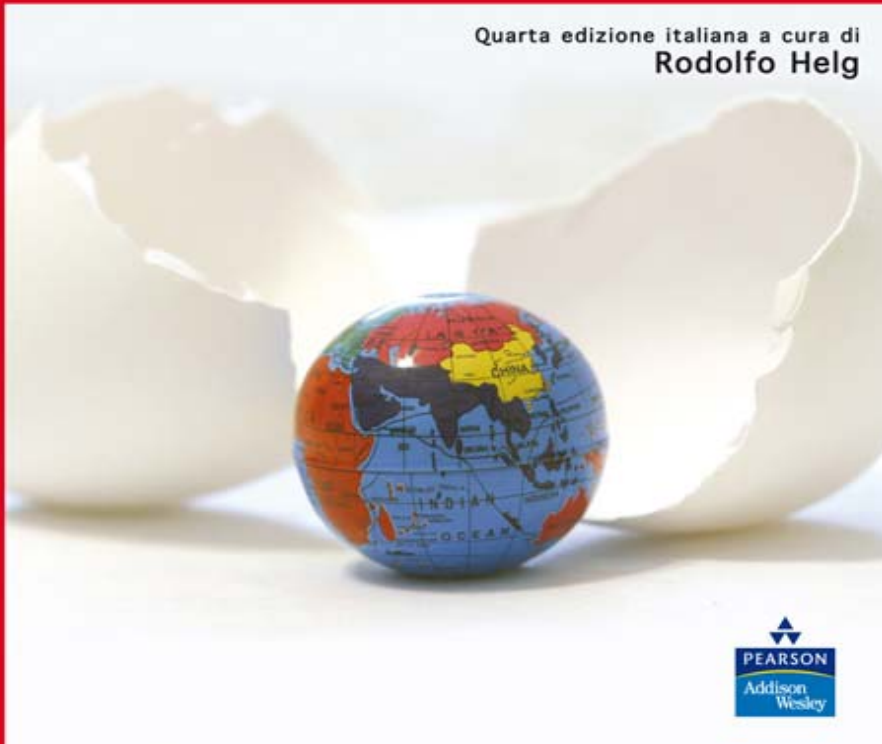


Paul R. Krugman - Maurice Obstfeld

ECONOMIA INTERNAZIONALE 1

TEORIA E POLITICA DEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

Quarta edizione italiana a cura di
Rodolfo Helg



Capitolo 6

Economie di scala,
concorrenza
imperfetta e
commercio
internazionale

preparato da Thomas Bishop
(adattamento italiano di Rosario Crinò)



Struttura della presentazione

- Tipi di economie di scala
- Tipi di concorrenza imperfetta
 - ♦ Oligopolio e monopolio
 - ♦ Concorrenza monopolistica
- Concorrenza monopolistica e commercio
- Commercio inter-settoriale e commercio intra-settoriale
- Dumping
- Economie di scala esterne e commercio

Introduzione

- Nel definire il vantaggio comparato, sia il modello di Ricardo che il modello di Heckscher-Ohlin assumono **rendimenti di scala costanti**:
 - ♦ Se tutti i fattori di produzione raddoppiano, anche la produzione raddoppia
- Ma un'impresa o settore possono mostrare **rendimenti di scala crescenti o economie di scala**:
 - ♦ Se tutti i fattori di produzione raddoppiano, la produzione più che raddoppia
 - ♦ “Più grande è più efficiente”: il costo unitario decresce all'aumentare della produzione di un'impresa o settore



Introduzione (cont.)

- I modelli di Ricardo e Heckscher-Ohlin, inoltre, assumono concorrenza perfetta, in modo che tutto il reddito generato dalla produzione venga distribuito ai titolari dei fattori di produzione: non esistono “extra-profitti” o profitti da monopolio
- Ma se esistono economie di scala, le imprese grandi possono essere più efficienti delle imprese piccole e il settore può essere composto da un’unico monopolista o da un numero limitato di imprese grandi
 - ♦ La produzione può essere imperfettamente concorrenziale nel senso che extra-profitti, o profitti da monopolio, sono catturati dalle imprese grandi



Tipi di economie di scala

- Le economie di scala comportano che imprese grandi, o settori grandi (es. settori composti da molte imprese), siano più efficienti
- **Economie di scala esterne** esistono quando i costi unitari dipendono dalla *dimensione del settore*
- **Economie di scala interne** esistono quando i costi unitari dipendono dalla *dimensione dell'impresa*

Tipi di economie di scala (cont.)

- Economie di scala esterne possono esistere se un settore più grande garantisce una più efficiente fornitura di servizi o attrezzature alle imprese componenti
 - ◆ Molte imprese piccole in concorrenza possono costituire un settore grande e beneficiare di una più efficiente fornitura di servizi o attrezzature
- Economie di scala interne possono esistere se le imprese grandi hanno un vantaggio di costo sulle imprese piccole, e ciò rende imperfettamente concorrenziale il mercato

Un ripasso del modello di monopolio

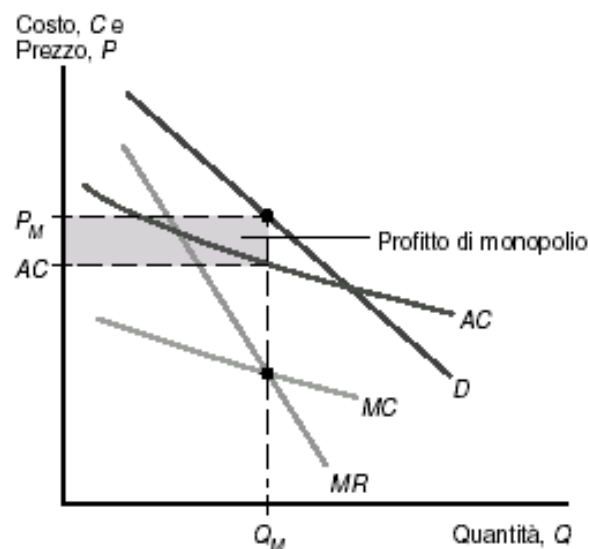
- Un **monopolio** è un settore composto da una sola impresa
- Un **oligopolio** è un settore composto da poche imprese
- Una caratteristica del monopolio (e per certi versi anche dell'oligopolio) è che il ricavo marginale generato dalla vendita di un'unità addizionale del bene è inferiore al prezzo del bene
 - ♦ In assenza di discriminazione di prezzo, il monoposita deve ridurre il prezzo dell'unità addizionale di bene venduta, così come quello di tutte le altre unità vendute fino a quel punto
 - ♦ La curva del ricavo marginale si trova sotto la curva di domanda (che determina il prezzo delle unità vendute)

Un ripasso del modello di monopolio (cont.)

FIGURA 6.1

Decisioni di prezzo e di produzione di un monopolista.

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



Un ripasso del modello di monopolio (cont.)

- Il **costo medio** è il costo totale di produzione (C) diviso per la quantità totale di output prodotta (Q)
 - ♦ $AC = C/Q$
- Il **costo marginale** è il costo di produzione di un'unità aggiuntiva di output

Un ripasso del modello di monopolio (cont.)

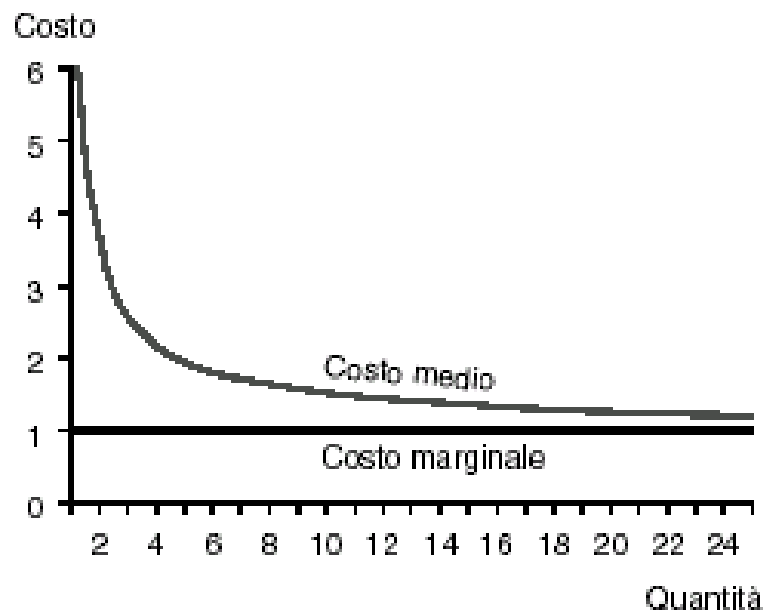
- Supponiamo che la funzione di costo sia $C = F + cQ$,
 - ♦ dove F è il costo fisso, indipendente dal livello di produzione
 - ♦ c è il costo marginale costante: il costo costante di produzione di un'unità aggiuntiva di output Q .
- $AC = F/Q + c$
- Le imprese più grandi sono più efficienti, perchè i costi medi decrescono al crescere della produzione Q : economie di scala interne

Un ripasso del modello di monopolio (cont.)

FIGURA 6.2

Costo medio e costo marginale.

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



Concorrenza monopolistica

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

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Un'impresa in un settore in concorrenza monopolistica:
 - ◆ Venderà di più quanto maggiore è il volume totale di vendite del settore e quanto maggiore è il prezzo praticato dai suoi concorrenti
 - ◆ Venderà di meno quanto maggiore è il numero di imprese nel settore e quanto maggiore è il prezzo da essa stessa praticato
- Questi concetti sono rappresentati dalla seguente relazione matematica

Concorrenza monopolistica (cont.)

$$Q = S \cdot [1/n - b(P - \bar{P})]$$

- ♦ Q sono le vendite della singola impresa
- ♦ S sono le vendite totali del settore
- ♦ n è il numero di imprese nel settore
- ♦ b è una costante che rappresenta la reattività delle vendite dell'impresa al suo prezzo
- ♦ P è il prezzo praticato dall'impresa
- ♦ $\bar{P}$ è il prezzo medio praticato dai concorrenti

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Per semplificare la comprensione del modello, assumiamo che tutte le imprese fronteggino la stessa funzione di domanda e abbiano la stessa funzione di costo
 - ♦ Pertanto, in equilibrio tutte le imprese praticeranno lo stesso prezzo: $P = \bar{P}$
- In equilibrio,
 - ♦ $Q = S/n + 0$
 - ♦ $AC = C/Q = F/Q + c = F(n/S) + c$

Concorrenza monopolistica (cont.)

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

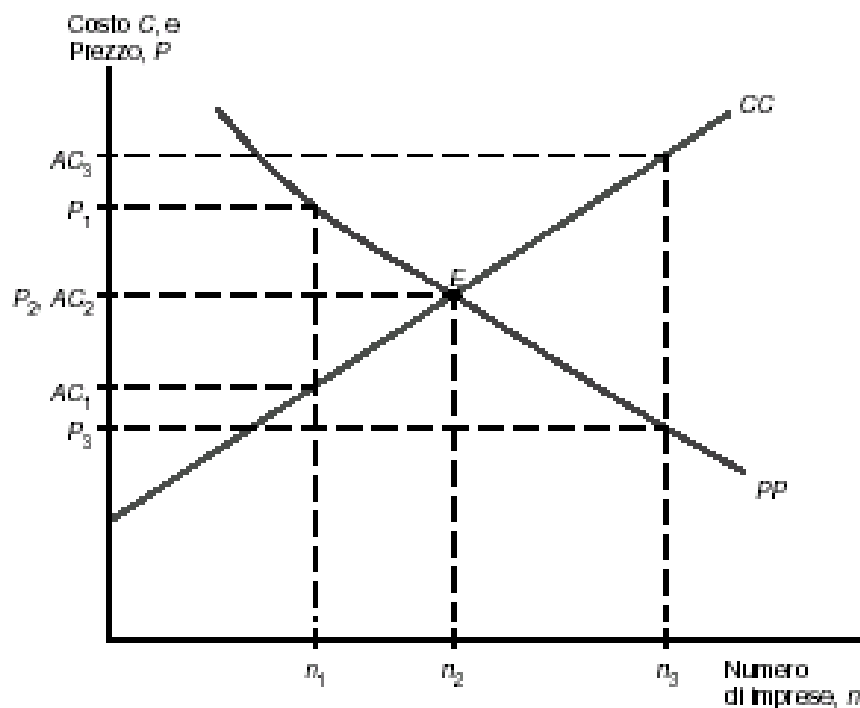
- Maggiore il numero di imprese nel settore, n , maggiore il costo medio di ciascuna impresa, in quanto ogni impresa produce di meno
- Maggiori le vendite totali del settore, S , minore il costo medio di ciascuna impresa, in quanto ogni impresa produce di più

Concorrenza monopolistica (cont.)

FIGURA 6.3

Equilibrio in un mercato in concorrenza monopolistica.

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



Concorrenza monopolistica (cont.)

- Se le imprese hanno una funzione di domanda lineare
 - ♦ La relazione fra prezzo e quantità può essere rappresentata da:

$$Q = A - B \cdot P$$

- ♦ dove A e B sono costanti
- ♦ E il ricavo marginale può essere rappresentato da

$$MR = P - Q/B$$

- Se le imprese massimizzano i profitti, esse fissano ricavo marginale = costo marginale:

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

Concorrenza monopolistica (cont.)

Perciò, nel nostro caso abbiamo:

$$Q = S \cdot [1/n - b(P - \bar{P})]$$

$$Q = S/n - Sb(P - \bar{P})$$

$$Q = (S/n + Sb\bar{P}) - SbP$$

Il caso generale è: $Q = A - B \cdot P$

- Sia $A \equiv (S/n + Sb\bar{P})$ e $B \equiv Sb$

Concorrenza monopolistica (cont.)

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

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

$$P = c + Q/Sb$$

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

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

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

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Esisterà un numero di imprese tale per cui il prezzo praticato da ciascuna di esse (che è funzione decrescente di n) sarà uguale al costo medio (che è funzione crescente di n)
- In corrispondenza di questo numero, ogni impresa realizza *profitti nulli*: il prezzo è uguale al costo medio
- Questo è il numero di imprese di equilibrio

Concorrenza monopolistica (cont.)

- Se il numero di imprese è minore o maggiore di n_2 , il settore non è in equilibrio, perchè le imprese hanno incentivo ad entrare nel settore o ad uscirvi
 - ◆ Le imprese hanno incentivo ad entrare nel settore se i profitti sono positivi (prezzo > costo medio)
 - ◆ Le imprese hanno incentivo ad uscire dal settore se i profitti sono negativi (prezzo < costo medio)

Concorrenza monopolistica e commercio

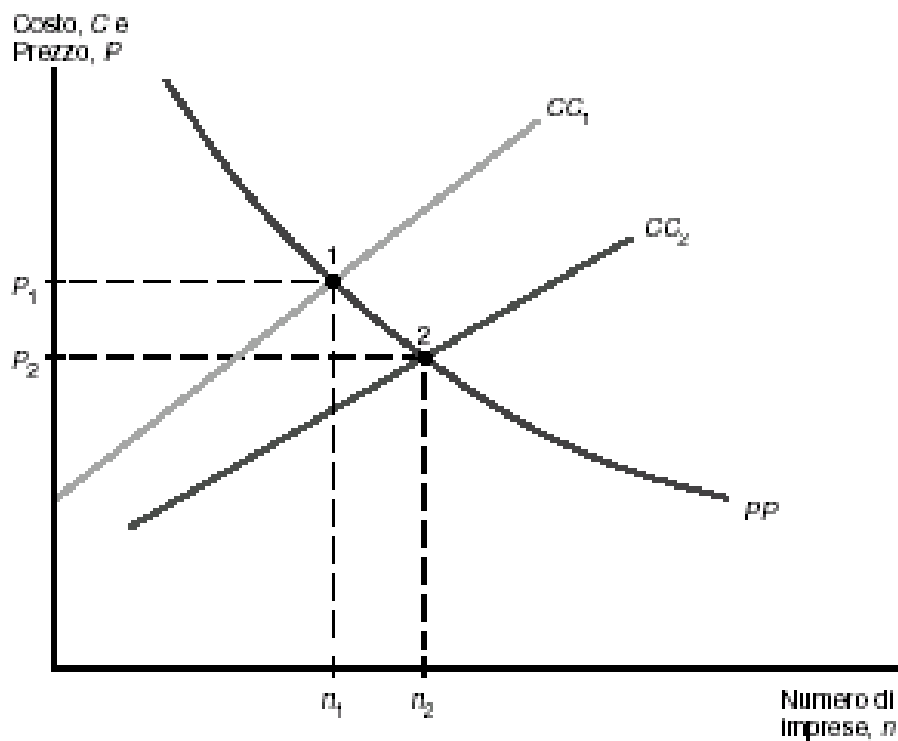
- Poiché il commercio aumenta la dimensione del mercato, esso riduce i costi medi in un settore in concorrenza monopolistica
 - ♦ Le vendite del settore crescono all'apertura degli scambi e questo riduce i costi medi:
 $AC = F(n/S) + c$
- Poiché il commercio aumenta il numero di varietà dei beni che i consumatori possono acquistare in concorrenza monopolistica, esso aumenta il benessere dei consumatori
 - ♦ Poiché i costi medi diminuiscono, i consumatori beneficiano anche di minori prezzi

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

FIGURA 6.4

Effetti di un mercato più grande.

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





Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

- Come conseguenza dell'apertura degli scambi, il modello prevede l'aumento del numero di imprese nel nuovo mercato internazionale, rispetto a ciascun mercato nazionale
 - ♦ Ma non è chiaro se le imprese si localizzeranno nel mercato domestico o in quello estero

Concorrenza monopolistica e commercio (cont.)

Esempio ipotetico di guadagni dallo scambio in un settore in concorrenza monopolistica			
	Mercato domestico senza scambi	Mercato estero senza scambi	Mercato integrato
Vendite del settore	900.000	1.600.000	2.500.000
Numero di imprese	6	8	10
Vendite per impresa	150.000	200.000	250.000
Costo medio	10.000	8.750	8.000
Prezzo	10.000	8.750	8.000

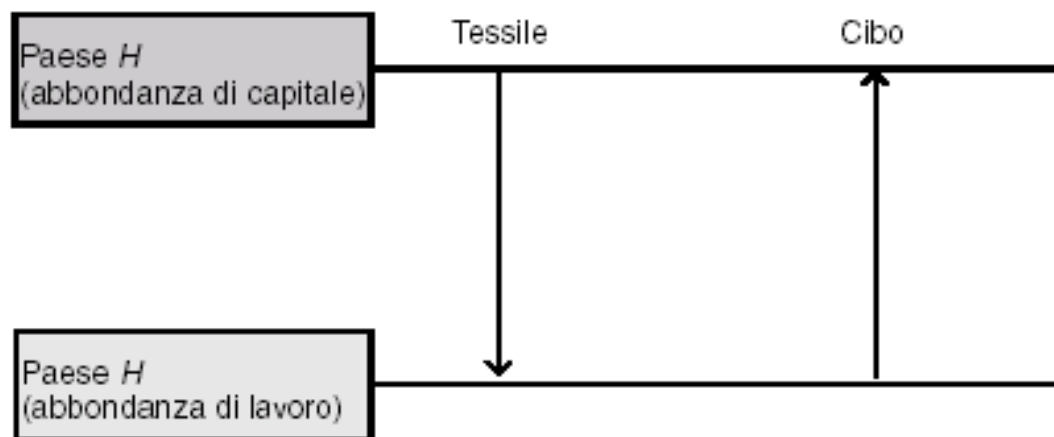
Commercio inter-settoriale

- Secondo il modello di Heckscher-Ohlin e il modello di Ricardo, i paesi si specializzano nella produzione
 - ♦ Il commercio ha luogo solo *tra* settori: **commercio inter-settoriale**
- In un modello à la Heckscher-Ohlin, supponiamo che:
 - ♦ Il paese domestico, abbondante di capitale, si specializzi nella produzione di stoffa, intensiva in capitale. La stoffa è importata dal paese estero
 - ♦ Il paese estero, abbondante di lavoro, si specializzi nella produzione di cibo, intensivo in lavoro. Il cibo è importato dal paese domestico

Commercio inter-settoriale (cont.)

FIGURA 6.6

*Commercio internazionale in un mondo senza rendimenti crescenti.
In un mondo senza economie di scala, ci sarebbe un semplice scambio fra prodotti
tessili e prodotti alimentari.*



Commercio intra-settoriale

- Supponiamo adesso che il settore mondiale della stoffa possa essere descritto utilizzando il modello di concorrenza monopolistica
- A causa della differenziazione dei prodotti, ciascun paese produce tipi diversi di stoffa
- A causa delle economie di scala, mercati più grandi sono preferibili: il paese estero esporta alcuni tipi di stoffa e il paese domestico altri
 - ◆ Il commercio ha luogo *all'interno* del settore della stoffa: **commercio intra-settoriale**



Commercio intra-settoriale (cont.)

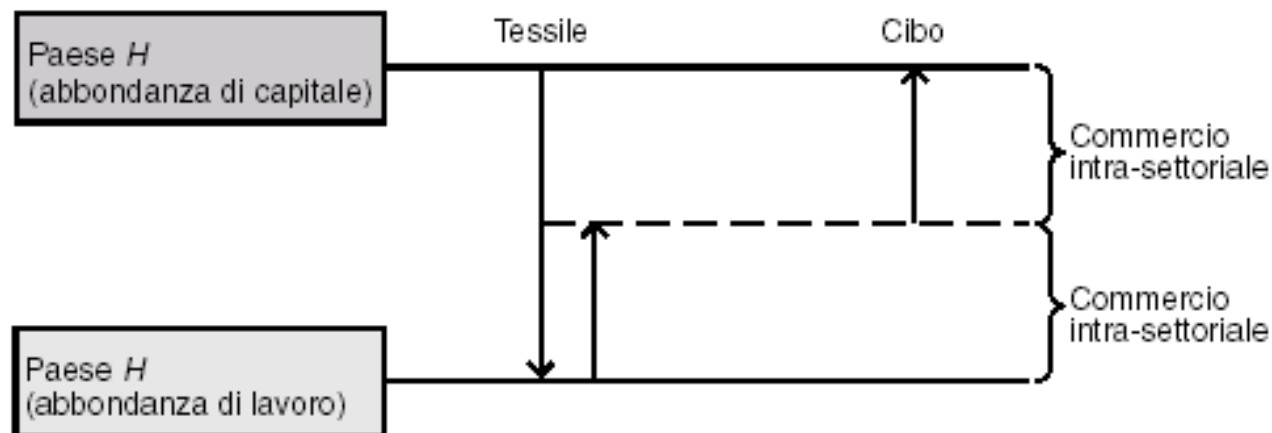
- Se il paese domestico è abbondante di capitale, esso continua ad avere un vantaggio comparato nella produzione di stoffa
 - ♦ Esso, pertanto, dovrebbe esportare più stoffa di quanta ne importi
- Supponiamo che il commercio nel settore del cibo continui ad essere determinato dai soli vantaggi comparati

Commercio intra-settoriale (cont.)

FIGURA 6.7

Commercio internazionale in presenza di rendimenti crescenti e concorrenza monopolistica.

Se il settore tessile è in concorrenza monopolistica i due paesi, H e F, producono beni differenziati. Perciò anche se H è un esportatore netto di prodotti tessili, importerà comunque lo stesso tipo di beni da F, dando origine al commercio intra-settoriale.





Commercio inter-settoriale e commercio intra-settoriale

1. I guadagni dal commercio inter-settoriale discendono dai vantaggi comparati
2. I guadagni dal commercio intra-settoriale discendono dalle economie di scala (costi minori) e dalla maggiore scelta per i consumatori
3. Il modello di concorrenza monopolistica non dice nulla circa la localizzazione geografica delle imprese, ma la presenza di vantaggi comparati nella produzione del bene differenziato verosimilmente farà sì che il paese esporti maggiori quantità di quel bene rispetto a quelle che importa



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

4. L'importanza relativa del commercio intra-settoriale dipende da quanto simili sono i paesi
 - ♦ Paesi con dotazioni relative *simili* di fattori di produzione genereranno flussi di commercio *intra-settoriale*
 - ♦ Paesi con dotazioni relative *differenti* di fattori di produzione, genereranno flussi di commercio *inter-settoriale*
5. A differenza del commercio inter-settoriale nel modello di Heckscher-Ohlin, non si prevedono effetti sulla distribuzione del reddito come conseguenza del commercio intra-settoriale



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

- Circa il 25% del commercio mondiale è di natura intra-settoriale, in base alle classificazioni industriali standard
 - ◆ Ma alcuni settori mostrano quote di commercio intra-settoriale maggiori: nel caso degli Stati Uniti, si tratta di quei settori che utilizzano quantità relativamente elevate di lavoro qualificato, capitale fisico e tecnologia
 - ◆ Paesi con dotazioni relative simili di lavoro qualificato, tecnologia e capitale fisico danno vita a ingenti flussi di commercio intra-settoriale con gli Stati Uniti

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

TABELLA 6.3

Indici del commercio intra-settoriale per alcuni settori degli Stati Uniti, 1993.

Chimica inorganica	0,99
Macchine generatrici d'energia	0,97
Meccanica elettrica	0,96
Chimica organica	0,91
Prodotti medicinali e farmaceutici	0,86
Macchine per l'ufficio	0,81
Telecomunicazioni	0,69
Veicoli su strada	0,65
Ferro e acciaio	0,43
Abbigliamento e accessori	0,27
Calzature	0,00

Nota: un indice pari a 1 implica che tutto il commercio sia intra-settoriale; un indice pari a 0 implica che tutto il commercio sia inter-settoriale



Dumping

- Il **Dumping** è la pratica che consiste nel praticare un prezzo più basso per le esportazioni che per i beni venduti a livello domestico
- Il Dumping è un esempio di **discriminazione di prezzo**: la pratica che consiste nel praticare prezzi diversi a consumatori diversi
- La discriminazione di prezzo e il dumping possono verificarsi solo se
 - ♦ Esiste *concorrenza imperfetta*: le imprese possono influenzare i prezzi di mercato
 - ♦ *I mercati sono segmentati*: non è facile acquistare i beni in un mercato e venderli in un altro

Dumping (cont.)

- Il Dumping può rappresentare una strategia di massimizzazione dei profitti, in virtù delle differenze tra il mercato domestico e il mercato estero
- Una differenza è data dal fatto che, di solito, le imprese nazionali hanno una quota del mercato domestico maggiore di quella del mercato estero
 - ♦ A causa della minore quota di mercato e della maggiore concorrenza, le vendite estere sono solitamente più reattive al prezzo rispetto alle vendite domestiche
 - ♦ Le imprese nazionali possono essere in grado di praticare un prezzo alto sul mercato domestico, ma devono praticare un prezzo basso sulle esportazioni, se i consumatori esteri rispondono maggiormente alle variazioni di prezzo

Dumping (cont.)

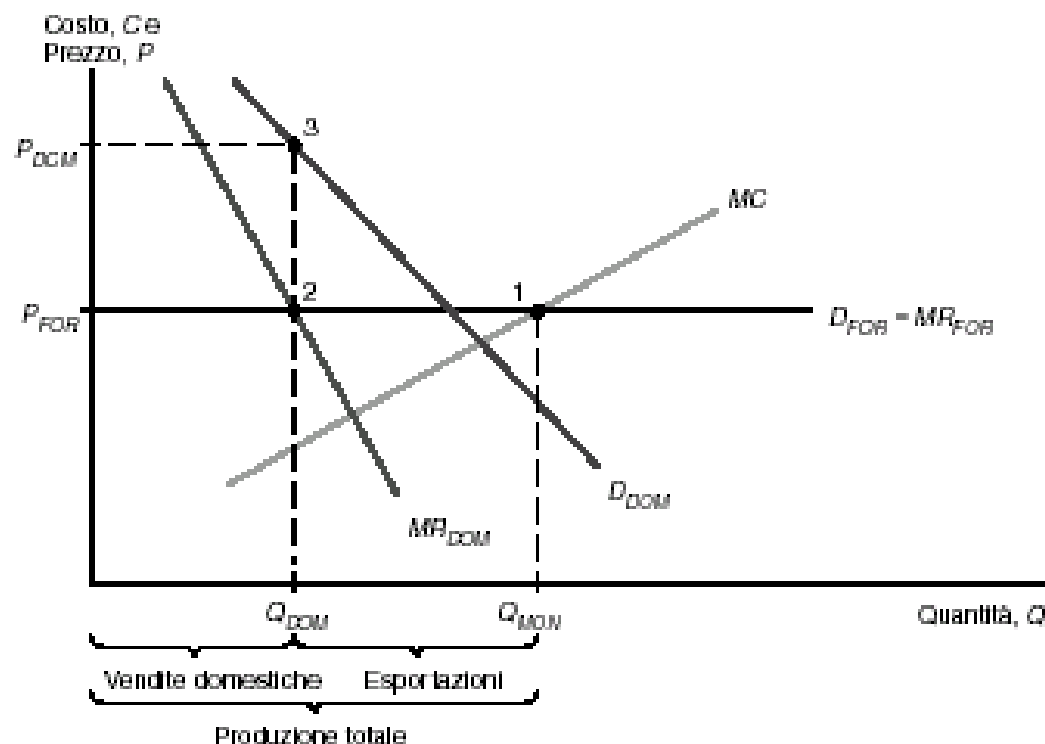
- Possiamo rappresentare graficamente una situazione di dumping in cui l'impresa è monopolista nel mercato domestico, ma agisce in concorrenza perfetta sul mercato estero
 - ◆ Poiché l'impresa è monopolista sul mercato domestico, la curva di domanda in questo mercato è inclinata negativamente e si trova sopra la curva del ricavo marginale
 - ◆ Poiché l'impresa opera in concorrenza perfetta sul mercato estero, la curva di domanda in quel mercato è una retta orizzontale; questo significa che le esportazioni sono molto reattive alle variazioni del prezzo

Dumping (cont.)

FIGURA 6.8

Dumping.

La figura mostra la curva di domanda D_{DOM} che fronteggia un monopolista per le vendite nazionali. Il monopolista può anche esportare la quantità che desidera al prezzo P_{FOR} . Dato che un'unità addizionale può essere sempre venduta a P_{FOR} , l'impresa aumenta la produzione fino a che il costo marginale eguaglia P_{FOR} ; questo livello di output è indicato con Q_{MON} . Dato che il valore del costo marginale corrispondente a Q_{MON} è P_{FOR} , il monopolista vende sul mercato nazionale la quantità che fa eguagliare il ricavo marginale a P_{FOR} ; tale quantità è indicata con Q_{DOM} . La produzione residua, $Q_{MON} - Q_{DOM}$, viene esportata. Il prezzo che i consumatori sono disposti a pagare per acquistare Q_{DOM} è P_{DOM} . Dato che $P_{DOM} > P_{FOR}$, l'impresa esporta a un prezzo inferiore a quello fissato sulle vendite domestiche.



Dumping (cont.)

- Per massimizzare i profitti, l'impresa venderà una quantità limitata del bene sul mercato domestico al prezzo P_{DOM} , mentre sul mercato estero praticherà il prezzo più basso P_{FOR}
 - ♦ Poiché un'unità aggiuntiva può sempre essere venduta a P_{FOR} , l'impresa venderà il bene sul mercato domestico al prezzo più alto P_{DOM} , fino a che il ricavo marginale in quel mercato sarà maggiore di P_{FOR}
 - ♦ Da quel punto in poi, l'impresa venderà sul mercato estero a P_{FOR} fino a che il prezzo raggiungerà il valore del costo marginale
- In questo caso, il dumping è una strategia di massimizzazione dei profitti

Protezionismo e dumping

- Il dumping (come la discriminazione di prezzo nel mercato domestico) è largamente ritenuto una pratica scorretta
- Un'impresa statunitense può appellarsi ad Dipartimento del Commercio, affinché questo stabilisca se il dumping di imprese estere ha danneggiato l'impresa
 - ♦ Il Dipartimento del Commercio può imporre un dazio, o tassa, “anti-dumping”, come precauzione contro possibili danni
 - ♦ Questo dazio è uguale alla differenza fra il prezzo effettivo e il prezzo “equo” delle importazioni, dove per “equo” si intende “il prezzo al quale il bene è normalmente venduto sul mercato domestico dell'impresa produttrice”

Protezionismo e dumping (cont.)

- Quindi, la Commissione Internazionale per il Commercio determina se l'impresa statunitense ha effettivamente subito il danno o se rischia verosimilmente di subirlo
- Se questo è il caso, il dazio anti-dumping rimane in essere.
 - ♦ Si veda http://www.itds.treas.gov/ADD_CVD.htm



Economie di scala esterne

- In presenza di economie di scala esterne, un paese con un settore di grandi dimensioni avrà bassi costi di produzione di quel bene o servizio
- Le economie esterne possono esistere per varie ragioni:

Economie di scala esterne (cont.)

1. Servizi e attrezzature specializzate possono essere necessarie alla produzione del settore, ma vengono forniti dalle altre imprese solo se il settore è grande e concentrato

- ◆ Ad esempio, nella Silicon Valley in California c'è una grande concentrazione di imprese produttrici di microchip, che sono rifornite da imprese che producono macchinari speciali necessari alla realizzazione dei microchip
- ◆ Questi macchinari sono meno costosi e più facilmente reperibili per le imprese della Silicon Valley che per quelle di qualsiasi altra regione



Economie di scala esterne (cont.)

2. **Concentrazione del mercato del lavoro:** un settore grande e concentrato può attrarre un vasto bacino di manodopera, riducendo i costi di ricerca e assunzione dei lavoratori per tutte le imprese
3. **Spillover di conoscenza:** in un settore grande e concentrato, i lavoratori di imprese diverse possono facilmente condividere idee che vanno a vantaggio di tutte le imprese



Economie di scala esterne e commercio

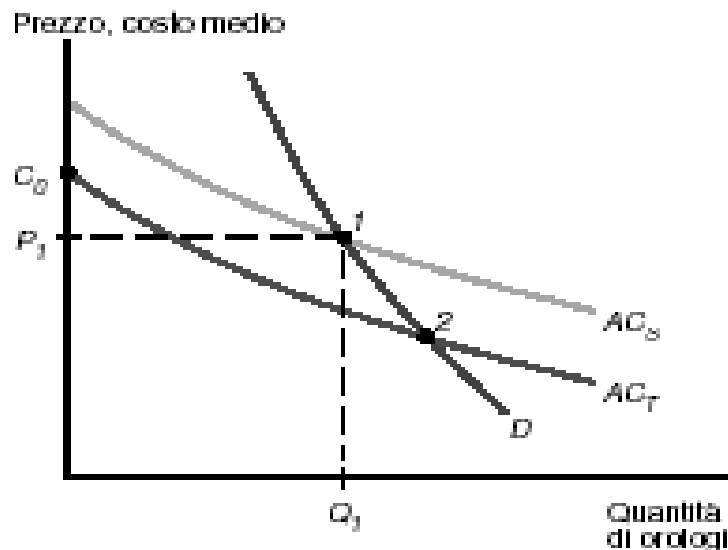
- In presenza di economie di scala esterne, la struttura del commercio può dipendere da incidenti storici:
 - ◆ Paesi che sono inizialmente grandi produttori in determinati settori tendono a rimanere grandi produttori anche se qualche altro paese potrebbe potenzialmente produrre quei beni a costi inferiori

Economie di scala esterne e commercio (cont.)

FIGURA 6.9

Economie esterne e specializzazione.

La curva del costo medio per la Thailandia, AC_T , giace al di sotto della corrispondente curva per la Svizzera, AC_S . Perciò la Thailandia potrebbe potenzialmente soddisfare la domanda mondiale a prezzi più bassi di quelli svizzeri. Tuttavia, se l'industria degli orologi nasce prima in Svizzera, quest'ultima può vendere al prezzo P_1 , che è inferiore al costo C_0 che un'impresa thailandese dovrebbe sostenere se iniziasse a produrre da sola. Perciò il tipo di specializzazione che scaturisce da un incidente storico può mantenersi nel tempo anche quando nuove imprese potrebbero produrre a costi inferiori.





Economie di scala esterne e commercio (cont.)

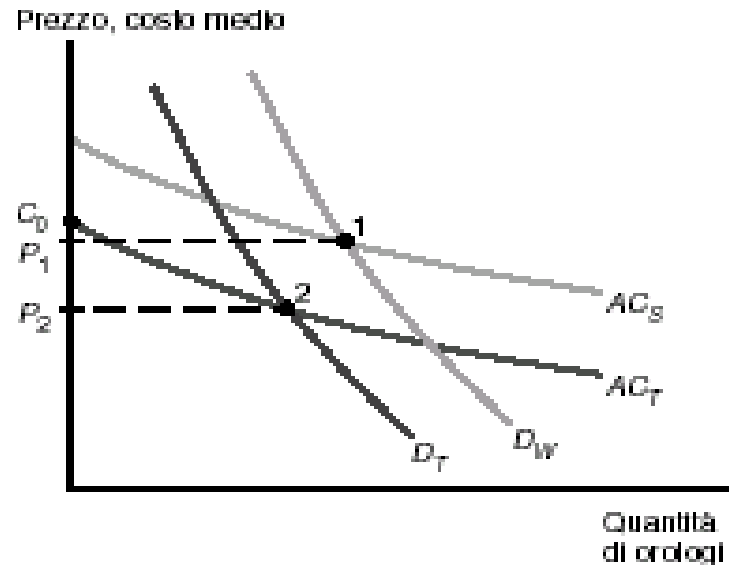
- Il commercio basato sulle economie di scala esterne ha effetti ambigui sul benessere nazionale
 - ◆ Possono prodursi vantaggi per l'economia *mondiale*, grazie alla concentrazione della produzione in settori caratterizzati da economie esterne
 - ◆ Ma non c'è garanzia che la produzione caratterizzata da economie esterne avvenga nel paese “giusto”
 - ◆ Può anche succedere che un paese peggiori la propria condizione in presenza di commercio: un paese potrebbe stare meglio producendo da sé tutti i beni, piuttosto che importandoli

Economie di scala esterne e commercio (cont.)

FIGURA 6.10

Economie esterne e perdite dal commercio internazionale.

In presenza di economie esterne, il commercio internazionale potrebbe peggiorare la condizione del paese rispetto a una situazione di assenza di scambi. In questo esempio, la Thailandia importa orologi dalla Svizzera, che è in grado di soddisfare la domanda mondiale (D_W) a un prezzo (P_1) abbastanza basso da impedire l'entrata dei produttori thailandesi, che dovrebbero sostenere un costo iniziale pari a C_0 . Tuttavia, se fosse la Thailandia a impedire ad altri di rifornire il mercato mondiale, essa potrebbe soddisfare il mercato nazionale (D_T) a un prezzo inferiore (P_2).





Economie di scala esterne e commercio (cont.)

- Abbiamo finora considerato casi in cui le economie esterne dipendono dall'ammontare di *produzione corrente*, in un dato istante nel tempo
- Ma le economie di scala possono anche dipendere dall'ammontare di *produzione cumulata nel tempo*
- Le **economie di scala esterne dinamiche** (rendimenti di scala crescenti dinamici) esistono se i costi medi si riducono quando la produzione cumulata nel tempo cresce



Economie di scala esterne e commercio (cont.)

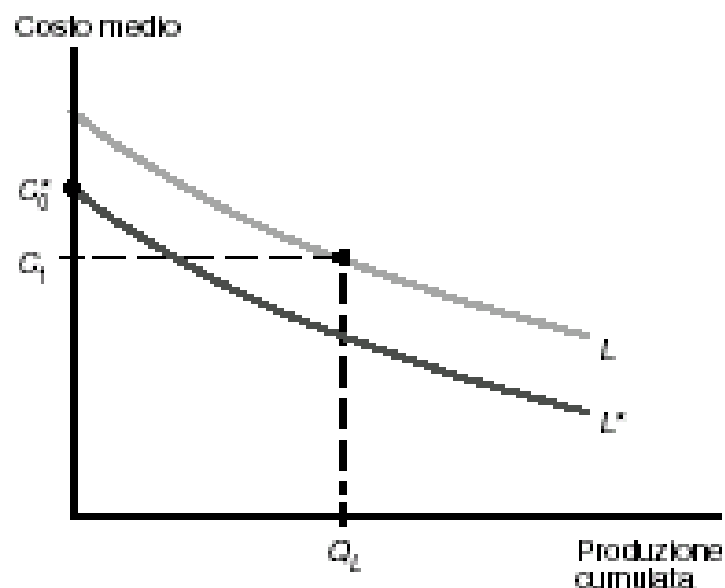
- I rendimenti di scala crescenti dinamici possono esistere se il costo di produzione dipende dall'accumulazione di conoscenza ed esperienze, che varia nel tempo con la ripetizione del processo produttivo
- La rappresentazione grafica dei rendimenti di scala crescenti dinamici è detta **curva di apprendimento**

Economie di scala esterne e commercio (cont.)

FIGURA 6.11

La curva di apprendimento.

La curva di apprendimento mostra che il costo unitario diminuisce all'aumentare della produzione accumulata in un particolare settore nel tempo. Un paese che ha un'ampia esperienza in un settore (L) può avere costi unitari più bassi di un altro paese senza esperienza o con esperienza limitata, anche se la curva di apprendimento del secondo paese (L^*) giace al di sotto di L , per esempio in virtù dei salari più bassi.



Economie di scala esterne e commercio (cont.)

- Come le economie di scala esterne statiche, anche i rendimenti di scala crescenti dinamici possono preservare un vantaggio iniziale in un settore
- Come le economie di scala esterne statiche, anche i rendimenti di scala crescenti dinamici possono essere utilizzati per giustificare il protezionismo
 - ♦ La protezione temporanea dei settori consente alle imprese di fare esperienza: argomento dell'industria nascente
 - ♦ Ma la protezione si protrae spesso per periodi troppo lunghi ed è difficile capire quando esistono effettivamente economie di scala esterne



Riassunto

1. Le economie di scala implicano che i costi medi si riducano al crescere della produzione dell'impresa o del settore
 - ♦ Le economie di scala esterne si riferiscono all'ammontare di produzione del settore
 - ♦ Le economie di scala interne si riferiscono all'ammontare di produzione dell'impresa
2. In concorrenza monopolistica, ogni impresa ha un certo potere di mercato garantito dalla differenziazione del prodotto, ma deve competere con altre imprese, il cui prezzo si assume non essere influenzato dalle decisioni di prezzo dei concorrenti



Riassunto (cont.)

3. Nel modello di concorrenza monopolistica, i guadagni dallo scambio si realizzano grazie ai minori costi e ai minori prezzi, oltre che all'ampliamento della gamma di prodotti disponibili per i consumatori
4. Il modello di concorrenza monopolistica prevede l'emergere di flussi di commercio intra-settoriali e nessuna variazione nella distribuzione del reddito all'interno dei paesi
5. La localizzazione delle imprese è imprevedibile in un modello di concorrenza monopolistica; quest'ultimo prevede invece che paesi con dotazioni fattoriali relative simili diano vita a flussi di commercio intra-settoriale

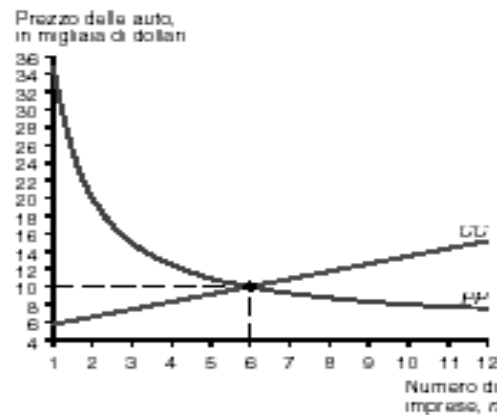


Riassunto (cont.)

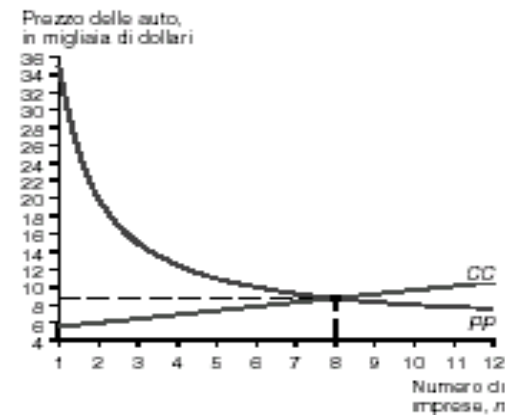
6. Il dumping può essere una strategia di massimizzazione dei profitti quando un'impresa fronteggia concorrenza limitata sul suo mercato domestico, ma forte concorrenza sui mercati esteri
7. Il commercio basato sulle economie esterne può aumentare o ridurre il benessere nazionale; i paesi possono beneficiare di protezione temporanea se i loro settori sono caratterizzati da economie di scala esterne, sia statiche che dinamiche

Equilibrio nel mercato automobilistico.

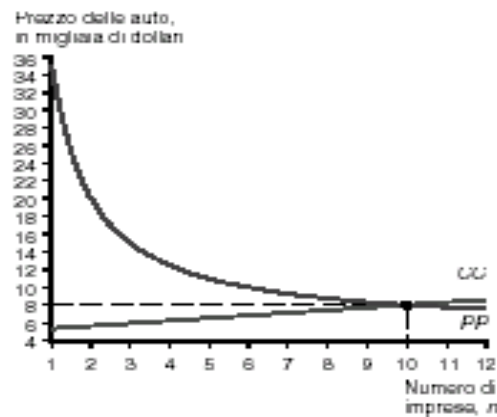
(a) Mercato del paese H: con una dimensione del mercato di 900.000 automobili, l'equilibrio nel paese H, determinato dall'intersezione tra la curva PP e la curva CC, è caratterizzato da 6 imprese e un prezzo pari a 10.000 \$ per auto; (b) mercato del paese F: con una dimensione di mercato pari a 1,6 milioni di auto, l'equilibrio nel paese F è caratterizzato da 8 imprese e un prezzo di 8.750 \$ per auto; (c) mercato internazionale: combinando i due mercati per effetto del commercio internazionale, si genera un mercato integrato di 2,5 milioni di auto, caratterizzato in equilibrio da un numero di imprese pari a 10 e da un prezzo di 8.000 \$ per auto.



(a) Paese H



(b) Paese F



(c) Mercato internazionale

TABELLA 6.1

Relazione fra input e output in un ipotetico settore.

Output	Input totale di lavoro	Input medio di lavoro
5	10	2
10	15	1,5
15	20	1,333333
20	25	1,25
25	30	1,2
30	35	1,166667

TABELLA 6.2

Esempio ipotetico dei guadagni derivanti dall'integrazione dei mercati.

	Mercato del paese A prima degli scambi internazionali	Mercato del paese B prima degli scambi internazionali	Mercato integrato dopo l'apertura degli scambi
Vendite totali di auto	900.000	1.600.000	2.500.000
Numero di imprese	6	8	10
Vendite della singola impresa	150.000	200.000	250.000
Costo medio	10.000	8.750	8.000
Prezzo	10.000	8.750	8.000