all'interno di un contratto.

PENROSE: CONTRATTAZIONE (1959)

Penrose si è occupata di *contrattazione* e ci dice che tra i fattori che possono aiutare l'impresa a crescere lei prende in considerazione quella che chiama una *collezione di risorse produttive*, fisiche e umane, e individua il fatto che il capitale umano incide nel valore dell'impresa. La permanenza dei lavoratori all'interno dell'impresa rappresenta un elemento di mutuo beneficio, poiché l'impresa trae valore dalle conoscenze dei propri lavoratori, quindi l'impresa ha interesse a mettere in atto operazioni che possono incentivare il lavoratore a migliorarsi e a rimanere all'interno dell'impresa.

Fra gli incentivi che Penrose prende in considerazione ci sono le promozioni, accordi e consuetudini non scritti che possono rendere piacevole il luogo di lavoro, ma anche l'adozione di mercati interni che si sviluppino con il crescere dell'impresa e che servono a motivare i dipendenti e a sollecitare non solo il loro coinvolgimento ma anche il loro comportamento cooperativo nei confronti dell'impresa. Cosa sono questi *mercati interni*?

Il percorso di carriera di un lavoratore può essere considerato come un mercato interno, poiché le persone che avanzano di carriera lo fanno in un contesto di competizione tra pari, ossia colleghi. La competizione che può avvenire tra lavoratori all'interno di un contesto del genere è indipendente dalle caratteristiche dell'impresa stessa.

Altro elemento importante è l'*incentivo implicito*, ossia il cambiamento di mansioni ma anche rapporti diversi che possono essere sviluppati con corpi intermedi o con la dirigenza, promozioni in base alla propria performance, premi, ecc. —> forma incentivante e diffusa, ma l'incentivo può dare anche *effetti negativi*: agire attraverso incentivi può far sì che i lavoratori vengano valutati secondo graduatorie di merito che portano a valorizzare quelli che lavorano di più rispetto agli altri, facendo prevalere un'idea di performance relativa rispetto a una capacità assoluta dei lavoratori. La dinamica competitiva che si crea può portare a una riduzione della produttività, conseguente a una dispersione di energie che potrebbe danneggiare il gruppo, compromettendo gli incentivi alla lavorazione di gruppo. Una componente meritocratica va sempre presa in considerazione, ma non deve essere assoluta nella valutazione.

Di solito il compenso e il salario dei lavoratori sono uguali al valore della produttività marginale del lavoro e di conseguenza il contributo che il singolo lavoratore dà alla totalità della produzione è la misura più oggettiva per misurare il suo costo e quindi il suo salario. Però, questa regola vale solo in un'ipotesi di mercato perfettamente concorrenziale. Nella realtà, questo non esiste e molto spesso è difficile valutare il contributo del singolo lavoratore alla produzione. È necessario *incentivare il lavoratore* per non perdere le skills che ha acquisito —> un contratto a tempo indeterminato può ridurre il rischio di dispersione delle conoscenze, ma anche il rischio legato alla perdita di incentivo a migliorarsi per il lavoratore. Il mantenere una retribuzione stabile svincola il lavoratore da cali di produttività, magari dovuti a fattori esterni. Il vantaggio di adottare forme implicite di remunerazione è legato al fatto che l'impresa che non viene abbandonata dai propri lavoratori gode di una buona reputazione.

Il concetto di *reputazione* è fondamentale per l'impresa, poiché è un meccanismo di incentivazione che si costruisce nel corso del tempo ma che si può distruggere in un attimo. È un elemento che crea legame tra tutte le parti in gioco, riduce il free-riding e garantisce il buon funzionamento dei meccanismi di incentivazione. Per questi motivi, un'impresa che si comporta correttamente ha una buona reputazione e quest'ultima crea *fiducia* e la fiducia abbassa i costi di transazione perché facilita le negoziazioni di conseguenza batte i costi di controllo: non è necessario vigilare sui lavoratori ma anche sulla condotta del management o della proprietà quando vi è fiducia tra le parti e le negoziazioni sono agevoli. Un'impresa che ha intenzione di lunga vita ha interessi ad avere una buona reputazione. L'impresa è un organismo e quindi un insieme di individui e quindi sono anche le persone che vi operano, attraverso il proprio comportamento, che influenzano i livelli di reputazione e di fiducia. Questi individui, però, hanno una *visione temporale limitata* e questo rappresenta un disincentivo al compiere azioni che favoriscono la longevità dell'impresa. Questi aspetti, che riducono i costi legati alla contrattazione, rappresentano un limite alla discrezionalità e all'autorità da parte dei soggetti coinvolti.

Se l'impresa è un'entità legale che è regolata da norme giuridiche, la cui interazione è gestita dai contratti, all'interno di un contesto competitivo la cui struttura influenza il comportamento delle imprese, allora manca all'analisi la **dimensione organizzativa** dell'impresa. La tipologia di organizzazione dell'impresa definisce il modo in cui vengono prese le decisioni all'interno della stessa e il modo in cui i soggetti interagiscono tra loro. La forma organizzativa più efficace è quella che consente di sfruttare al meglio le caratteristiche del mercato ma allo stesso tempo di risolvere problemi legati alla incompletezza contrattuale e agli investimenti specifici. La forma di impresa, quindi, rappresenta la struttura organizzativa che l'impresa può assumere, ossia il numero di livelli gerarchici, il modo in cui viene esercitato o delegato il potere e l'informazione che si muove tra i diversi livelli. La struttura di impresa dipende anche dal contesto storico. Le forme d'impresa sono anche figlie di sistemi industriali che sono capaci di adattarsi a cambiamenti sociali e ambientali e di conseguenza vanno a descrivere in base a questo la loro capacità di sviluppo. Di solito le forme di impresa che vengono adottate, che siano unitarie o multidivisionali, dipendono dalla dimensione dell'impresa e dalla tipologia di prodotto e quindi anche il controllo gerarchico dipende da questi aspetti. Le forme organizzative devono presentare divisioni multiple mano a mano che la dimensione dell'impresa aumenta. Nel momento in cui l'impresa si espande o produce già bene allora è necessario delegare, lasciare che l'informazione si espanda attraverso centri di controllo efficienti. L'efficienza si persegue attraverso una pianificazione strategica —> imprese che hanno molte divisioni hanno ruoli manageriali che sono separati, in cui un maggior livello di coordinazione e controllo viene ottenuto attraverso la divisione verticale dei ruoli, in cui ogni divisione agisce secondo criteri differenti rispetto alle altre. È sempre necessario che ci sia un controllo ventrale da parte della proprietà, ma le diverse divisioni vengono lasciate a una relativa indipendenza.