

INTRODUZIONE AL CORSO: RICHIAMI DI TEORIA ECONOMICA

di Valeria Sodano

Parlare di programmazione economica territoriale significa parlare di due classi di problemi quanto mai controversi nell'ambito della teoria economica: il ruolo dello stato nell'economia; la dimensione dello spazio e del territorio nell'analisi economica.

1. Il ruolo dello stato nell'economia e l'analisi dell'organizzazione economica

Il problema della programmazione economica nasce quando di fatto si riconosce la necessità della pianificazione, da parte dello stato, dello sviluppo economico.

La programmazione economica è tipica dei sistemi economici di tipo misto, dove cioè l'organizzazione economica non si basa esclusivamente sul mercato quale strumento atto a risolvere i problemi organizzativi associati alla risoluzione del problema economico fondamentale: l'allocazione tra fini alternativi di risorse scarse.

1.1 L'analisi dell'organizzazione economica

L'analisi dell'organizzazione economica va intesa come l'analisi di come vengono gestite e coordinate le attività di produzione, scambio e distribuzione delle risorse economiche. Si distinguono due tipi ideali di organizzazione economica: il mercato, tipico dei sistemi liberali; la burocrazia pubblica, tipica dei sistemi socialisti. Si fa riferimento poi alle economie miste, quali sono generalmente quelle dei paesi occidentali avanzati, quando l'ingerenza pubblica nell'economia (tale ingerenza si ha sia quando il settore pubblico diviene attore economico come nei monopoli statali, sia quando gli interventi di regolamentazione economica sono tali da "vincolare" il mercato come nel caso ad esempio dei beni pubblici) è tale da modificare sostanzialmente i meccanismi di mercato in alcuni settori. La letteratura sui sistemi economici comparati distingue tra sistema liberale (quando la funzione organizzativa è affidata al mercato) e pianificato (quando la funzione organizzativa è affidata al piano, cioè a direttive gerarchiche che risolvono in modo autoritario il problema di scelta di ciascun soggetto).

Tuttavia l'analisi dell'organizzazione economica non si può ridurre all'analisi di tali due istituzioni fondamentali che regolano l'attività economica, lo stato e il mercato, ma deve includere l'analisi di tutte le istituzioni che in un qualche modo coordinano l'allocazione delle risorse. A tal riguardo va menzionato in prima istanza il ruolo delle imprese private, che di fatto con un processo di pianificazione "privata" affiancano il mercato e lo stato nel coordinamento delle attività economiche.

Il ruolo dell'impresa quale istituzione portante dei moderni sistemi economici capitalistici è stato messo in luce, e successivamente ampiamente accettato, da Coase nel 1937.

Nel lavoro del 1937 Coase si pose l'obiettivo di rendere la teoria dell'impresa tradizionale più realistica, vale a dire nelle parole dell'autore capace di "trovare riscontro nell'idea di impresa che ha l'uomo della strada", salvaguardando nel contempo la possibilità di utilizzare gli strumenti tradizionali dell'analisi economica ed in particolare il concetto di sostituzione al margine.

Coase parte dalla constatazione che l'economia ortodossa ritiene che il sistema economico sia coordinato dal meccanismo dei prezzi: gli individui scelgono e agiscono individualmente, guidati dal sistema economico. Le scelte individuali sono "automaticamente" coordinate dal sistema dei prezzi e non si pone la necessità di sviluppare strutture organizzative per il coordinamento del sistema.

Tuttavia, prosegue Coase, questa visione contrasta con la realtà economica dove è ben visibile il ruolo organizzativo delle imprese. All'interno di una impresa l'allocazione delle risorse non è attuata sempre in base al rapporto tra i prezzi relativi. Se un lavoratore si sposta dal reparto A al reparto B non è perché si sia verificato un cambiamento dei prezzi relativi, ma perché gli è stato ordinato di farlo. Quindi nel sistema economico agiscono processi di pianificazione per la risoluzione di problemi di coordinamento che non possono essere risolti dai movimenti dei prezzi.

Il riconoscimento dell'impresa quale centro di "pianificazione" dell'attività economica porta a porre la domanda sul perché fosse necessaria una attività organizzativa laddove il mercato dovrebbe assicurare un coordinamento pressoché perfetto.

L'obiettivo di Coase è quello di eliminare il vuoto che esiste nella teoria economica fra l'ipotesi (fatta per taluni obiettivi) che le risorse siano allocate attraverso il meccanismo dei prezzi e l'ipotesi (fatta per altri scopi) che l'allocazione dipenda dall'imprenditore/coordinatore. L'obiettivo in altre parole è quello di rispondere alla domanda del perché nasce l'impresa, ed in particolare l'impresa di grandi dimensioni dell'epoca della produzione di massai, in un'economia di scambio specializzata.

Coase offre una risposta a tale domanda tanto semplice (in quanto si avvale di categorie economiche tradizionali), quanto geniale (in quanto apre la strada ad una revisione profonda della teoria dell'impresa e del mercato). La risposta è che non sempre il governo tramite mercato è senza costo. Quando il costo d'uso del mercato per il governo di una transazione diviene più elevato del costo d'uso della burocrazia d'impresa, questa si sostituisce al mercato nel governo della transazione.

In definitiva la nascita della funzione organizzativa dell'impresa è dovuta principalmente all'esistenza dei costi d'uso del mercato, mentre l'espansione dell'impresa è limitata dai rendimenti decrescenti dell'attività organizzativa svolta dall'imprenditore (o in altri termini dai costi d'uso della burocrazia interna). Una impresa tenderà ad espandersi fino a che i costi di organizzare una transazione in più all'interno dell'impresa diventano uguali ai costi di effettuare la stessa transazione mediante uno scambio sul mercato aperto, o ai costi di organizzare una impresa diversa.

In definitiva nei moderni sistemi capitalistici le attività economiche sono organizzate prevalentemente da tre istituzioni fondamentali: il mercato, il piano pubblico (lo stato), il piano privato (l'impresa, e specificamente le grandi imprese capitalistiche).

Quanto maggiore sarà il ruolo dello stato (piano pubblico) e dell'impresa (piano privato) in relazione al mercato, tanto più ampie e articolate saranno le attività di programmazione economica.

1.2 Definizione di sistema capitalistico ed economia di mercato

E' bene sottolineare che benché nel linguaggio comune i termini economia di mercato e capitalismo siano usati talora come sinonimi, essi non possono essere considerati tali. Con economia di mercato ci riferiamo ad un sistema economico dove la funzione organizzativa è assolta dal mercato. Con capitalismo ci riferiamo ad un sistema economico caratterizzato da un'ampia e sistematica applicazione di capitale alla produzione e insieme dalla scissione della proprietà dei mezzi di produzione dal lavoro. Con la dizione "liberista" ci si riferisce in genere ad un sistema economico basato sulla difesa della libera iniziativa privata e sulla difesa della concorrenzialità dei mercati. Un sistema capitalistico è generalmente di orientamento liberista ma non è una pura economia di mercato in quanto l'istituzione principale di tale sistema, la grande impresa capitalista, rappresenta una forma organizzativa alternativa al mercato per il coordinamento delle attività di produzione e di scambio. Ricordiamo a tal proposito che Coase annovera tra gli obiettivi della sua analisi sulla natura dell'impresa, quello di gettare le basi per una teoria della pianificazione liberale poiché elementi di pianificazione esistono anche in un sistema liberale ma in a "*competitive system there is an optimal amount of planning*".

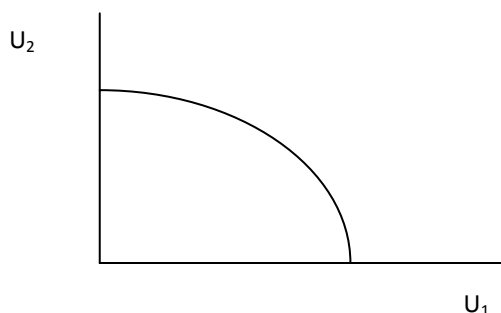
Un sistema capitalistico in quanto non governato solo dal mercato concorrenziale non assicura necessariamente il raggiungimento dell'ottimo paretiano previsto dalla teoria dei mercati concorrenziali.

La conclusione è che l'analisi dei sistemi economici capitalistici, soprattutto per fini normativi, non può fondarsi sulla visione semplificata, (e troppo spesso usata acriticamente da un certo liberalismo politico ossessionato dal liberismo economico), di un sistema guidato dalla mano invisibile del mercato e "vegliato" da una rigorosa politica di laissez-faire, ma deve essere fondata sull'analisi comparata delle istituzioni economiche che operano al loro interno, ed in particolare del piano, pubblico e privato (Stato e impresa).

1.3. I fallimenti del mercato ed il ruolo dello stato

Il Primo teorema dell'economia del benessere afferma che un sistema completo di mercati concorrenziali conduce ad un'allocatione delle risorse efficiente in senso paretiano (in altri termini: un'economia concorrenziale raggiungerà un punto lungo la curva delle possibilità delle utilità; tale curva indica la massima utilità che può essere raggiunta dal secondo individuo dato il livello di utilità conseguito dal primo, in un esempio semplificato dove nell'economia agiscano due soli individui).

Il Secondo teorema dell'economia del benessere afferma che ogni punto lungo la curva delle possibilità di utilità può essere raggiunto da una economia concorrenziale, purché si inizi con la corretta distribuzione delle risorse (da cui deriva che nel caso in cui la distribuzione del reddito generata dal mercato concorrenziale "non piaccia", non c'è alcun bisogno di abbandonare il meccanismo di mercato per l'allocatione delle risorse, l'unica cosa da fare è redistribuire la ricchezza iniziale).



Il motivo per cui il mercato concorrenziale conduce a un'allocatione delle risorse ottimale in senso paretiano è uno dei principali oggetti di studio dei normali corsi di microeconomia.

Se i mercati funzionano in modo corretto non vi è alcun motivo per un intervento pubblico in economia.

In base all'analisi economica (ed in particolare di quella fondata sul modello standard -economia neoclassica-) l'intervento pubblico è giustificato dall'esistenza di casi di fallimento del mercato come ad esempio:

- Insufficiente concorrenza (potere di mercato).
- Beni pubblici (caratterizzati dalla non escludibilità e non rivalità; la difficoltà ad identificare la "volontà a pagare" ed il problema del freeriding fanno sì che il mercato non riesca a far sì che l'offerta di tali beni sia ottimale)
- Esternalità (le azioni di un attore influenzano altri attori; impongono ad essi costi senza offrire un indennizzo, o causano benefici senza averne in cambio un pagamento).
- Mercati incompleti (quando i mercati privati non offrono un bene o servizio, pur essendo il suo costo di produzione inferiore al prezzo che i consumatori sarebbero disposti a pagare, si ha una

insufficienza del mercato che viene indicata come mercato incompleto; tipici esempi sono il mercato del credito e delle assicurazioni ed i mercati complementari).

■ Riassumendo, l'intervento pubblico può essere giustificato nei seguenti casi:

1. Correzione dei casi di fallimento del mercato.

2. Redistribuzione del reddito.

3. Beni meritori (Lo stato incentiva l'uso –anche attraverso l'obbligo– di quei beni giudicati importanti per il benessere dei cittadini e che tuttavia costoro in base alle proprie funzioni di utilità tendono a consumare in modo insufficiente. In altri termini si ipotizza che per motivi connessi alla limitatezza della propria razionalità gli individui non siano sempre capaci di “scegliere al meglio” o ancor più correttamente di “riconoscere cosa è meglio per loro”).

1.4 Concorrenza imperfetta

Un mercato concorrenziale è definito a partire dalle seguenti ipotesi: 1- informazione perfetta (tutti conoscono i prezzi e la qualità); 2- i venditori e gli acquirenti sono price taker; 3- vi sono molti venditori e compratori; 4- l'output è perfettamente divisibile; non vi sono barriere né all'entrata, né all'uscita; il prodotto è omogeneo.

Le proprietà di un equilibrio concorrenziale sono le seguenti: 1- efficienza nella produzione (ogni prodotto è ottenuto al minimo costo consentito dalla tecnologia); 2- efficienza nel consumo (il valore attribuito da ogni consumatore ad una unità di prodotto è pari al costo marginale di produzione di quell'unità); 3- profitti nulli; 4- la domanda uguaglia l'offerta (tutti i venditori e gli acquirenti ricevono e pagano lo stesso prezzo).

Ricordiamo che all'equilibrio un sistema di mercati concorrenziali, quale quello ipotizzato dal modello neoclassico di equilibrio generale è caratterizzato dalle seguenti proprietà:

- Gli n beni prodotti sono quelli consentiti dalla tecnologia e dalla struttura delle preferenze dei consumatori.
- Per ogni bene esiste un mercato (separato dagli altri $n-1$ mercati, vale a dire che l'elasticità incrociata, e quindi il grado di sostituibilità, tra i diversi prodotti, è nulla), perfetto e quindi caratterizzato da omogeneità dei prodotti (l'ipotesi di omogeneità elimina il problema della misura delle prestazioni, in quanto implica che il consumatore è indifferente fra le diverse unità del bene e tra i diversi venditori presso i quali può acquistare il bene) e da informazione perfetta (non ci sono costi di informazione e di assicurazione).
- Inoltre, date le proprietà di un equilibrio concorrenziale, gli n beni sugli n mercati sono prodotti al minor costo possibile e il numero di mercati, le quantità scambiate per ogni bene ed il prezzo assicurano l'equità secondo il criterio dell'ottimo paretiano, vale a dire che ogni risorsa riceve una remunerazione pari alla propria produttività marginale..

1.4.1. Monopolio e potere di mercato

Quando una impresa può influenzare il prezzo che riceve per il proprio prodotto si dice che ha un potere di monopolioⁱⁱ, o potere di mercato. Un'impresa che ha un potere di mercato fissa il prezzo al di sopra del livello concorrenziale, vale a dire al di sopra del costo marginale. Una impresa che esercita un potere di mercato può conseguire profitti positivi, ma può anche conseguire profitti nulli, come nel caso in cui vi siano costi fissi abbastanza elevati.

Quando il mercato non opera in maniera ottimale vi è un costo per la società detto *deadweight loss*, (perdita secca o perdita netta). La perdita secca è data dalla differenza tra la somma del surplus

del consumatore e del produttoreⁱⁱⁱ in situazione di equilibrio concorrenziale, e la somma dei due surplus in una situazione non concorrenziale caratterizzata da una quantità scambiata inferiore a quella di equilibrio. Nel grafico 1 il triangolo ABC rappresenta il surplus totale in equilibrio concorrenziale, dato dalla somma del surplus del consumatore ABp^e e il surplus del produttore CBp^e . Se la quantità scambiata si riduce a Q^* , si avrà un prezzo p^* , al quale corrispondono nuovi livelli del surplus del produttore e del consumatore, pari rispettivamente a CEp^* e ADp^* . La perdita di surplus totale è pari a EDB . Si noti che oltre alla perdita complessiva di surplus l'allontanamento dall'equilibrio concorrenziale determina una redistribuzione del surplus dal consumatore al produttore, nella misura del quadrato DFp^*p^e .

Nel caso del monopolio è facile misurare il potere di mercato a partire dalle condizioni di equilibrio. All'equilibrio il monopolista uguaglia il ricavo marginale al costo marginale:

$$MR=MC \tag{1}$$

Tale uguaglianza deriva dalla condizione del primo ordine per la massimizzazione del profitto $\pi = RT - CT = p(Q)Q - CT(Q)$:

$$\frac{d\pi}{dQ} = \frac{dRT}{dQ} - \frac{dCT}{dQ} = 0$$

Si noti che il ricavo marginale, definito come il cambiamento nel ricavo totale che deriva dalla vendita di una unità aggiuntiva di Q è dato da:

$$MR = \frac{d(pQ)}{dQ} = p + \frac{dp}{dQ}Q = p\left(1 + \frac{1}{\varepsilon}\right) \tag{2}$$

dove

$$\varepsilon = \frac{dQ}{dp} \frac{p}{Q}$$

è l'elasticità della domanda.

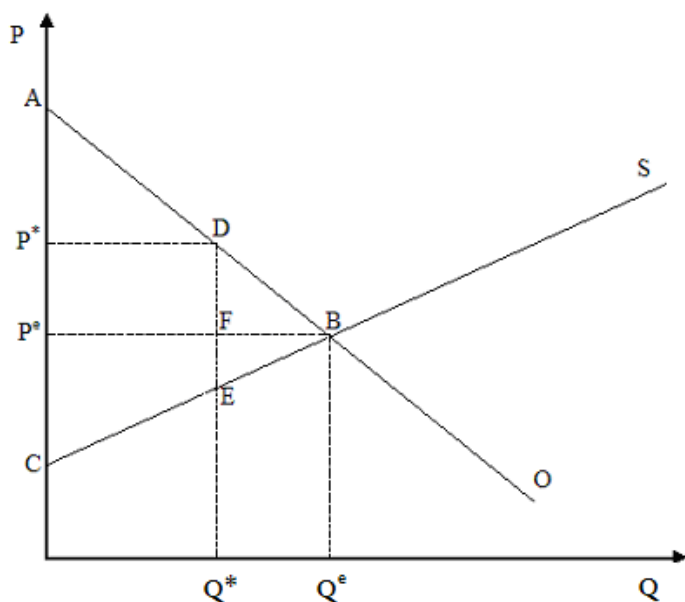


Figura 1 - Perdita netta di monopolio

In figura 2 è rappresentata la perdita di benessere in una situazione di monopolio e ipotizzando costi marginali costanti. L'area ACB misura la perdita detta *deadweight loss* e l'area EADC misura i profitti del monopolista^{iv}. La parte sottostante della figura evidenzia anche la relazione che vi è tra profitti e ricavo marginale. I profitti crescono fino a quando il ricavo marginale è maggiore del costo marginale e sono massimi quando il ricavo marginale è pari al costo marginale; si annullano in corrispondenza dell'equilibrio concorrenziale, quando il ricavo totale è uguale al costo totale. Il ricavo marginale a sua volta è positivo fin tanto che la curva di domanda è elastica ($\varepsilon < -1$) ed è negativo quando la curva di domanda è inelastica^v ($-1 < \varepsilon < 0$).

Sostituendo la (2) nella (1) si ha:

$$\frac{p - MC}{p} = -\frac{1}{\varepsilon} \quad (3)$$

La relazione trovata evidenzia come il *markup* (vale a dire la differenza tra il prezzo e il costo marginale in rapporto al prezzo, detto indice di Lerner) che un monopolista può applicare dipende solo dall'elasticità della domanda con la quale il monopolista si confronta. Più la domanda è elastica minore è il *markup*, e il potere di mercato, che il monopolista può esercitare. Si noti che al diminuire dell'elasticità della domanda cresce anche la perdita secca associata al monopolio. La relazione tra perdita netta ed elasticità della domanda può essere rappresentata graficamente facendo ruotare la curva di domanda in modo che rimanga invariata la quantità di equilibrio di monopolio e concorrenza ma che per tali quantità di equilibrio l'elasticità sia minore per la nuova curva. In figura 3 si vede come la perdita netta associata alla curva di domanda ruotata D' pari a ABE sia maggiore di quella associata alla curva originaria D, pari a ABC.

Vi sono vari modi in cui si crea e si mantiene un monopolio. Generalmente un monopolio esiste o perché le economie di scala sono così elevate che il raggiungimento della scala minima efficiente implica la presenza di una unica impresa (monopoli naturali); o perché il monopolista ha particolari conoscenze che gli permettono di "lavorare meglio" rispetto ai potenziali entranti; o perché il monopolista ha il controllo esclusivo di alcuni fattori produttivi (possesso di una risorsa naturale unica o sfruttamento dei brevetti); o perché il monopolista è tale in base a vincoli istituzionali (monopolio di stato). La legislazione sui brevetti incentivando la ricerca di soluzioni tecniche che siano sfruttabili unicamente dalle imprese che registrano il brevetto incentiva e promuove i monopoli. La difesa dei diritti di proprietà intellettuale è spesso giudicata vantaggiosa per il bene comune, in quanto incentiva la ricerca e lo sviluppo tecnologico. Tuttavia va notato che gli incentivi alla ricerca si perdono nei primi anni di sfruttamento del brevetto, in quanto non vi è la minaccia di altre imprese ed ancora non è necessario trovare il nuovo prodotto che sostituirà il vecchio alla scadenza del brevetto. Inoltre rimane la questione di fondo che gli obiettivi di ricerca delle imprese private rispondono all'obiettivo primario di massimizzazione dei profitti e non del benessere sociale. Innovazioni che potrebbero avvantaggiare una gran parte della popolazione vengono sostituite da innovazioni che rispondono ai bisogni di un limitato numero di persone capaci però di pagare prezzi elevati. L'industria farmaceutica è un caso tipico di tale distorsione. Mentre all'oggi esistono farmaci costosissimi per la cura di malattie rare presenti nei paesi ricchi, non esistono farmaci per malattie come la malaria e la febbre di Dengue che affliggono grandi fette della popolazione dei paesi più poveri del mondo.

Un monopolista spesso mantiene il proprio potere disincentivando l'entrata di nuove imprese sul proprio mercato, vale a dire attuando strategie di deterrenza all'entrata. Spesso il costo sostenuto per tale pratica strategica viene considerato come un'altra fonte di inefficienza dei monopoli, da sommare alla fonte primaria costituita dall'esercizio del potere di mercato. Infine va ricordata un'un'altra fonte di inefficienza del monopolio chiamata *x-inefficiency* (Leibenstein, 1966). Quando una impresa su di un mercato concorrenziale opera in modo inefficiente, il confronto con le imprese

più efficienti (e capaci pertanto di operare a costi minori) la spingerà fuori dal mercato. Un'impresa monopolistica al contrario può rimanere sul mercato anche se produce a costi elevati, e continuando a ottenere profitti positivi.

I profitti positivi non sono necessariamente associati alla presenza di monopoli. Vi possono essere imprese che conseguono profitti positivi pur non esercitando un potere di monopolio. Ciò può accadere quando nel computo dei profitti ricadono le rendite associate al possesso di alcuni fattori produttivi (ad esempio un proprietario terriero che si comporta come *price taker* può conseguire dei profitti positivi che derivano dal possesso di un elevato capitale fondiario).

Nel breve periodo un monopolista può conseguire profitti negativi; ad esempio se una brusca caduta della domanda lo costringe ad abbassare il prezzo, il monopolista rimarrà sul mercato anche se il livello dei guadagni è tale che gli investimenti di tipo *sunk* (vale a dire irrecuperabili) offrono una rendita inferiore a quella concorrenziale. Riassumendo, il comportamento monopolista è caratterizzato da una impresa che riceve un prezzo superiore al costo marginale. Nel lungo periodo una impresa concorrenziale consegue profitti nulli mentre una impresa monopolista consegue profitti che al limite sono nulli. Nel breve periodo entrambe le imprese possono conseguire profitti positivi, nulli o negativi.

1.4.2 Oligopolio e potere di mercato

In una industria le imprese possiedono un potere di mercato quando possono fissare un prezzo per i loro prodotti superiore al costo marginale^{vi}. Un monopolista può esercitare un potere di mercato completo, mentre un produttore che opera in un mercato concorrenziale ha potere di mercato nullo. Nella generalità dei casi le imprese possiedono un potere di mercato relativo, vale a dire che possono fissare un prezzo alquanto superiore al costo marginale ma comunque inferiore al prezzo di monopolio. Le forme di mercato intermedie tra la concorrenza e il monopolio sono generalmente indicate come oligopoli^{vii}. Le ipotesi base dei modelli di oligopolio sono che sul mercato vi siano un numero finito di imprese e che le decisioni delle singole imprese siano in un qualche modo interdipendenti.

In questa sezione trattiamo il modello di oligopolio alla Cournot generalmente utilizzato per l'analisi del potere di mercato negli studi empirici. Il modello di Cournot è quello che ha avuto maggiori sviluppi sia teorici che applicativi, in special modo per quel che riguarda le applicazioni al sistema agroalimentare. Altri noti modelli di oligopolio sono il modello di Bertrand, il modello di Stackelberg, i modelli ad equilibrio cooperativo. A tali modelli dedichiamo solo un rapido cenno, rimandando il lettore ai manuali standard di microeconomia ed economia industriale per una più ampia trattazione degli stessi. Nel suo modello Bertrand (1883) criticò il modello di Cournot evidenziando come le imprese potessero far riferimento non tanto alle quantità ma ai prezzi fissati dai propri rivali. Per un mercato a prodotto omogeneo con due sole imprese ogni impresa fissa inizialmente un prezzo molto elevato. In seguito ogni impresa si accorge che abbassando di poco il proprio prezzo può catturare l'intera domanda. Entrambe le imprese tenderanno pertanto a tagliare progressivamente i prezzi fino ad arrivare ad un equilibrio del mercato equivalente a quello concorrenziale.

Stackelberg (1934) propose un modello di duopolio detto leader-follower dove si ipotizza che una impresa (il follower) si comporti come nella competizione alla Cournot e l'altra (il leader) massimizzi il proprio profitto dato il comportamento della prima. Nel modello originario di Stackelberg non viene stabilito a priori quale delle imprese assuma il ruolo di leader. In realtà è possibile dimostrare che se nessuna delle due imprese opta per uno dei due ruoli il mercato sperimenterà una condizione di disequilibrio. Al contrario se una delle due imprese opta per uno dei due ruoli si avrà un equilibrio caratterizzato da un livello della produzione intermedio tra quello di equilibrio concorrenziale e la soluzione del modello di duopolio alla Cournot.

Una variante del modello di Stackelberg è il modello di oligopolio a impresa dominante, dove si assume che i followers invece di avere un comportamento alla Cournot si comportino come imprese concorrenziali. L'impresa leader agisce invece come un monopolista parziale, fissando il prezzo che massimizza i propri profitti data la quota di mercato coperta dall'offerta dei follower. Maggiore sarà la quota di mercato delle imprese follower, minore sarà il potere di mercato dell'impresa leader.

Nei modelli ad equilibrio cooperativo si parte dall'ipotesi che in un mercato caratterizzato da un numero limitato di imprese queste possono decidere di cooperare anziché competere. Una volta compresa la forte interdipendenza delle proprie decisioni, le imprese possono decidere di dividersi in modo concordato il mercato, quando tale decisione porta a profitti maggiori che nel caso della competizione. In tal caso si dice che le imprese colludono formando un cartello che di fatto agisce come un monopolista. La stabilità di un cartello dipende da fattori extra-economici, quale il grado di fiducia reciproca dei partecipanti. Quando una delle imprese defeziona dagli accordi presi, abbassando il prezzo col fine di aumentare la propria quota di mercato, le altre imprese tenderanno ad imitarla, portando ad un fallimento del cartello. Generalmente dopo un periodo di instabilità si apre una nuova fase di trattative, con il raggiungimento di un nuovo accordo collusivo.

La possibilità di formazione di un cartello dipende da un insieme di fattori di varia natura, tra i quali non ultimo quello legato al quadro delle normative antitrust. L'analisi economica ha sottolineato le seguenti condizioni che generalmente tendono a favorire la collusione: l'omogeneità delle condizioni di costo e di domanda delle singole imprese; il buono stato della domanda; l'esistenza di informazione completa; tecnologia stabile; stabilità del mercato.

1.4.3 La misura del potere di mercato

L'esercizio del potere di mercato, ossia la possibilità da parte delle imprese di imporre un prezzo superiore al costo marginale, devia il sistema economico dalle soluzioni di ottimo paretiano previste dal modello standard. Le perdite in termini di efficienza e di equità associate al potere di mercato sono alla base delle politiche di regolamentazione dei mercati di tipo antitrust. Le politiche antitrust, presenti in ogni paese ad economia capitalistica avanzata, prevedono una stretta sorveglianza di quei mercati a elevato rischio di un eccesso di potere di mercato, impedendo eccessive concentrazioni e pratiche collusive da parte delle imprese.

Gli interventi di tipo antitrust sono guardati con sospetto dagli operatori e dagli analisti "liberisti" che si oppongono a qualsiasi tipo di intervento sui mercati. Ricordiamo che la regolamentazione del mercato si oppone alle prescrizioni liberiste del modello standard che suggerisce all'operatore pubblico l'unica funzione di "garante" dei diritti di proprietà (difesa della proprietà privata) e del quadro "minimo" istituzionale di riferimento nel quale operano gli attori economici. Perché gli interventi antitrust siano accettati dall'opinione pubblica di orientamento ultraliberista, ormai attualmente prevalente nei paesi occidentali, è necessario che vi sia una forte evidenza empirica dell'eventuale eccesso di potere di mercato e degli effetti distorsivi che questo può produrre. La possibilità di misurare correttamente il potere di mercato diviene un aspetto cruciale dell'accettabilità sociale delle politiche antitrust e quindi della praticabilità di efficaci politiche della concorrenza.

La misura diretta del potere di mercato, attraverso la stima del margine prezzo-costi, implica la conoscenza esatta della curva di domanda e della funzione dei costi di ogni singola impresa. Entrambe queste informazioni sono difficili da ottenere. La conoscenza della curva di domanda individuale dell'impresa presuppone la conoscenza non solo della curva di mercato complessiva, ma anche della ripartizione di questa tra le imprese operanti nel settore (vale a dire che bisognerebbe conoscere la preferenza accordata dai consumatori alle diverse imprese e la disponibilità a pagare per le diverse marche). La conoscenza della funzione dei costi presuppone l'accesso a informazioni riservate dell'impresa difficili da ottenere in quanto sono informazioni che posseggono un elevato valore strategico in rapporto sia alle relazioni con i clienti che con i concorrenti. Generalmente pertanto è necessario affidarsi a misure indirette del potere di mercato.

Senza entrare nel merito dei principali approcci utilizzati per la stima del potere di mercato si richiama l'indicatore più frequentemente utilizzato per misura del potere del mercato, vale a dire la concentrazione.

1.4.4. La misura della concentrazione

La concentrazione di un mercato è definita come il grado in cui l'offerta del bene scambiato sul mercato è concentrata nelle mani di poche grandi imprese. Minore è il numero di imprese che offre la gran parte (una quota elevata) del bene e più si dice che il mercato è concentrato. Un mercato dove, ad esempio, l'80% del fatturato è prodotto da due imprese è più concentrato di un mercato dove l'80% del fatturato è prodotto da tre imprese. A partire da questa definizione molto generale di concentrazione è possibile costruire diverse misure della concentrazione che danno risultati a volte difficilmente confrontabili. In particolare vi sono indicatori che danno una misura assoluta della concentrazione e indicatori che danno informazioni sul grado di disuguaglianza della distribuzione dell'offerta nel settore. Ricordiamo che nell'ambito dell'economia industriale i termini mercato, settore e industria sono utilizzati come sinonimi. Rimandiamo ai manuali di economia industriale^{viii} per una discussione sui problemi teorici ed empirici di definizione ed identificazione di un singolo settore-mercato-industria. Ci limitiamo qui a ricordare che un settore (industria-mercato) è identificabile e circoscrivibile a partire da diversi parametri tra i quali i principali sono il grado di elasticità incrociata della domanda per i diversi beni (marche) offerti sul mercato ed il grado di interdipendenza delle scelte delle diverse imprese. Pertanto n imprese appartengono allo stesso mercato quando l'elasticità incrociata della domanda rivolta ad una impresa rispetto al prezzo dei prodotti delle altre imprese è elevata e quando ogni impresa presente sul mercato riconosce le altre $n-1$ imprese come propri diretti concorrenti.

Per comprendere le possibili differenze tra misure alternative della concentrazione è utile fare riferimento alla curva di concentrazione rappresentata in figura 1. Sull'asse delle ordinate è riportata la percentuale cumulata dell'output del settore, e sull'asse delle ascisse il numero delle imprese ordinate per quote di mercato decrescenti. Poiché le imprese sono riportate in ordine decrescente la curva di concentrazione si presenta concava dal basso e poiché sulle ordinate è riportata la percentuale cumulata il limite della curva è dato dal valore 100. A partire dalla curva di concentrazione è difficile mettere a confronto il grado di concentrazione di due settori diversi (o dello stesso settore in due contesti storici e/o territoriali diversi). Per poter operare un tale confronto è necessario utilizzare un sistema di pesi che dia maggiore significato ad una parte o l'altra della curva. In generale, quando si usano indicatori sintetici della concentrazione ciò che accade è che ognuno di essi dà un peso diverso alle diverse imprese nella definizione della concentrazione.

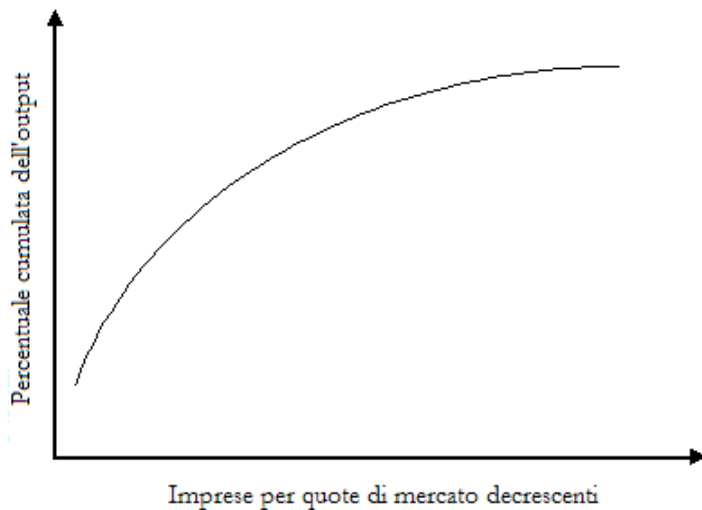


Figura 1

Tra gli indicatori della concentrazione i più frequentemente utilizzati sono: l'indice di concentrazione, l'indice di Hirschman-Herfindahl, gli indicatori di ineguaglianza.

L'indice di concentrazione è definito come la quota dell'output totale del settore offerta dalle prime r imprese dove r è un numero arbitrario:

$$C_r = \sum_{i=1}^r x_i / x = \sum_{i=1}^r s_i$$

dove x rappresenta l'output totale dell'industria e x_i l'output della i -esima impresa.

Un indice di concentrazione pari a 0.80 per $r=3$ indica che le prime tre imprese del settore offrono l'80% dell'output totale del settore.

L'indice di concentrazione è particolarmente efficace per la semplicità di calcolo e di interpretazione, tuttavia ha due limiti fondamentali. Il primo è l'arbitrarietà con la quale viene scelto il numero di imprese sulle quali calcolare l'indice. Per un particolare settore l'indicatore potrebbe assumere un valore di 0.4 se calcolato sulle prime tre imprese e di 0.75 se calcolato sulle prime cinque imprese, evidenziando una concentrazione relativamente bassa nel primo caso ed elevata nel secondo. Il secondo limite risiede nel fatto che esso dà informazioni solo su di una parte della curva di concentrazione. Ad esempio un indice $C_4=0.3$ evidenzia una bassa concentrazione, tuttavia in un settore dove la restante quota dell'output non si ripartisce uniformemente tra le restanti $n-4$ imprese, si avrà una concentrazione superiore rispetto ad un settore dove l'output sia ripartito più uniformemente.

L'indice di Hirschman-Herfindahl, a differenza del precedente, tiene conto di tutte le imprese presenti sul mercato, essendo definito come la somma dei quadrati delle quote di produzione di tutte le imprese del settore:

$$H = \sum_{i=1}^n (x_i / x)^2 = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

Utilizzando i quadrati delle quote di mercato, l'indice di Hirschman-Herfindahl attribuisce un peso maggiore, nella misura della concentrazione, alle imprese più grandi. Esso inoltre tiene conto anche del grado di uniformità della distribuzione dell'output tra le imprese.

L'indice assume un valore massimo, pari a 1, in caso di monopolio ed un valore minimo, pari a 0, in caso di concorrenza, con molte imprese della stessa dimensione.

Le misure di ineguaglianza della concentrazione sono costruite indipendentemente dal numero assoluto di imprese presenti sul mercato. Così come gli indicatori di concentrazione prima esaminati sintetizzano le informazioni contenute nella curva di concentrazione, gli indici di ineguaglianza riassumono le informazioni della curva di Lorenz.

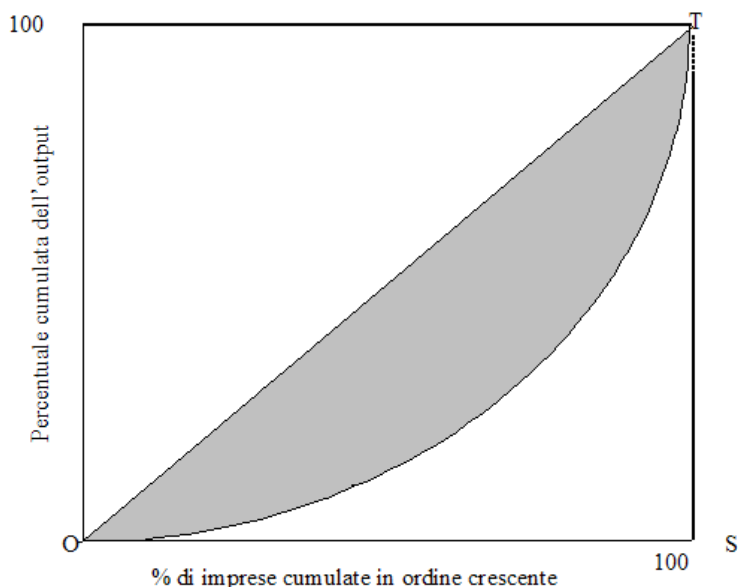


Figura 2

La curva di Lorenz è costruita ponendo sull'asse delle ordinate la percentuale cumulata dell'output dell'industria, e sull'asse delle ascisse la percentuale cumulata delle imprese a partire dalle più piccole. La curva giace sotto la diagonale principale. La diagonale principale rappresenta la situazione in cui le imprese sono della stessa dimensione, infatti su di essa l' y per cento delle imprese offre l' y per cento della produzione per ogni $0 < y < 1$. La diagonale principale pertanto rappresenta il valore minimo di disuguaglianza e tanto più una curva si allontanerà da essa tanto più il settore che rappresenta sarà caratterizzato da una elevata disuguaglianza nella dimensione delle imprese. Tanto maggiore ovviamente è la disuguaglianza tanto maggiore è il grado di concentrazione.

Gli indicatori di ineguaglianza maggiormente utilizzati sono il coefficiente di variazione c precedentemente definito e l'indice di Gini. Con riferimento alla figura 2 l'indice di Gini misura il rapporto tra l'area tratteggiata (vale a dire l'area al di sotto della diagonale principale ed al di sopra della curva di Lorenz) e l'area del triangolo OST e assume valori compresi tra 0 e 1. Più ampia è l'area tratteggiata, maggiore è l'indice di Gini, e maggiore è il grado di disuguaglianza.

ⁱⁱ I due termini, potere di monopolio e potere di mercato sono spesso utilizzati in modo interscambiabile. A rigore sarebbe opportuno limitare la dizione potere di monopolio a quei casi in cui il potere di mercato è esercitato da una impresa che è anche l'unica ad essere presente sul mercato, vale a dire ai casi appunto di monopolio. Il potere di mercato può essere esercitato al contrario anche da imprese che operano in contesti oligopolistici o di concorrenza monopolistica.

ⁱⁱⁱ Ricordiamo che il surplus del consumatore è dato, per un dato prezzo, dall'area al di sopra del prezzo di mercato e al di sotto della curva di domanda, mentre il surplus del produttore è dato dall'area al di sotto del prezzo e al di sopra della curva di offerta.

^{iv} Se in un mercato vi è la possibilità di conseguire i profitti misurati dall'area ACDE, allora le imprese competeranno per assicurarsi una posizione di monopolio ed accedere a tali profitti. La spesa per l'uso delle risorse necessarie ad ottenere una posizione di monopolio viene detta *rent seeking* (Carlton e Perloff, pag 107) e le imprese sono dette avere un comportamento di tipo *rent seeking*. Si noti che nel caso dei comportamenti *rent seeking* la perdita di benessere dovuta al monopolio deve includere non solo l'area ABC, ma anche quella parte di ACDE che rappresenta la quota di profitti del monopolista utilizzata per coprire i costi dell'attività di *rent-seeking*.

^v Si noti che per una curva di domanda lineare la curva del ricavo marginale ha una pendenza doppia della curva di domanda e che il valore di Q per il quale il ricavo marginale si annulla è quel valore per il quale la curva di domanda è divisa in due segmenti di pari lunghezza e per il quale l'elasticità della domanda è pari a -1 .

^{vi} Se il potere di mercato è esercitato sui mercati a monte allora le imprese possono pagare un prezzo per i propri input inferiore al costo marginale.

^{vii} La forma di mercato denominata concorrenza monopolistica è una forma di mercato intermedia caratterizzata da alcune particolari caratteristiche. Con alcune semplificazioni tuttavia, essa può essere ricondotta ai modelli generali di oligopolio. Per una discussione dei modelli di concorrenza monopolistica si veda il capitolo 9.

^{viii} Tra i manuali disponibili in lingua italiana, ricordiamo quelli dei seguenti autori Tirole, Cabral, Sherer e Ross, Carlton e Perloff, Grillo e Silva.