

Appunti di
Economia ed Innovazione d'Impresa

Davide Parpinello

Luglio 2019

Indice

1	Introduzione all'economia	3
1.1	Il problema economico	3
1.2	Input e output	3
1.3	Gli economisti studiano.. . . .	3
1.4	Micro e macroeconomia	3
1.5	Scelte e agenti economici	3
1.6	Il mercato	4
1.7	La concorrenza	4
1.8	La scelta come <i>trade-off</i>	4
1.9	Efficienza	4
1.10	Il costo opportunità'	4
1.11	La razionalità' in economia	5
1.11.1	Razionalità' come scelta al margine	5
1.11.2	Gli individui rispondono agli incentivi	5
1.12	Perché scambiare?	5
1.12.1	Da cosa dipende la specializzazione	5
1.13	Mercato ed efficienza	5
1.14	Modelli economici	5
1.14.1	Modello del flusso circolare	5
1.14.2	Frontiera delle possibilità' di produzione	6
2	Il mercato	7
2.1	Cos'è un mercato?	7
2.2	Mercato di concorrenza perfetta	7
2.3	La domanda di mercato	8
2.3.1	Le determinanti della domanda	8
2.4	La curva di offerta	8
2.4.1	Le determinanti dell'offerta	8
2.5	Equilibrio di mercato	8
2.6	Il disequilibrio	9
2.6.1	Due tipi di aggiustamento	9
2.7	La clausola <i>ceteris paribus</i>	9
3	Il monopolio	10
3.1	Introduzione al monopolio	10
3.1.1	Caratteristiche del monopolio	10
3.1.2	Perché esiste il monopolio?	10
3.1.3	Il monopolio naturale	10
3.1.4	Monopolio <i>versus</i> concorrenza perfetta	11
3.1.5	La massimizzazione del profitto del monopolista	11
3.1.6	Politiche pubbliche anti-monopolio	11

3.1.7	La discriminazione di prezzo	11
3.2	Concorrenza monopolistica	12
3.2.1	L'impresa MC nel breve periodo	12
3.2.2	L'ingresso di nuove imprese	12
3.2.3	L'equilibrio di lungo periodo	12
3.2.4	Pubblicità e marchi	13
3.3	Oligopolio	13
3.3.1	Un nuovo tipo di razionalità	13
3.3.2	Caratteristica dell'oligopolio	13
3.3.3	Il caso più semplice: il duopolio	13
3.3.4	Collusione	13
3.3.5	L'esito di un mercato oligopolistico	14
3.3.6	La politica economica e l'oligopolio	14

Capitolo 1

Introduzione all'economia

1.1 Il problema economico

Il problema economico fondamentale è la scarsità: le risorse a disposizione non sono mai sufficienti a soddisfare tutti i bisogni degli agenti economici. Questo implica l'esigenza di operare scelte. L'economia studia quindi le scelte degli agenti economici per gestire le risorse scarse e le regole e/o istituzioni per renderle migliori.

1.2 Input e output

Ogni società effettua scelte relative agli input: beni/servizi utilizzati e agli output: beni/servizi risultanti dai processi produttivi.

1.3 Gli economisti studiano..

- Le scelte individuali: come gli agenti prendono decisioni mossi dal proprio self interest
- L'interazione tra gli agenti sul mercato
- Il sistema economico e il suo funzionamento nel complesso.

1.4 Micro e macroeconomia

- La microeconomia analizza il comportamento degli agenti e il funzionamento dei singoli mercati
- La macroeconomia considera l'economia come un sistema (es. ricchezza nazionale, inflazione..)

L'economia nasce nel '700 con un punto di vista macro per poi capire nel 1870 che il sistema dipende dal comportamento micro.

1.5 Scelte e agenti economici

- Scelte degli individui o famiglie: cosa e quanto consumare, dove lavorare, quanto risparmiare. **Obiettivo:** massimizzare il benessere individuale.
- Scelte delle imprese: cosa, quanto e come produrre; a che prezzo vendere; come farsi pubblicità'. **Obiettivo:** massimizzare il profitto.

- Scelte della collettività: come aggregare le preferenze individuali per soddisfare i bisogni collettivi.
Obiettivo: massimizzare il benessere sociale.

In ogni caso i principi base del comportamento sono eguali per tutti gli agenti. Tutte le scelte dipendono dagli incentivi: motivazione misurabile.

1.6 Il mercato

Il mercato è l'istituzione principale dove ha luogo l'interazione economica degli agenti.
Il mercato è un gioco a somma positiva: un meccanismo che favorisce tutti i partecipanti.
Il funzionamento del mercato necessita di regole.

1.7 La concorrenza

La concorrenza può essere come processo naturale o come processo economico.

Concorrenza come processo naturale Visione negativa: Darwinismo sociale, principio di sopravvivenza del più forte. Secondo tale visione il compito della società è quello di elevare l'uomo rispetto allo stato di natura quindi cercare di eliminare la concorrenza.

Concorrenza come processo economico Visione statica: processo che premia chi riesce a produrre al costo più basso.

Visione dinamica: processo che premia chi riesce ad innovare e/o produrre il bene di qualità migliore.

La concorrenza è quindi un processo positivo perché premia il merito di produttori e accresce il benessere dei consumatori. Occorrono comunque regole, per premiare chi merita davvero.

1.8 La scelta come trade-off

Trade-off: per ottenere una cosa si deve sempre rinunciare a qualcos'altro.

Efficienza significa che la società ottiene il massimo possibile dalle proprie risorse scarse.

Equità significa che i benefici che derivano dalle risorse di una società vengono distribuiti in modo giusto.

Non è possibile ottenere entrambe le cose: esiste quindi un *trade-off* rilevante nelle scelte del *policy-maker*.

1.9 Efficienza

Il problema dell'efficienza è strettamente correlato con quello della scarsità e quindi riguarda tutti gli agenti economici.

Efficienza infatti significa ottenere il massimo beneficio dalle risorse date oppure utilizzare il minimo ammontare di risorse per ottenere un dato livello di beneficio.

Le regole del mercato servono a consentire il raggiungimento di queste condizioni.

1.10 Il costo opportunità

Cio' a cui si deve rinunciare ogni volta che si sceglie una determinata alternativa: ad esempio detenere il proprio potere d'acquisto in moneta invece che in titoli comporta la rinuncia ad un interesse.

1.11 La razionalità in economia

Essere razionali significa scegliere in base a un criterio e seguirlo coerentemente. Il criterio può essere uno qualsiasi, ma di solito in economia si adotta il criterio di massimizzazione della soddisfazione.

1.11.1 Razionalità come scelta al margine

Le variazioni marginali sono piccoli cambiamenti incrementali rispetto a una data quantità. Gli agenti razionali prendono le decisioni confrontando costi e benefici indotti da una variazione marginale.

Per il criterio di scelta razionale, si compie una certa azione se e solo se il beneficio è maggiore del costo.

1.11.2 Gli individui rispondono agli incentivi

Un incentivo è un qualsiasi incremento del beneficio marginale o riduzione del costo marginale di una scelta. Al contrario, un disincentivo.

Ogni variazione di costi/benefici induce una reazione razionale degli agenti, quindi il *policy-maker* può indurre gli agenti a modificare certi comportamenti agendo sugli incentivi.

1.12 Perché scambiare?

Lo scambio consente di incrementare il benessere degli agenti attraverso la specializzazione. Lo scambio genera maggiore benessere per tutti e consente agli agenti di specializzarsi nelle attività che sanno svolgere meglio.

Esistono due modi per soddisfare i bisogni di consumo:

- Scelta autarchica: si consuma solo ciò che si produce.
- Scelta della specializzazione e scambio: si consuma ciò che si ottiene in cambio di ciò che si è prodotto.

La più scelta è la seconda perché gli agenti specializzandosi in ciò che sanno fare e scambiando con altri agenti possono migliorare il proprio benessere. Quindi per incrementare il benessere occorre passare attraverso lo scambio.

1.12.1 Da cosa dipende la specializzazione

Intuitivamente dipende dalle differenze nei costi di produzione, misurabili come quantità di input necessaria per produrre un'unità di output (senso stretto) o come quantità di un bene a cui si deve rinunciare per produrre un'unità in più di un'altro bene (costo opportunità).

Abbiamo quindi due possibili criteri alla base dello scambio: vantaggio assoluto o vantaggio comparato.

1.13 Mercato ed efficienza

Un'economia di mercato è un sistema in cui gli agenti decidono liberamente cosa comprare, per chi lavorare, cosa produrre e chi assumere. L'interazione sul libero mercato degli agenti determina il massimo benessere possibile per l'intera collettività.

1.14 Modelli economici

1.14.1 Modello del flusso circolare

Modo semplice di visualizzare le transazioni economiche che si realizzano tra gli agenti considerati, ovvero famiglie e imprese.

Le transazioni avvengono attraverso il mercato dei beni e servizi e quello dei fattori produttivi.

Evidenzia sia il flusso reale di beni, servizi e fattori che quello monetario di redditi e spese.

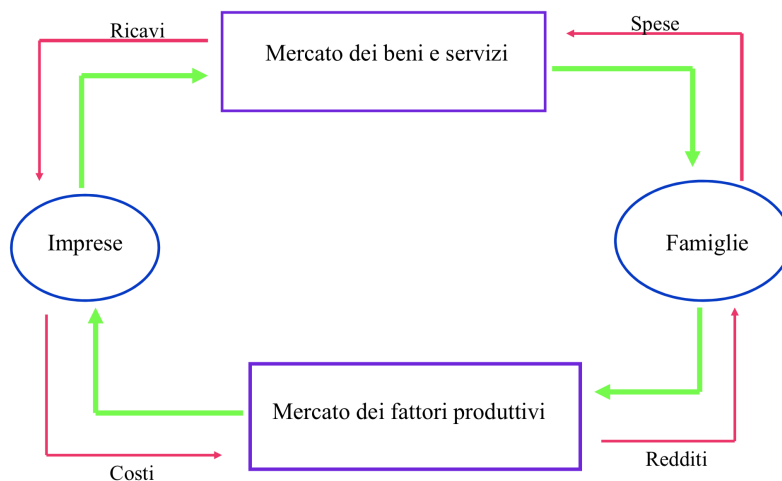


Figura 1.1: flusso circolare

1.14.2 Frontiera delle possibilità di produzione

Illustra i *trade-off* che caratterizzano un sistema economico che produce solo due beni. Mostra la quantità massima di un bene che può essere prodotta, data la quantità dell'altro bene.

- **E' decrescente:** per produrre una quantità maggiore di un bene e' necessario sacrificare la produzione dell'altro bene;
- **E' concava:** all'aumentare della produzione di un bene e' necessario sacrificare quantità sempre crescenti dell'altro bene.

Capitolo 2

Il mercato

Domanda, offerta ed equilibrio

2.1 Cos'è un mercato?

Tema centrale della microeconomia e' lo studio del funzionamento dei mercati, ovvero insiemi regolati di compratori e venditori di beni, servizi o fattori produttivi.

Una prima ipotesi istituzionale e' che esista sempre un prezzo positivo per il bene, quindi venditori e compratori riusciranno sempre ad accordarsi per lo scambio. Cio' implica che il mercato sia l'istituzione dove gli agenti si scambiano beni.

Sono presenti 4 forme di mercato:

- Concorrenza perfetta
- Concorrenza monopolistica
- Monopolio
- Oligopolio

2.2 Mercato di concorrenza perfetta

Vengono soddisfatte 4 ipotesi:

1. **molteplicità e free entry:** presenti molti compratori e venditori e nessun vincolo all'ingresso nel mercato
2. **assenza di potere di mercato:** nessun partecipante riesce a controllare prezzi o quantità
3. **uniformità del prodotto:** il prodotto e' omogeneo
4. **informazione perfetta:** tutti i partecipanti conoscono tutte le informazioni relative al mercato. Le informazioni devono essere simmetriche e complete.

Da queste ipotesi discende:

- **Legge del prezzo unico:** nel mercato vige un unico prezzo
- **Comportamento price taking:** compratori e venditori subiscono il prezzo di mercato

2.3 La domanda di mercato

- La *quantita' domandata* e' l'ammontare di beni che i compratori vogliono e possono acquistare
- La *scheda di domanda* e' una tabella che mostra la relazione tra il prezzo del bene e la quantita' domandata
- La *curva di domanda* e' la linea discendente che mette in relazione prezzo e quantita' in un sistema di assi cartesiani

2.3.1 Le determinanti della domanda

La domanda di mercato dipende da diversi fattori, tra cui prezzo di mercato, reddito dei consumatori, prezzo dei beni collegati, gusti e aspettative dei consumatori.

Un bene normale e' un bene la cui domanda aumenta al crescere del reddito, mentre un bene inferiore e' un bene la cui domanda, al contrario, diminuisce al crescere del reddito.

Quando una diminuzione del prezzo di un bene riduce la domanda di un'altro essi si dicono sostituti, ad esempio treno e aereo; quando invece la diminuzione del prezzo di uno aumenta la domanda di un'altro vengono detti complementari.

2.4 La curva di offerta

- La *quantita' offerta* e' l'ammontare di bene che i venditori possono e vogliono vendere
- La *scheda di offerta* e' una tabella che mostra la relazione tra il prezzo del bene e la quantita' offerta
- La *curva di offerta* e' la linea ascendente che mette in relazione il prezzo e la quantita' offerta

2.4.1 Le determinanti dell'offerta

L'offerta di mercato di un bene dipende da numerosi fattori, tra cui il prezzo di mercato, la tecnologia di produzione, il prezzo e la dotazione dei fattori di produzione, il numero di produttori/venditori, le aspettative degli imprenditori.

2.5 Equilibrio di mercato

In un mercato l'equilibrio e' determinato dall'intersezione tra curva di domanda e curva di offerta (*forbice marshalliana*). Il prezzo di equilibrio e' il prezzo che uguaglia domanda e offerta, mentre la quantita' di equilibrio e' la quantita' che eguaglia domanda e offerta.

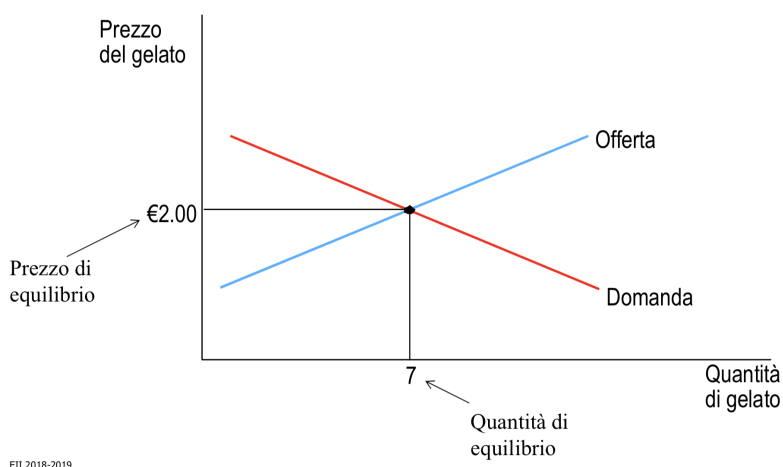


Figura 2.1: Forbice marshalliana

2.6 Il disequilibrio

Si ha un eccesso di offerta quando la quantità offerta è maggiore di quella domandata, ovvero quando il prezzo di mercato è più alto del prezzo di equilibrio e quindi i produttori non riescono a vendere tutto a quel prezzo.

Si ha invece un eccesso di domanda quando la quantità domandata è maggiore di quella offerta, ovvero quando il prezzo di mercato è più basso del prezzo di equilibrio e quindi i consumatori non riescono ad acquistare tutto a quel prezzo.

2.6.1 Due tipi di aggiustamento

Approccio walrasiano

Il disequilibrio è differenza nelle quantità e segnala la presenza di un prezzo troppo alto/basso. Si raggiunge l'equilibrio variando il prezzo.

Approccio marshalliano

Il disequilibrio è differenza tra prezzo d'acquisto e prezzo di vendita e segnala la presenza di una quantità offerta troppo alta/bassa. Si arriva all'equilibrio variando la quantità.

L'approccio walrasiano è più semplice ma ha il problema istituzionale di chi fissa il prezzo di partenza; l'approccio marshalliano è invece più realistico.

2.7 La clausola ceteris paribus

Espressione impiegata dagli economisti per indicare che in una certa analisi tutte le variabili diverse da quelle in oggetto sono ipotizzate costanti. Clausola alla base del metodo di equilibrio parziale, dove si studia un singolo mercato in isolamento

Capitolo 3

Il monopolio

3.1 Introduzione al monopolio

3.1.1 Caratteristiche del monopolio

Il monopolio è la forma di mercato agli antipodi della PC (perfettamente concorrenziale). Un'impresa è monopolista se è l'unica che vende un certo prodotto, se il prodotto non ha dei buoni sostituti e se non esiste possibilità di entrata nel mercato.

Il monopolista è quindi price-maker, ha potere di mercato sul prezzo. I veri monopoli sono rari perché è raro che vi siano prodotti davvero unici, quindi il monopolio puro è considerato un caso ideale.

3.1.2 Perché esiste il monopolio?

La causa fondamentale è la presenza di tre barriere all'entrata sul mercato:

1. barriere di tipo oggettivo: solo chi possiede un determinato input può produrre un certo bene
2. barriere di tipo legale: brevetti, marchi, copyright.. indispensabili per incentivare le imprese a innovare
3. barriere di tipo economico: presenza di forti economie di scala.

3.1.3 Il monopolio naturale

Si ha un monopolio naturale quando una singola impresa può fornire un certo bene all'intero mercato ad un costo inferiore di altre imprese. Succede nel caso in cui la dimensione efficiente di un'impresa è così grande che in quel settore solo un'impresa può fornire il prodotto al mercato al minimo costo medio.

Solo l'aumento della domanda può eliminare il monopolio naturale.

3.1.4 Monopolio versus concorrenza perfetta

Nel monopolio esiste un unico produttore la cui domanda coincide con la domanda di mercato, che agisce da price-maker ottenendo extra profitto e il cui comportamento e' vincolato solo dalla domanda.

In un mercato PC esistono molte imprese la cui curva di domanda e' orizzontale, che agiscono da price-takers e che al prezzo dato possono vendere qualsiasi quantita'.

3.1.5 La massimizzazione del profitto del monopolista

Il monopolista massimizza il profitto seguendo la regola che il ricavo medio sia pari al costo medio, per determinare la quantita' ottimale. Il prezzo a cui vende sara' sempre maggiore del CM, ottenendo extra profitto che permane anche nel lungo periodo.

3.1.6 Politiche pubbliche anti-monopolio

Il policy-maker puo' evitare il monopolio mediante leggi e autorita' antitrust, ad esempio:

- impedendo che la fusione tra piu' imprese crei un nuovo monopolio;
- imporre il comportamento ai monopolisti ad esempio riguardo al prezzo;
- nazionalizzando i monopoli privati;
- non facendo nulla: il mercato elimina da solo i monopoli.

3.1.7 La discriminazione di prezzo

Si intende la possibilita' per il monopolista di violare la legge di prezzo unico, vendendo lo stesso bene a prezzo diverso a clienti diversi; allo stesso cliente a prezzi diversi in base alla quantita'; un mix tra le due: in base a cliente e quantita' acquistata.

La discriminazione di prezzo e' impossibile in un mercato PC: e' necessario avere potere di mercato.

Per esercitare cio' devono valere due condizioni:

- il monopolista deve avere informazioni per poter suddividere i clienti in base alla loro disponibilita' a pagare;
- non devono esistere possibilita' di arbitraggio: rivendere con profitto il bene a chi, comprando dal monopolista, dovrebbe pagare di piu'.

Si parla invece di discriminazione perfetta quando il monopolista si appropria dell'intero surplus del consumatore applicando ad ogni cliente un prezzo pari alla sua disponibilita' a pagare.

3.2 Concorrenza monopolistica

La concorrenza monopolistica (MC) e' una forma di mercato intermedia tra PC e monopolio.

Le caratteristiche principali sono:

- la presenza di molti venditori, che competono per accaparrarsi gli stessi clienti;
- la differenziazione del prodotto: ogni impresa produce un prodotto che differisce almeno in parte da quello delle altre imprese, quindi ogni impresa fronteggia una curva di domanda specifica;
- liberta' di entrata e uscita: non ci sono restrizioni.

3.2.1 L'impresa MC nel breve periodo

L'impresa segue la stessa regola di massimizzazione del profitto del monopolista, poiche' nel breve periodo non esiste concorrenza per quella particolare varieta' del prodotto.

Quindi l'impresa ottiene extra-profitti positivi e il benessere sociale non e' massimizzato.

3.2.2 L'ingresso di nuove imprese

L'ottenimento di extra-profitti positivi incoraggia l'ingresso di nuove imprese, che producono diverse varieta' del prodotto, aumentando quindi il numero di prodotti offerti e riducendo la domanda per le altre imprese.

In caso di perdite si avra' l'uscita di alcune imprese e quindi l'aumento della domanda; al ridursi della domanda l'extra profitto si riduce a zero.

3.2.3 L'equilibrio di lungo periodo

Le imprese entrano ed escono dal mercato MC finche' gli extra profitti non divengono zero.

Nel lungo periodo, come nel monopolio, il prezzo di equilibrio eccede il costo medio, perche' bisogna che $RM = CM$ ma la pendenza negativa della curva di domanda implica che RM sia comunque inferiore al prezzo.

Inoltre come nel mercato PC, il prezzo uguaglia il Costo Medio Totale: la liberta' di entrata e uscita fa si che l'equilibrio di lungo periodo possa aversi solo in assenza di extra profitti.

Capacita' in eccesso

Due differenze notevoli negli equilibri di lungo periodo tra MC e PC sono la capacita' in eccesso e il *mark-up*.

Nella PC non c'e' alcuna capacita' produttiva in eccesso: ciascuna impresa PC produce la quantita' efficiente (CMeT minimo).

In MC nel lungo periodo si ha un eccesso di capacita' produttiva: l'output e' minore della quantita' efficiente.

3.2.4 Pubblicità e marchi

La possibilità di ottenere extra-profitti è ciò che spinge le imprese a fare pubblicità e utilizzare marchi: sono infatti strumenti con cui possono differenziare il prodotto.

Sono strumenti per risolvere il problema dell'asimmetria informativa tra le imprese, che offrono prodotti differenziati.

3.3 Oligopolio

3.3.1 Un nuovo tipo di razionalità

Fino ad ora le scelte degli altri non erano rilevanti: gli altri sono singolarmente irrilevanti perché troppo piccoli rispetto al mercato, in PC e MC, mentre gli altri semplicemente non esistono, nel monopolio. Le scelte erano quindi in un ambiente parametrico.

Quando invece esistono altri, le cui scelte possono quindi influenzare le nostre decisioni, si passa ad una razionalità non parametrica o strategica, secondo il concetto di interdipendenza.

3.3.2 Caratteristica dell'oligopolio

Un oligopolio è un mercato in cui esistono solo poche imprese, che offrono prodotti identici o simili.

La caratteristica fondamentale del mercato è l'interdipendenza: data l'esistenza di poche imprese, le azioni di ciascuna hanno un effetto rilevante sull'esito del mercato per tutte le altre.

La concorrenza quindi è tale ovvero cercare di battere le imprese rivali, solitamente è un problema di strategia: si utilizza la teoria dei giochi al posto delle curve.

La teoria dei giochi

È la teoria matematica che studia il comportamento razionale in condizioni di interdipendenza strategica, cioè quando la scelta di quale azione intraprendere deve tenere conto delle scelte e delle reazioni degli altri agenti.

3.3.3 Il caso più semplice: il duopolio

Il duopolio è un oligopolio con solo due imprese.

L'oligopolio determina una situazione strategica, in cui le decisioni delle imprese devono tener conto dell'interdipendenza con le scelte delle imprese rivali.

3.3.4 Collusione

Una delle possibilità è cooperare con le rivali e agire tutte insieme come fossero un unico monopolista, formando un **monopolio congiunto**. Questo comportamento di cooperazione conviene, il problema è che, una volta concluso l'accordo, ciascuna impresa ha un incentivo

a deviare unilateralmente l'accordo, causando la rottura del cartello.

Il processo di deviazione si arresta quando entrambe producono una quantità tale che nessuna ha l'incentivo a deviare, raggiungendo l'equilibrio.

Equilibrio di Nash

Una situazione in cui nessun agente ha un incentivo a deviare, è un concetto di razionalità individuale molto generale. Per un agente la scelta razionale è quella da cui non si ha motivo di deviare unilateralmente.

Si applica a situazioni di interazione strategica, cioè quando un individuo, per prendere la migliore decisione, deve considerare i possibili comportamenti degli altri.

3.3.5 L'esito di un mercato oligopolistico

Indipendentemente dalle norme antitrust e senza un efficace meccanismo vincolante, gli accordi collusivi non reggono: ogni impresa ha un incentivo a deviare. Pertanto, l'esito sarà un profitto inferiore al monopolio ma maggiore di PC.

Se esiste invece un meccanismo vincolante, che obbliga a rispettare l'accordo, l'esito coincide con quello di monopolio. Però è evidente che più sono le imprese più è difficile e rispettare l'accordo.

3.3.6 La politica economica e l'oligopolio

La collusione è socialmente desiderabile per gli oligopolisti, ma non per la società dato che ha esito identico al monopolio; per il benessere sociale è meglio che gli oligopolisti competano e pervengano all'equilibrio di Nash.

Le norme antitrust vietano accordi tra imprese volti a spartirsi il mercato o raggiungere monopolio. Può succedere però che non esista un vero accordo dietro un comportamento collusivo ma ci sia solamente l'applicazione della razionalità economica da parte delle imprese, che collaborano senza un esplicito accordo.

Due problemi per l'antitrust

Se la collusione non è un equilibrio neppure nel semplice caso di duopolio, a cosa servono i divieti antitrust in merito?

Se un comportamento collusivo scaturisce dal ragionamento delle singole imprese, senza accordi tra esse, il diritto antitrust interviene o no?