

23/10/19

ESEMPIO

Un'impresa CME=CMA=2,5

Quando la produzione cumulata raggiunge $Q=100.000$, il CME=CMA=2

Un'impresa ha già ordini per quest'anno $q=200.000$

Inoltre, ha l'opportunità di partecipare ad un bando di gara, che le consente di produrre ulteriori $q=10.000$

Quale prezzo proporre al bando di gara?

Senza Gara (SG)

Alla fine dell'anno 0, l'impresa avrà una produzione

cumulata $q = 200.000$

I costi medi e totali sono:

CME = 2.5 per le prime 100.000 unità

CME = 2 per le successive 100.000 unità

CTSG = $2.5 (100.000) + 2(100.000) = 450.000$

Con Gara (CG)

L'impresa produrrebbe immediatamente $q = 10.000$,

inoltre, produrrebbe $q = 200.000$, avendo già una

produzione cumulata di $Q = 10.000$. Quindi risulta $q=210.000$

Con la partecipazione alla gara i costi medi e totali sono:

CME = 2.5 per le prime 100.000 unità

CME = 2 per le successive 110.000 unità

CTCG = $2.5 (100.000) + 2(110.000) = 470.000$

Ipotesi: le 10.000 unità per la gara vanno prodotte immediatamente, all'inizio anno. Ricadrebbero quindi nelle unità con CME=CMA=2,5

CMAAttuale=2,5 ovvero il costo marginale effetto di produzione. Se non ci fosse apprendimento CMAAttuale=2,5 è il prezzo più basso ($p=CMA$) che posso permettermi di offrire

Tuttavia c'è effetto apprendimento quindi le decisioni di prezzo devono essere basate sul costo marginale atteso.

$CMA \text{ atteso} = (CTCG - CTSG) / (QCG - QSG)$

$CMA \text{ atteso} = (470.000 - 450.000) / (210.000 - 200.000) = 2$

Il prezzo più basso che l'impresa può proporre al bando di gara è un prezzo $P = 2 = CMA \text{ atteso}$.

Le imprese con effetto apprendimento hanno il vantaggio di poter avere delle perdite contabili nel breve periodo(ovvero le q=10.000 costano in termini di produzione 2,5 ma vengono vendute a 2) che però vengono compensate nel lungo periodo da profitti economici, che tengono in considerazione l'effetto apprendimento.

Diversificazione

• Due tipologie di diversificazione:

1. Correlata
2. Non correlata (impresa conglomerata: produce prodotti diversi che non sono tra di loro correlati)

Le principali spinte alla diversificazione sono:

- a. Ragioni legate all'aumento dell'efficienza dell'impresa, a beneficio degli azionisti (l'impresa aumenta di valore)
- b. Ragioni che rispecchiano le preferenze dei manager
 - a. Diversificazione basata sull'efficienza (ragioni economiche)

Si ottiene con:

1. Presenza di economie di scopo: ovvero vantaggi di costo: CT si riducono se la produzione è congiunta
2. Mercato interno dei capitali: riguarda l'allocazione del capitale operativo all'interno dell'impresa, in contrapposizione alla raccolta di fondi all'esterno dell'impresa, attraverso debito e mercato azionario. Per esempio, attività tra loro diverse (diverse produzioni) possono avere gradi diversi di liquidità (e di rischiosità) che l'impresa può sfruttare per migliorare l'utilizzo e l'efficienza delle risorse finanziarie.

Un possibile esempio di tale tipo di efficienza, ottenuta tramite la diversificazione è riconducibile al paradigma Boston Consulting Group (BCG)

Si tratta di una strategia di crescita realizzata attraverso:

- Diversificazione
- Curva di apprendimento
- Ciclo del prodotto

Tale paradigma è rappresentabile con una matrice su cui si basa il paradigma BCG:

vedi tabella pag.56

La quota di mercato riguarda la quota di mercato del prodotto analizzato rispetto al principale concorrente.

La crescita del mercato riguarda la domanda (i consumatori) attesa per il prodotto oggetto di analisi, che a sua volta dipende dalla fase del ciclo del prodotto (alta crescita: fasi iniziali, bassa crescita: fase di maturità)

Ciascuna impresa deve collocare i propri prodotti in tale matrice in modo che il mercato interno dei capitali funzioni in questa maniera: i prodotti che si trovano nella cella cash cow rappresentano la banca infatti sono quelli che offrono capitale ai prodotto in crescita (raising star e problem child)

Alla fine del ciclo cash cow diventano dog ed escono dal mercato, mentre saranno i raising star diventano nuovi cash cow.

Limiti della strategia BCG

1. Difficoltà di stima della crescita attesa della domanda (problema di collocazione della riga)
2. I prodotti problem child, sono prodotti che potrebbero non diventare mai profittevoli e quindi trasformarsi in Dog, anziché cash cow.
3. Ruolo della direzione centrale del banchiere dell'impresa: si assume che la direzione centrale di un'impresa faccia da banchiere, ma non è detto che tale attività sia svolta in maniera efficiente. In realtà esistono burocrazia, lobby, attività di pressione, poca informazione che impediscono alla direzione centrale di movimentare capitali tra le divisioni.

b. Ragioni manageriali a favore della Diversificazione

- La separazione tra proprietà e gestione porta alla presenza di ragioni "manageriali" per la diversificazione, non per ragioni di efficienza finanziaria ma perché conviene alla direzione centrale (C.d.A)
- Studi empirici mostrano alcune possibili ragioni manageriali:
 1. Prestigio / importanza / fama (Jensen)
 2. La possibilità di entrare nei CDA di altre imprese. Gli amministratori delegati (CEO) di imprese diversificate hanno maggiore probabilità di essere nei C.d.A. di altre imprese (Avery, Chevalier, Schaefer). (effetto network)
 3. Benefit / compensi maggiori per manager di imprese diversificate (Reich)
 4. Diversificazione all'interno dell'impresa consente la riduzione del rischio di perdita >>> ovvero, si riduce il rischio di licenziamento.

Cap. 3. Confini verticali dell'impresa

Ragioni a favore BUY

1. Sfruttano le economie di scala e di apprendimento.
2. Evitano la burocrazia

Ragioni a favore MAKE

1. Evitare i costi di transazione/contrattazione/negoziazione legati all'incompletezza dei contratti

BUY

1. Sfruttamento delle economie di scala e di apprendimento
 - Un'impresa verticalmente integrata produce solo per soddisfare le proprie esigenze, cioè ha una dimensione piccola rispetto alla dimensione di mercato. Se tale impresa riesce a trovare un mercato buy fornitori più grandi riesce a ottenere prezzi vantaggiosi, sfruttando le economie di scala dei fornitori.
 - Un'impresa di mercato invece producendo per più imprese può raggiungere la DOM.
 - I minori costi medi dell'impresa esterna si traducono in prezzi di vendita minori solo se il

mercato è competitivo e perciò solo in tal caso vi è un vantaggio nel ricorrere ad un fornitore esterno.

•Se la produzione attesa è inferiore a A^* (rappresenta la DOM), conviene ricorrere al mercato (sfruttare le economie di scala), sotto l'ipotesi che sul mercato vi sia un qualche produttore efficiente che raggiunge il minimo dei CME e quindi offra un prezzo di vendita più basso

2. Evitare la burocrazia. Un'impresa verticalmente integrata si caratterizza per alti costi della burocrazia, che sono: I. COSTI DI AGENZIA: costi di monitoraggio e II. COSTI DI INFLUENZA

Costi di agenzia: costi legati al controllo dei lavoratori e dei processi produttivi. Tali costi sono tanto più alti quanto più alta è la probabilità di shirking (comportamenti infedeli, opportunistici)

Con alti costi di agenzia si preferisce BUY, anziché MAKE.

Costi influenza/lobby: sono costi legati ad attività di spinta sulla direzione centrale affinché avvantaggino ad alcune divisioni anziché altre.

Le imprese integrate verticalmente hanno costi di lobbying molto alti all'aumentare delle divisioni.

Se i costi di influenza sono troppo alti si preferisce BUY anziché MAKE.

6/11

CAP.4 INTEGRAZIONE VERTICALE

GROSSMAN, HART E MOORE

Arricchiscono tale teoria con il concetto di DIRITTI RESIDUALI DI CONTROLLO O DIRITTO DI PROPRIETÀ RESIDUALE.

Data l'incompletezza dei contratti, chi assume le decisioni in tutte quelle fattispecie non previste dal contratto?

Il detentore del diritto di controllo/proprietà è colui che assume decisioni quando il contratto non prevede nulla

Es. contratto noleggio di una fotocopiatrice

Nel momento in cui si rompe e ipotizzando che il contratto non prevede nulla → sarà il proprietario che ha un interesse immediato sul bene ad attivarsi per la riparazione.

In un mondo ideale dove i contratti sono completi, è indifferente chi sia il proprietario piuttosto che l'affittuario.

Il contratto prevede già tutte le eventualità

- Modello GHM sui confini verticali dell'impresa (articolo moodle Aghion)

2 imprese

Impresa 1 che produce il bene finale

Impresa 2 che produce un bene intermedio

Nessuna impresa ha outside option

Il consumatore valuta il bene finale dell'impresa 1 un valore V

L'impresa 1 ha la possibilità di fare un investimento che migliora la qualità del suo prodotto tale investimento costa 5.

Se l'investimento è effettuato $V=40$ se l'investimento non è effettuato $v=32$

L'impresa 2 ha la possibilità di effettuare un investimento che permette di ridurre i costi di produzione dell'impresa

Tale investimento costa 5

Se l'investimento è effettuato il CME=10

Se l'investimento NON è effettuato il CME=16

?: Gli investimenti saranno effettuati?

Ci sono 4 scenari a disposizione:

Scenario A: 1 e 2 fanno l'investimento

Definiamo surplus totale= valutazione del consumatore – costi totali

$STa = V - CME2 - I1 - I2 = 40 - 10 - 5 - 5 = 20$ → la collettività sta bene

Definiamo beneficio o benefit dell'investimento= il vantaggio associato all'investimento, diverso per ciascuna impresa

Scenario B: né 1 né 2 investono

$$ST_b = V_b - CME - I_1 - I_2 = 32 - 16 - 0 - 0 = 16$$

$$B_1(B) = 0$$

$$B_2(B) = 0$$

$$BT_b = 0$$

Scenario C: solo 1 investe

$$ST_c = VC - CME_2 - I_1 - I_2 = 40 - 16 - 5 - 0 = 19$$

$$B_1(c) = V_1 - V_{ni} = 40 - 32 = 8$$

$$B_2(c) = 8 + 0 = 8$$

Scenario D: solo impresa 2 investe

$$ST_d = 32 - 10 - 5 - 0 = 17$$

$$B_1(d) = 0$$

$$B_2(d) = 16 - 10 = 6$$

$$BT_d = 6$$

La decisione di investire o meno può essere rappresentata come gioco simultaneo in forma normale

	Investe	Non investe
Investe	SCENARIO A	SCENARIO C
Non investe	SCENARIO D	SCENARIO B

Ipotizziamo che il pay off per l'impresa i nello scenario j sia dato da :

$$\pi_{ij} = BT_{ij} / 2 - I_{ij}$$

Nello scenario A

$$\pi_{1a} = 14/2$$

$$\pi_{2a} = 14/2 - 5 = 2$$

	Investe	Non investe
Investe	2; 2	-1; 4
Non investe	3; -2	0; 0

Nello scenario C:

$$\pi_{1c} = -1$$

$$\pi_{2c} = 4$$

Equilibrio di nash: [impresa 1 N. investe; Impresa 2 N. investe]

Date tutte le nostre ipotesi, lo scenario B emerge come equilibrio

Si tratta dello scenario meno appetibile: dove il ST è il più basso e il BT è nullo

Questa situazione è molto simile al dilemma del prigioniero: in assenza di coordinamento la soluzione cui si giunge è quella meno preferibile da un punto collettivo.

Il problema nasce dal problema della deviazione (non rispetto dell'accordo) : in teoria si possono accordare per investire entrambe (payoff $2 > 0$), ma data l'incompletezza di contratti vi è il rischio che un adella due imprese non rispetti l'accordo e l'impresa che ha effettuato l'investimento (che rispetta l'accordo), si ritrova con un payoff negativo. → fallimento del mercato

Il contributo di GHM è nell'individuare una possibile soluzione a tale dilemma → il ruolo della proprietà

GHM sostengono che modificando i confini verticali dell'impresa (ovvero con l'integrazione verticale), gli investimenti saranno fatti

Se l'impresa 1 acquisisce l'impresa 2 (integrazione a valle) la nuova proprietà avrà incentivo ad effettuare l'investimento dell'impresa 1 (sicuramente), mentre non è detto che vi sia incentivo a effettuare anche l'investimento dell'impresa 2. Quindi si delinea lo scenario C che è comunque preferibile allo scenario B.

$(ST_C > ST_B; BT_C > BT_B)$

Se invece è l'impresa 2 ad acquisire l'impresa 1 (integrazione a monte) con certezza la proprietà farà l'investimento dell'impresa 2 → si delinea lo scenario D

$(ST_D > ST_B; BT_D > BT_B)$

SI Può risolvere il problema del prigioniero, di sotto investimento, ricorrendo all'integrazione verticale

In generale vale che il soggetto il cui investimento è più produttivo (più alto benefit) sarà colui che deciderà di acquisire la proprietà delle attività.

Nel nostro esempio è l'impresa 1 ad avere l'investimento più produttivo, ($B_1=8$ mentre $B_2=6$) quindi emergerà con maggiore probabilità lo scenario C (impresa 1 acquisisce l'impresa 2)

13/11

Franchising

- Gioco sequenziale

Massimizziamo i profitti dei rivenditori

$$\Pi_{Riv} = (P - C_{meRiv})Q = (131Q/100 - w)Q$$

$$d\Pi_{Riv} / dQ = 0 \rightarrow 1312Q/100 - w = 0 \rightarrow Q^* = (131-w)50 \text{ e } P^* = (131+w)/2$$

- Il produttore conosce Q^* e P^* (informazione perfetta) e max profitto prod

$$\text{Profitto prod} := wQ - 11Q + F$$

In generale F deve essere tale da lasciare profitto al rivenditore

$$F \leq \Pi_{Riv}$$

$$\Pi_{Riv}^* = (P^* - w)Q^* = 25(131-w)^2$$

IPOSTIZIAMO che sia sufficiente che

Profitto riv – F=100

Quindi il produttore maxprofitto prod= $\Pi_{\text{Prod}}^* = (w-11)Q^* + F^* = (w-11)50(131-w) + 25(131-w)^2 - 100$

3) ALLEANZE STRATEGICHE E JOINT VENTURE

- Alleanze=Accordi di collaborazione tra imprese, in occasione di transazioni complesse
- Joint venture=una nuova entità

20/11

Bundling o tying

- Bundling puro solo vendita abbinata
- Bundling misto sia vendita abbinata sia separata

Perché utilizzare bundling?

- Barriere entrata
- Profitti più alti

1A. Esempio di bundling puro per ottenere maggiori profitti

- 2 tipologie di clienti che si distinguono nella valutazione dei 2 beni
- Impresa che produce sia A sia B massimizza il profitto
- $CMA=CME=0$
- $\Pi = p_a \cdot q_a + p_b \cdot q_b - 0$
- L'impresa può decidere se vendere i prodotti in modo abbinato o in modo separato, in modo da ottenere il profitto più alto
- Scenario A: vendita separata
 - Il bene A è acquistato da entrambi i clienti perché entrambi i clienti hanno un prezzo inferiore alla valutazione per $P=4; \pi$
 - Se $P_b=5; \pi=100$ entrambi i clienti comprano
 - Se $P_b=7; \pi=7$ solo il cliente 2 compra
 - Quale P_a e P_b scegliere?
 - Se $P_b=5$ e $P_a=4$ i profitti sono massimizzati
 - Qualunque altra combinazione di prezzo non massimizza i profitti
- Scenario B: Bundling puro
 - Il cliente 1 è disposto a pagare $7+5=12$
 - Il cliente 2 è disposto a pagare $4+7=11$
 - Quale assicura il profitto più alto?
 - Se $P=12$ solo il cliente 1 acquista il pacchetto
 - Se $P=11$ entrambi comprano
 - Il profitto più alto si ha con $P_p=11$ e quindi l'impresa sceglie questo prezzo
- La vendita abbinata pura assicura profitti più alti
- Tale risultato è sempre vero se le valutazioni dei consumatori sono negativamente correlate, ovvero il consumatore che valuta di più un prodotto è anche quello che valuta meno l'altro prodotto
- Controesempio: se le valutazioni fossero le seguenti, il bundling puro non assicura profitti più alti

	1	2
a	7	4

b	6	5
---	---	---

1B. Esempio di bundling misto

- Il produttore offre tre opzioni: solo a, solo b, a+b
- Il bundling misto assicura di solito profitti più alti se
- Le valutazioni dei consumatori sono almeno debolmente correlati negativamente

22/11/19

Cap 12 pdf su moodle

- Bundling permette di massimizzare i prezzi
- È una barriera strategica all'entrata → funziona se messa in atto da un'impresa monopolistica da mercati affini minacciati da entrata
- Esempio: monopolista che lavora in più mercati affini e in uno di questi c'è una minaccia di entrata
 - Mettiamo a confronto 3 scenari:
 - Scenario A: vendita separata e senza entrata
 - Scenario B: vendita separata e entrata
 - Scenario C: bundling puro e no entrata (BUNDLING COME BARRIERA)
 - Scenario A: il monopolista (incumbent) ha la segmentazione struttura costi e prezzi
 - Scenario B: entrata accomodata, il monopolista non fa niente: arriva un monopolista nel mercato della carta ma non nel mercato dei post-it. Rispetto al caso A c'è una diminuzione della quantità e del prezzo.
 - Punto di vista entrante, facendo ipotesi su prezzi, costi e quantità

	p	cme	Q
carta	7,7	7,7	0.8

Cattura una parte di mercato. I profitti dell'entrante sono 0 almeno nel bp.

- Scenario C: il p del pacchetto deve essere tale che: il prezzo del post-it non cambia (rimane 30), il prezzo della carta deve essere posto poco al di sotto del CME dell'entrante: $P_{carta} < 7,5$.

	p	cme	Q
Post it	30	15	1 mil
carta	7	5	

- Profitti del monopolista maggiori rispetto allo scenario B
- Profitti dell'entrante diventano negativi e l'entrante non entra
- $\Pi_c^{mon}: (37 - 15 - 5)1 = 17$
- I profitti dell'entrante sono minori di 0. L'entrante perciò non entra
- L'incumbent può sfruttare il potere di monopolio in un settore affine (post-it)
- Vi è info perfetta sulla struttura dei costi dell'entrante
- L'incumbent deve essere almeno tanto efficiente quanto l'entrante ($Cme^{inc} < cme^{entr}$)

RENT-SEEKING

- la decisione di entrata in un mercato piccolo, in grado di consentire la sopravvivenza di una sola impresa e che non avrà mai una dimensione tale da rendere sostenibile la sopravvivenza di due imprese contemporaneamente
- esempio:

- se entra uno solo: profitti=16
- se entrano entrambi: profitti=6
- l'impresa che non entra profitti=0
- investimento iniziale=-10
- gioco in forma normale/simultaneo
- rappresentazione del gioco in forma simultanea
- 2 equilibri di nash che a priori non sappiamo quale dei 2 si realizzerà:
in una situazioni di questo tipo c'è spazio per attività di rentseeking: ovvero una delle due imprese rinuncia a parte dei propri profitti trasferendoli al governo / regolatore locale con il fine di ottenere legalmente il diritto esclusivo di entrata
 - le 2 imprese spenderanno soldi per attività di lobby
 - Al limite, si ottiene che l'impresa vincitrice spende tutta la sua rendita per attività di pressione (di cattura del regolatore)

ENTRATA PREVENTIVA

- La decisione riguarda il quando entrare
- Van = payoff
- Un'entrata così prematura in un mercato ancora troppo piccolo che non assicura payoff positivi. Sarebbe ideale aspettare perché c'è competizione/corsa all'entrata

RENT SEEKING

→ spreco di risorse per lobbying

ENTRATA PREVENTIVA

→ spreco di risorse è causata dalla fretta

MERCATI CONTENDIBILI

- Sotto ad alcune ipotesi:
 - Entrata mordi e fuggi (hit and run): bassi costi di investimento in entrata, bassi costi di uscita, basti costi irrecuperabili)
 - Basse barriere di entrata e uscita
- Vi è la possibilità che il mercato sia contendibile, ovvero l'incumbent, anche se da solo, per paura dell'entrata hit and run fisserà dei prezzi bassi, quasi concorrenziali.
- In realtà mercati contendibili puri sono raramente osservabile, per Usa sembrerebbe esserci un mercato contendibile nelle compagnie aeree.

ECONOMIA DEL JUDO

- Il piccolo entrante è aggressivo e pericoloso dell'entrante
- Il principio economico sottostante è la distruzione del ricavo: quando i prezzi si abbassano, a parità di tutto, le imprese più grandi sono quelle che perdono più fatturato.
- La dimensione dell'area D è tanto maggiore quanto più grande è l'impresa (quanto maggiore è qa), a parità di variazione di prezzo.
- Il piccolo ha distrutto il ricavo del grande.
- La distruzione di ricavo ha prevalso sull'aumento di nuovo ricavo
- Uscita dal mercato dell'incumbent