

Lezioni di Economia dell'organizzazione

Prof. Pier Angelo Mori

a.a. 2017-18

(7 dicembre 2017)

Indice (Parte II del Corso)

1	La separazione di titolarità e controllo nell'impresa moderna.....	2
2	L'impresa in concorrenza perfetta	3
2.1	Autarchia	3
2.2	Concorrenza perfetta, nozioni di base	6
2.3	Equilibrio dell'economia in concorrenza perfetta	8
2.4	I benefici della cooperazione attraverso il mercato: vantaggio comparato e specializzazione	10
3	Il "Teorema di separazione" neoclassico	14
3.1	La massimizzazione del profitto come obiettivo dell'impresa	14
3.2	Massimizzazione del profitto e benessere sociale; I teorema dell'economia del benessere	17
4	Quando la natura e gli obiettivi dei titolari d'impresa contano: monopolio	18
5	Se non c'è "separazione" si può parlare di obiettivi di impresa e in che senso?	21
6	Obiettivi diversi dal profitto: teorie manageriali dell'impresa.....	24
7	Obiettivi diversi dal profitto: responsabilità sociale d'impresa (RSI)	27
7.1	L'impresa assoggettata a RSI	27
7.2	La critica di Friedman.....	31
8	Impresa e altruismo: l'impresa non-profit	33
8.1	Il non-profit: nozione.....	34
8.2	Comportamenti altruistici e beni pubblici	34
8.3	L'imprenditore non-profit di tipo caritativo	37
9	Sintesi e conclusioni	43
	Appendice	44
	Bibliografia	45

La II parte del corso ha come oggetto principale di studio l'imprenditore (titolare d'impresa). Le sfaccettature di questo tema sono numerose e qui non possiamo affrontarle tutte, neanche sommariamente. Ci concentriamo pertanto su una in particolare: le funzioni dell'imprenditore nella governance dell'impresa. Poiché nella gestione intervengono anche i manager, all'interno della struttura di governance dell'impresa i titolari interagiscono tra loro (nell'impresa associata) e con i manager. Dunque l'indagine tocca il ruolo degli obiettivi (preferenze) dei titolari, i conflitti d'interesse al loro interno e i conflitti d'interesse tra essi e i manager. In particolare cercheremo di dare risposta ad alcune domande di fondo, che sono propedeutiche a ogni indagine sull'imprenditore:

- a) Qual è il ruolo dell'imprenditore (titolare/i d'impresa) nella gestione, ovvero nel determinare i comportamenti dell'impresa?
- b) Che rilevanza hanno natura e obiettivi degli imprenditori?
- c) Ha senso parlare di obiettivi dell'impresa?

Questi temi sono affrontati nell'ottica dell'economia politica, guardando soprattutto alle relazioni tra impresa da una parte e mercato e società circostante dall'altra.

Ribadiamo che il nostro è uno studio preliminare sull'imprenditore dal punto di vista economico, che tralascia per motivi di spazio temi importanti come ad esempio: imprenditore e rischio, imprenditore e innovazione, il manager imprenditore, l'imprenditore e i finanziatori esterni, e altri ancora.

1 La separazione di titolarità e controllo nell'impresa moderna

- Cosa significa “titolarità d’impresa”, ovv. essere imprenditore? Gli elementi di base sono:
 - avere capacità/potere/diritti di controllo (comando, direzione),
 - avere diritto al residuo, ovvero ad appropriarsi del profitto durante la vita della società e del patrimonio netto pro-quota allo scioglimento.

Queste prerogative sono solitamente presenti in modo congiunto, come nelle società capitalistiche e mutualistiche, ma non sempre (in NP controllo mai associato a un diritto al residuo).

Nota terminologica: In italiano **controllo**, oltre al significato di “comando/direzione”, può avere anche il significato di “verifica” o simile. I due significati di base sono esemplificati dalle frasi: “avere il controllo della situazione” e “controllare cosa Tizio sta facendo”. Avere il controllo nel primo significato vuol dire avere dominio, supremazia, qualcosa di simile al potere. In queste lezioni useremo il termine esclusivamente in questo senso (che corrisponde a *control* in inglese, dove il significato di “verifica” e simili è assente).

- Nella grande società per azioni l’imprenditore (il titolare formale dell’impresa, *firm owner* in inglese, cioè il socio) non gestisce più direttamente l’impresa come era avvenuto per buona parte dell’800, nella prima fase del capitalismo. Con il frazionamento della titolarità sorge un ceto di impiegati specializzati nella gestione delle imprese, che vanno a costituire quello che oggi in tutte le lingue va sotto il nome di management. Si afferma dunque come dominante lo schema organizzativo basato sulla suddivisione delle funzioni di controllo all’interno dell’impresa in due strati gerarchicamente ordinati: il management, che ha sempre la prerogativa della gestione operativa, giorno per giorno, dell’impresa ed è subordinato ai soci, che talvolta (ma non sempre) svolgono funzioni effettive di controllo di ultima istanza e di decisione delle politiche generali dell’impresa. È questa la cosiddetta separazione di titolarità e controllo (“separation of control and ownership”).

NB: Anche nelle istituzioni non-profit di grandi dimensioni tende a riproporsi questo schema, con la funzione di controllo divisa tra più soggetti, i controllori di ultima istanza (che in questo caso però non sono titolari d’impresa in senso stretto, cioè owner) e il management.

- Chi ha il controllo sostanziale? Gli azionisti hanno il controllo formale (potere di voto nell’assemblea dei soci, che è l’organo decisionale di ultima istanza nella struttura di governance) ma non sempre hanno poteri sostanziali di controllo: potere formale e potere sostanziale si dividono. La forma estrema è la public company dove, a causa della dispersione delle azioni, non c’è nessun azionista e neanche un sindacato (coalizione) di maggioranza.

- Il problema della separazione di controllo e titolarità ha suscitato un intenso dibattito in campo economico e giuridico a partire dagli anni '30 del '900. Grosso modo, ci sono tra gli economisti due posizioni al riguardo:
 - La separazione è un male (il mancato controllo del management da parte dei titolari porta a un inefficiente uso delle risorse interne → Berle e Means (1932) e le teorie manageriali: Williamson (1963, 1964), Marris (1964), ecc., cfr. avanti par. Lezione 8).
 - La separazione è un bene (maggiore liquidità dell'investimento individuale nell'impresa → Alchian (1965),¹ Alchian e Demsetz (1972), Fama e Jensen (1983), ecc.).

2 L'impresa in concorrenza perfetta

- Per affrontare il tema degli obiettivi dell'impresa partiamo da una economia ideale dove il problema degli obiettivi e dell'organizzazione d'impresa acquista una dimensione particolare: ci riferiamo alla concorrenza perfetta. Di questa conosciamo già diverse cose dalla microeconomia di base. In quel che segue dovremo talvolta usare concetti e risultati già acquisiti nel corso di microeconomia: questi ci limiteremo a richiamarli velocemente, rinviando alle trattazioni di base per maggiori dettagli. In qualche caso invece c'è bisogno di una trattazione diversa da quella di base e qui ci soffermeremo maggiormente.
- L'analisi di questo paragrafo si concentra sull'impresa classica dove non c'è separazione tra funzione di indirizzo/controllo di ultima istanza e funzione di gestione operativa (management), di cui abbiamo parlato al par. 1. In altre parole, come nelle imprese capitalistiche di prima generazione qui facciamo riferimento a un imprenditore che fa tutto: dirige e gestisce giorno per giorno (o delega a un management che esegue puntualmente le direttive).

2.1 Autarchia

- Cominciamo con lo studio di un'economia diversa dalla concorrenza perfetta, la cui analisi è funzionale alla comprensione di aspetti fondamentali di quest'ultima: il presente paragrafo è dunque una premessa necessaria all'analisi della concorrenza perfetta dei successivi paragrafi di questo capitolo. Il tema è l'auto-produzione, la quale nella teoria economica è spesso riferita alla figura letteraria di Robinson Crusoe, un personaggio di naufrago creato da Daniel Defoe agli inizi del '700. La domanda di base è: come sono prese le decisioni di produzione e consumo in un'economia autarchica dove si consuma solo quello che si produce in proprio (come appunto sull'isola di Robinson Crusoe)?
- Supponiamo ci siano solo due beni di consumo e un solo individuo. L'individuo, che ipotizziamo si chiami A, ha delle preferenze riguardo ai beni, sintetizzate dalle usuali funzioni di utilità $U_A(x_{1A}, x_{2A})$, e ha anche delle risorse per produrre i due beni (tempo da destinare al lavoro, capacità e conoscenze tecniche,

¹ "It can be a good thing", come dice Alchian (1965, p. 827).

strumenti di produzione), in quantità date. Invece di specificare il processo, come è usuale in microeconomia, qui ci concentriamo sui risultati dell'attività lavorativa. Date le risorse disponibili, non ulteriormente specificate, ci sono delle quantità dei due beni che sono ottenibili e altre – troppo grandi – che non lo sono. Questo tipo di informazione è sintetizzato dall'*insieme di produzione*, come Y_A in Figura 1: tutti i punti (x_{1A}, x_{2A}) al suo interno sono realizzabili, quelli all'esterno non lo sono. La curva di confine è detta *frontiera di produzione* (efficiente).² Un modo conveniente di descrivere Y_A è proprio attraverso la frontiera: se è data questa curva, l'insieme di produzione altro non è che l'insieme dei punti su questa e di tutti i punti dominati in senso paretiano da un punto sulla frontiera (in pratica: se un punto appartiene alla frontiera, questo fa parte dell'insieme di produzione, cioè è realizzabile, e lo sono anche tutti punti che si ottengono da questo riducendo una o entrambe le quantità). Per comodità consideriamo il caso in cui le frontiere efficienti sono rappresentabili mediante una funzione come $f(x_{1A})$.

Attenzione: La $f(x_{1A})$ non è la funzione di produzione che conosciamo dalla micro (la funzione di produzione dice quanto di ciascun bene si ottiene con gli input di produzione: $x_i = F(L, v_1, v_2, \dots)$, dove L è il lavoro immesso nella produzione, e v_j sono le quantità dei beni strumentali di varia natura, ma dalle funzioni di produzione si possono derivare le frontiere efficienti, come ad es. è illustrato in Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993, par. 29.9).

- Il problema di Robinson è:

$$\max_{x_{1A}, x_{2A}} U_A(x_{1A}, x_{2A}) \quad (1)$$

sub

$$x_{2A} = f(x_{1A})$$

² Sono in uso anche altri termini: frontiera delle possibilità di produzione, frontiera/curva di trasformazione, ecc.

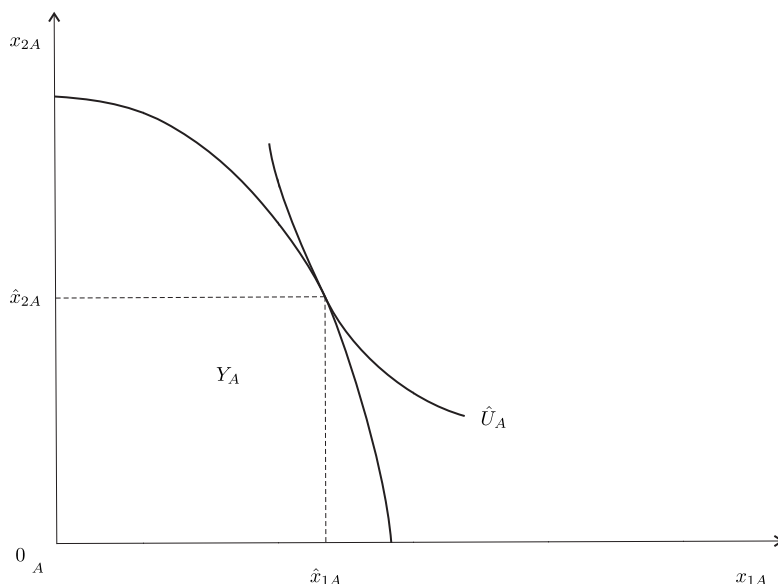


Figura 1: L'equilibrio di produzione e consumo in autarchia

- Geometricamente si tratta di trovare un punto di tangenza tra la frontiera di produzione e una curva di indifferenza come $\hat{U}_A$ (come sappiamo, ci sono infinite altre curve, sopra e sotto quella tracciata, ma questa è la più alta raggiungibile).

Analiticamente la condizione del prim'ordine del problema di massimo (1) di sopra (per equilibri interni) è

$$\frac{\partial U_A}{\partial x_{1A}} + \frac{\partial U_A}{\partial x_{2A}} f'(x_{1A}) = 0$$

ovv.

$$-\frac{\frac{\partial U_A}{\partial x_{1A}}}{\frac{\partial U_A}{\partial x_{2A}}} = f'(x_{1A})$$

(il primo è il saggio marginale di sostituzione al consumo, ovv. la pendenza delle curve di indifferenza, e il secondo è il saggio marginale di sostituzione alla produzione, ovvero la pendenza della curva di trasformazione).

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993: par. 29.1-5.³

³ Trattazioni elementari di questo tema si trovano in ogni manuale di microeconomia: il riferimento indicato è dunque solo uno tra i tanti disponibili.

2.2 Concorrenza perfetta, nozioni di base

- Un'economia è *perfettamente concorrenziale* quando tutti i soggetti comprano e vendono agli stessi prezzi – un prezzo per ciascun bene – e questi prezzi sono per essi costanti e dati, p_1, p_2 . In altre parole, quando tutti i soggetti sono *price-taker* (ci sono diverse circostanze dell'ambiente che rendono plausibile l'ipotesi di *price-taking*, tipicamente il peso molto piccolo di ciascun agente rispetto al mercato complessivo: qui tralasciamo la questione e rimandiamo chi fosse interessato a un qualsiasi manuale di microeconomia). Inoltre nei modelli usuali si suppone che:
 - tutte le quantità consumate vengono acquistate e tutte le quantità prodotte sono vendute sul mercato;
 - gli agenti sono razionali, ovv. massimizzano le proprie funzioni obiettivo, che sono le funzioni di utilità per i consumatori e la funzione di profitto per le imprese;
 - dunque le imprese in questo tipo di analisi massimizzano il profitto;
 - infine la titolarità delle imprese è divisa in quote che sono distribuite tra i consumatori. Detto altrimenti, dietro le imprese ci sono i consumatori nel ruolo di titolari, singoli o associati. Sono titolari nel senso classico del controllo più diritto al residuo e questo significa che una parte della capacità di spesa dei consumatori è rappresentata dai redditi che derivano dalla partecipazione nelle imprese dell'economia.

NB: perché abbia senso tutto questo è necessario che esistano almeno due soggetti che possono scambiare liberamente (altrimenti non si potrebbe parlare di mercato); stiamo dunque parlando di una situazione radicalmente diversa dall'autarchia di cui abbiamo parlato precedentemente.

- Partiamo dal problema di scelta individuale del consumatore, che è il blocco di base della teoria, facendo riferimento al caso particolare in cui ogni consumatore è anche titolare di una tecnologia (insieme) di produzione, ovvero di un'impresa nel senso in cui il termine è qui usato. Cosa fanno gli individui $i = A, B$ in concorrenza perfetta ovv. quali sono i problemi di massimo che risolvono? Ciascun individuo come produttore massimizza il profitto e individua una produzione ottimale, (y_{1i}^*, y_{2i}^*) . Poi, con i redditi che da essa deriva, va sul mercato e si compra quel che desidera, ovvero:

$$\max_{x_{1i}, x_{2i}} U_i(x_{1i}, x_{2i}) \quad (1)$$

sub

$$p_1 x_{1i} + p_2 x_{2i} = \Pi_i = p_1 y_{1i}^* + p_2 y_{2i}^*$$

- Il problema è rappresentabile graficamente come nella figura seguente.

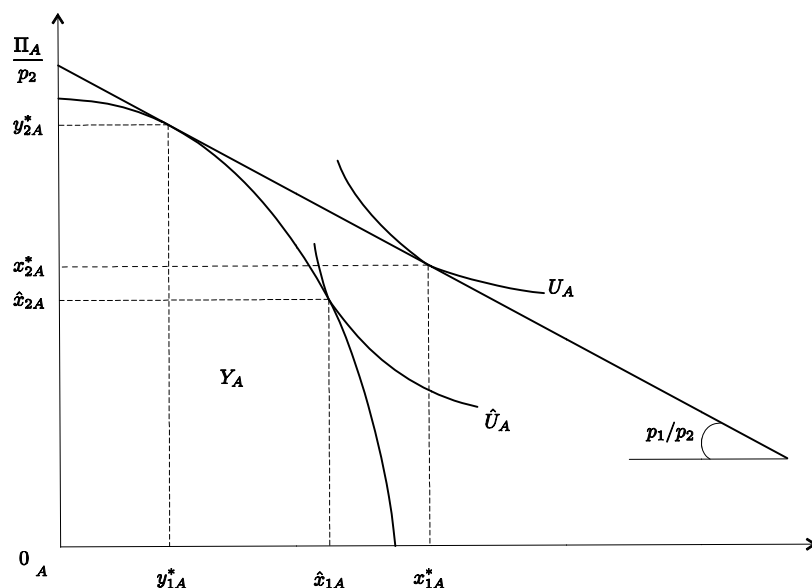


Figura 2: L'equilibrio di un produttore-consumatore in concorrenza perfetta⁴

- Il grafico della Figura 2 è sostanzialmente un'estensione di quello dell'autarchia (Figura 1). A quel grafico di base qui aggiungiamo una retta di bilancio e una curva di indifferenza tangente a questa retta, che rappresenta la scelta del consumatore. Grazie a questa rappresentazione abbiamo due situazioni direttamente confrontabili. Come nel caso precedente, anche qui il consumatore possiede una tecnologia di produzione, ovv. gestisce un'attività produttiva, ma a differenza di prima ora tutta la produzione è venduta sul mercato ai prezzi concorrenziali.
- Un aspetto da notare dell'equilibrio della Figura 2 è che ora il consumatore A riesce a consumare quantità di entrambi i beni che non può produrre da solo e che quindi nel caso precedente non poteva consumare. La domanda che sorge naturale è: questo fatto si verifica per uno solo o pochi, o può verificarsi per tutti i consumatori contemporaneamente? Se si verifica per tutti, com'è possibile un risultato del genere, a prima vista quasi magico? Non c'è in realtà nessuna magia, ma per comprendere esattamente cosa succede dobbiamo superare il livello individuale e guardare a quello complessivo, dobbiamo cioè considerare cosa succede a tutti i consumatori contemporaneamente, e passare a considerare l'equilibrio generale.

⁴ Nella figura precedente (Figura 1) $\hat{U}_A$ indica la curva d'indifferenza che passa nel punto $(\hat{x}_{1A}, \hat{x}_{2A})$; per analogia si potrebbe scrivere U_A^* per la curva che passa in (x_{1A}^*, x_{2A}^*) ma preferiamo indicarla semplicemente con U_A , qui e nel seguito, onde evitare un eccessivo appesantimento della simbologia.

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

Equilibrio del consumatore in concorrenza perfetta:

Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993: cap. 1-5.

Equilibrio dell'impresa che massimizza il profitto in concorrenza perfetta:

Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993: cap. 18.

2.3 Equilibrio dell'economia in concorrenza perfetta

- Il concetto è semplice: c'è equilibrio generale di concorrenza perfetta se esistono prezzi p_1, p_2 per i quali la domanda totale a quei prezzi, espressa dai consumatori (che massimizzano l'utilità), è uguale all'offerta totale espressa dalle imprese (che massimizzano il profitto). Vediamo come si può esprimere in modo preciso questa definizione. In concorrenza perfetta la soluzione dei problemi di massimo dei consumatori (vedi sopra (1)) genera per ogni combinazione di prezzi p_1, p_2 delle funzioni di domanda individuale, $x_{ki}(p_1, p_2)$ per ogni bene k e per ogni consumatore i ; analogamente la massimizzazione dei profitti da parte delle imprese genera delle funzioni di offerta individuale $y_{kj}(p_1, p_2)$ per ogni bene k e per ogni impresa j . Diciamo che una coppia (in generale n -pla) di prezzi è un equilibrio generale dell'economia se per ogni bene k valgono le seguenti condizioni:

$$\sum_i x_{ki}(p_1, p_2) = \sum_j y_{kj}(p_1, p_2) + \omega_k$$

(ω_k sono le dotazioni iniziali totali di ciascun bene k , che nell'esempio che segue sono assunte uguali a zero per ogni k).

- Non faremo qui un'analisi completa dell'equilibrio generale: per i nostri fini è sufficiente una trattazione grafica. Il grafico della Figura 3 si ottiene come estensione della Figura 2. In pratica si prendono i grafici di Figura 2 relativi a ciascun consumatore (due nel caso specifico che stiamo considerando) e si mettono assieme grazie a quell'artificio grafico noto come *scatola di Edgeworth*, che diamo per noto (rimandiamo a un qualsiasi manuale di micro per i dettagli). Il grafico che si ottiene rappresenta un equilibrio generale di concorrenza perfetta con 2 beni e 2 consumatori-produttori.

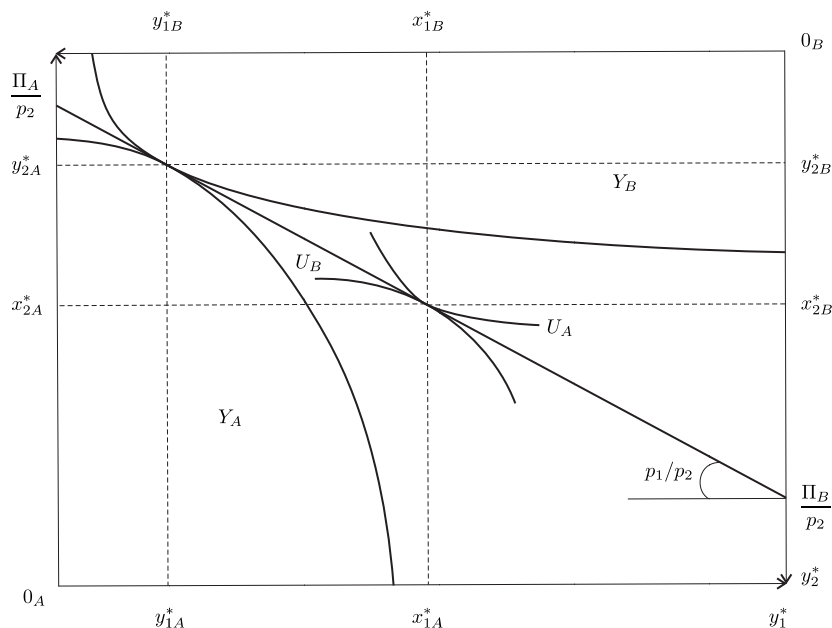
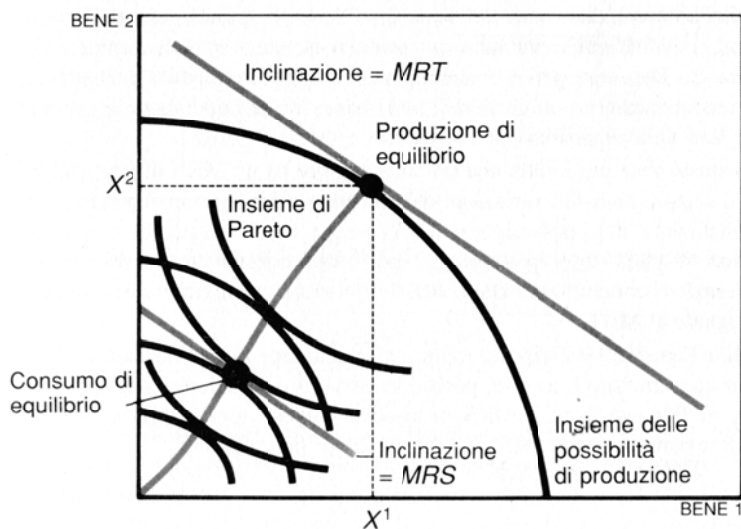


Figura 3: L'equilibrio generale in concorrenza perfetta (2 beni, 2 individui produttori-consumatori)

NB: Il caso descritto nella Figura 3 è piuttosto particolare, in quanto ciascun consumatore è ivi anche “proprietario” di una tecnologia di produzione (questo per poter fare agevolmente il confronto con la produzione in proprio, l'autarchia). In realtà, come vedremo meglio più avanti al § 3.1 (“La massimizzazione del profitto come obiettivo dell’impresa”), la titolarità delle imprese è generalmente dispersa tra una pluralità di individui (consumatori). La rappresentazione grafica dell’equilibrio generale con 2 beni e 2 consumatori in questo caso cambia e si può vedere nella figura seguente (da Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993, p. 503).



(Varian, 1993, p. 503, fig. 29.9)

Figura 4: L'equilibrio generale in concorrenza perfetta (2 beni, 2 consumatori, molteplici produttori/imprese)

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993: par. 29.1-5.⁵

2.4 I benefici della cooperazione attraverso il mercato: vantaggio comparato e specializzazione

- Il dato di maggiore interesse che si ricava dalla Figura 3 è che in equilibrio concorrenziale tutti i consumatori consumano di più di quanto possono produrre per conto proprio e quindi anche la produzione complessiva di ciascun bene è maggiore di quella che si avrebbe se ciascuno producesse per il proprio consumo: perché? Questo è un vecchio problema che si era già presentato nel sec. XVIII agli economisti classici che studiavano il commercio internazionale. L'osservazione di partenza era che le nazioni tendono a specializzarsi nelle produzioni (dunque nella storia si verifica non solo una tendenza alla specializzazione lavorativa degli individui ma anche alla specializzazione produttiva delle nazioni) e di pari passo aumenta l'interscambio commerciale. Gli economisti si chiedevano allora se questi due fenomeni fossero collegati. È David Ricardo nei *Principles of Political Economy* (1817) a dare una prima risposta chiara con la teoria del vantaggio comparato. Vediamo una semplice illustrazione grafica tratta da Kenen (1967), p. 25.

⁵ Trattazioni elementari di questo tema si trovano in ogni manuale di microeconomia: il riferimento indicato è dunque solo uno tra i tanti equivalenti disponibili.

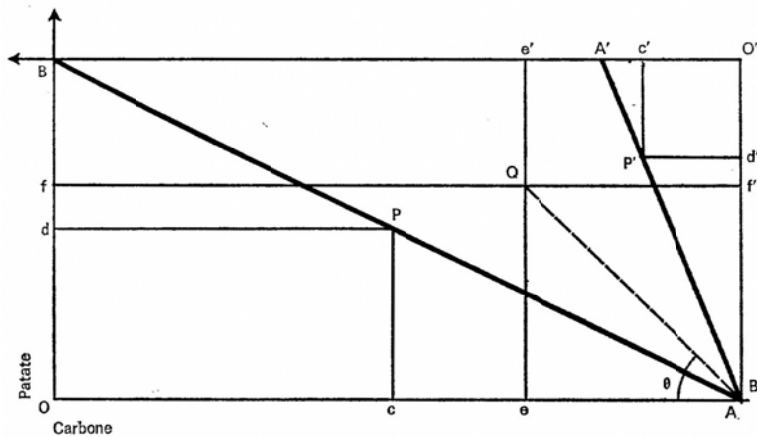


FIG. 2-3. Commercio internazionale tra Stati Uniti e Inghilterra. Prima dell'inizio degli scambi gli Stati Uniti producevano Oc carbone e Od patate, e l'Inghilterra produceva O'c carbone e O'd patate, ciascun Paese consumando tutto quello che produceva. Con l'inizio degli scambi gli Stati Uniti producono OA carbone e niente patate; l'Inghilterra produce O'B' patate e niente carbone. Gli Stati Uniti consumano Oe carbone ed esportano eA carbone per comprare le patate inglesi; l'Inghilterra consuma O'f patate ed esporta f'B' patate per comprare il carbone americano. Gli Stati Uniti possono quindi consumare Of patate (Of è uguale alle esportazioni f'B' inglesi); l'Inghilterra può consumare O'e carbone (O'e è uguale alle esportazioni eA americane). Ciascun Paese può consumare di entrambi i prodotti più di quanto potesse prima dell'inizio degli scambi. Il prezzo del carbone, indicato dall'angolo θ , è più basso del prezzo inglese di prima degli scambi (l'inclinazione di A'B').

(tratto da Kenen, 1967, p. 25)

Figura 5: Il baratto tra due produttori (nazioni)

- Qui a differenza che nel caso di Figura 3 non tutta la produzione viene venduta e non tutto il consumo viene acquistato sul mercato a prezzi uniformi e costanti, ma ciascun produttore-consumatore (nazione) scambia solo l'eccedenza della propria produzione (quanto esso non consuma) direttamente con l'eccedenza della produzione dell'altro: il caso rappresentato è di fatto quello del baratto.
- Si dice che il produttore (ovv. impresa, nazione, ecc.) i ha un vantaggio comparato rispetto a j nel bene 1 se il SMT (Δ bene 2 per una variazione unitaria del bene 1) è maggiore

$$(1 / c_i \equiv) \frac{\Delta y_{1i}}{\Delta y_{2i}} > \frac{\Delta y_{1j}}{\Delta y_{2j}} (\equiv 1 / c_j)$$

(c_i = coefficiente angolare della frontiera efficiente, costo opportunità per i del bene 1 nel bene 2).

NB – I differenziali Δ considerati sono in valore assoluto (si trascura cioè l'eventuale segno negativo, che nel caso della figura è presente in uno dei due, in quanto le rette sono inclinate negativamente).

Il concetto è semplice: i riesce a produrre incrementi maggiori di j del bene 1 per un'unità in meno del bene 2 (ha cioè un costo opportunità inferiore nella produzione del bene 1 in termini del bene 2). Il vantaggio comparato riflette la maggiore capacità di qualcuno rispetto a un altro nel fare qualcosa.

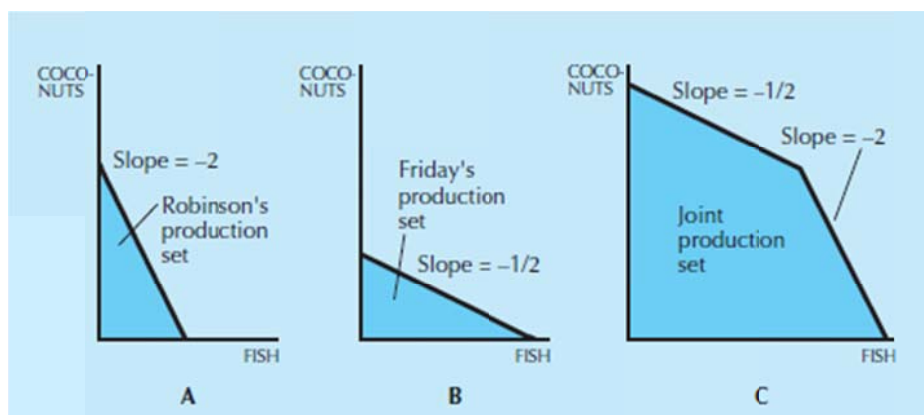
- Si noti che se i ha un vantaggio comparato in un bene, j ha necessariamente un vantaggio comparato nell'altro bene (altro discorso è il vantaggio assoluto – quando la quantità di un bene che si può ottenere con risorse date è più alta: un soggetto può avere un vantaggio assoluto in ogni bene – e gli altri uno svantaggio assoluto-, ma tutti hanno un vantaggio comparato in qualche cosa).
- Nel grafico di Fig. 5 è $\frac{OA}{OB} > \frac{O'A'}{O'B'}$ per cui Stati Uniti hanno un vantaggio comparato nel carbone, ovv. ha un minore costo opportunità del carbone (bene 1) rispetto a UK, mentre UK ha un vantaggio comparato nelle patate (bene 2) rispetto a USA ($\frac{OB}{OA} < \frac{O'B'}{O'A'}$).
- Il principio del vantaggio comparato stabilisce che i produttori tendono a specializzarsi nei beni in cui hanno un vantaggio comparato. È un principio di allocazione ottima della produzione di una società tra i diversi produttori che la compongono (ovviamente la “società” può essere il mondo e il principio può applicarsi a un contesto internazionale dove i produttori sono nazioni), che può essere sintetizzato così: concentrare la maggior parte possibile della produzione di un bene sui soggetti che hanno un vantaggio comparato in quel bene consente di ottenere la massima produzione possibile con le risorse date.
- Il grafico di Fig. 5 mostra due cose:
 - La specializzazione secondo il principio del vantaggio comparato consente ai singoli soggetti di consumare quantità che non potrebbero produrre e che, se fossero isolati, dunque non potrebbero consumare → aumento del benessere di tutti.
 - La specializzazione deve accompagnarsi allo scambio (senza scambio non sarebbe possibile la specializzazione).

Un ulteriore fatto evidenziato dal grafico è che è possibile la specializzazione completa delle produzioni tra i due produttori (nella Fig. 6-C è il punto angolare della frontiera di produzione).

- Dal grafico di Fig. 5 si trae un'indicazione molto importante. Sappiamo dalla microeconomia di base che la riallocazione attraverso lo scambio dei beni di consumo tra i consumatori con preferenze diverse genera incrementi di benessere. Nel caso studiato però abbiamo un fenomeno diverso: qui è la riallocazione delle produzioni tra i produttori, nella direzione di una maggiore specializzazione, che genera gli incrementi di benessere (e in questo processo entra in gioco il vantaggio comparato). La specializzazione allarga le possibilità di produzione ma determina anche una concentrazione dei beni che in generale non è corrispondente alle esigenze del consumo: è per questo che occorre una successiva riallocazione dei beni attraverso lo scambio.

Per chi vuole approfondire
(non richiesto per esame)

Il principio del vantaggio comparato consente di costruire facilmente la frontiera efficiente di produzione sociale C a partire dagli insiemi individuali A e B quando questi hanno frontiere lineari. In ogni punto delle ascisse si tratta di trovare la massima produzione che si può avere del bene 2. Si può procedere così. Partiamo dal punto 0: chiaramente la massima produzione è quella che si ottiene facendo lavorare entrambi sul bene 2. Segniamo questo punto sull'asse verticale. Se vogliamo consumare anche qualche unità del bene 1 invece di 0, bisogna togliere uno dei due dalla produzione del bene 2 per farlo lavorare sul bene 1: conviene che sia colui chi ha il vantaggio comparato in quel bene, cioè B nel caso della figura. Dunque B viene spostato in parte dal bene 1 al bene 2 e ciò che si può ottenere è esattamente descritto dalla frontiera di produzione di B: in pratica per vedere quanto la società può produrre rinunciando a un po' della produzione di 2, basta traslare la frontiera di B nel punto sull'asse ordinate precedentemente individuato. Quando si raggiunge la produzione massima di B (del solo bene 1) nel punto di completa specializzazione della produzione (punto angoloso), se ci vogliamo spostare ulteriormente verso destra dovremo far lavorare anche A sul bene 1. Le produzioni realizzabili in questo tratto si leggono sul secondo ramo della frontiera, che altro non è che la frontiera di A traslata nel punto angoloso.



(tratto da Varian, 8^a ed., 2010, p. 621)

Figura 6: Insiemi di produzione individuali e congiunti

E quando le frontiere individuali non sono lineari (ovv. c'è un continuo di tecniche di trasformazione)? Vale il principio (dimostrabile analiticamente) che in ogni punto della frontiera congiunta la pendenza deve essere uguale alle pendenze delle curve individuali, vedi Figura 7.

Step della costruzione geometrica:

- si prende un punto sulla prima frontiera e si trova la pendenza
- si trova il punto con quella pendenza sull'altra frontiera
- si sommano i due vettori con la regola del parallelogramma
- si trova il vettore somma e in quel punto si fissa la stessa pendenza dei punti precedenti
- si ripete per tutti i punti e si trova in questo modo una curva (analiticamente: l'operazione porta a individuare una derivata in ciascun punto, quindi una equazione differenziale che, integrata, dà la frontiera).

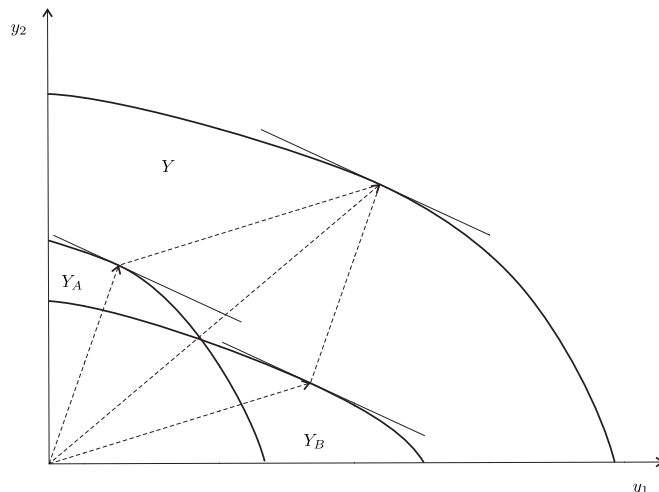


Figura 7: Costruzione della frontiera di produzione con un continuo di tecniche di produzione.

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

La teoria del vantaggio comparato è un tema classico di economia internazionale ed è trattata in tutti i manuali di questa disciplina, ma anche in molti di microeconomia di base:

Kenen P.B., *Economia internazionale*, Bologna: Il Mulino, 1967, p. 25 ss.

Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993: par. 29.10.

3 Il “Teorema di separazione” neoclassico

NB – Il “teorema di separazione” di cui parliamo in questa lezione si riferisce, come sarà chiaro in seguito, a un’altra separazione, non a quella tra titolarità e controllo d’impresa.

3.1 La massimizzazione del profitto come obiettivo dell’impresa

- Ora ragioniamo sull’impresa, in particolare sugli obiettivi da essa perseguiti. L’impresa nei modelli semplificati che abbiamo visto si identifica con il processo produttivo come sintetizzato dagli insiemi di produzione Y_A, Y_B . In pratica, in questo contesto un’impresa è un insieme di produzione (o se si vuole, l’insieme di produzione descrive compiutamente un’impresa e non c’è da sapere null’altro per conoscere i suoi comportamenti).
- Quel che è noto come Teorema di separazione neoclassico essenzialmente afferma:

Se valgono le condizioni dell'economia perfettamente concorrenziale (v. sotto), l'obiettivo endogeno dell'impresa è la massimizzazione del profitto.

- Si noti che questa affermazione non è un assunto, come siamo abituati a vedere nelle trattazioni elementari (e come abbiamo fatto noi stessi precedentemente) ma è un risultato (un “teorema” appunto), cioè stabilisce l'obiettivo della massimizzazione del profitto come proprietà endogena, a partire dai dati del problema, e non un dato esso stesso. Di questo risultato è importante capire bene il contenuto, come si fonda e le condizioni di validità.

- Contenuto. L'asserto di sopra si può specificare così:

- 1) le imprese fanno le loro scelte di produzione per massimizzare i profitti,
- 2) i loro titolari desiderano che si comportino così,
- 3) le decisioni delle imprese sono completamente separate dalle decisioni di consumo dei titolari.

Il secondo punto in particolare significa che nel determinare l'obiettivo dell'impresa non rilevano in nessun modo le preferenze e la natura dei titolari.

- Come si fonda.

2) Se si sceglie qualsiasi punto che non massimizza il profitto, applicando un criterio diverso avverrà quanto è descritto dalla figura seguente: si vede subito che la curva di iso-profitto che passa in un punto dell'insieme di produzione come quello indicato è più bassa, quindi si guadagna meno e ciò consente di raggiungere un livello di benessere inferiore che se si massimizzasse il profitto (questo vale per qualsiasi punto appartenente all'insieme di produzione, anche sulla frontiera, purché diverso da (y_{1i}^*, y_{2i}^*)).

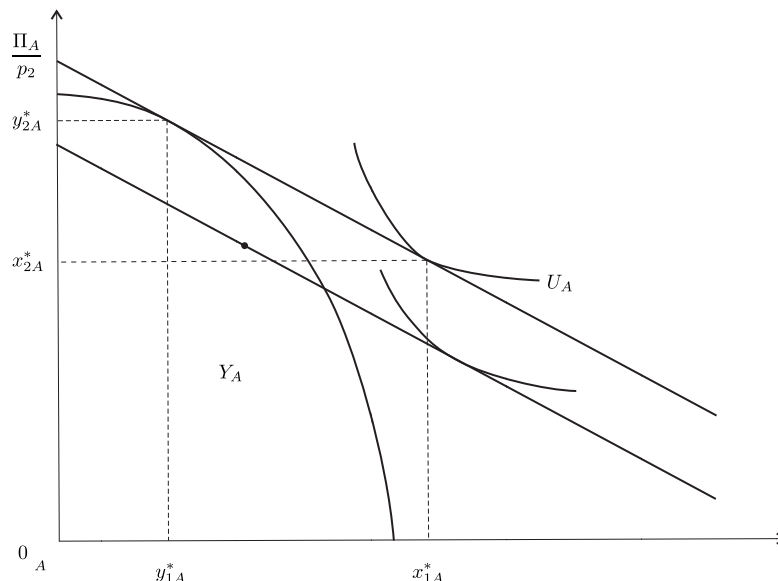


Figura 8: Non conviene applicare un criterio diverso dal massimo profitto.

- 3) Torniamo alla Figura 3 e immaginiamo ora che cambino le preferenze (cioè si modifichino le curve d'indifferenza) dei consumatori. In generale

questo comporta una variazione nei prezzi di equilibrio (il rapporto tra i prezzi deve sempre essere uguale al saggio marginale di sostituzione al consumo e alla produzione per tutti gli agenti dell'economia, per cui, cambiando l'inclinazione delle curve, dovrà cambiare anche il prezzo relativo). Come conseguenza cambieranno anche le decisioni di produzione ma queste continueranno a sottostare al principio della massimizzazione del profitto: anche ai nuovi prezzi non converrà al titolare scegliere una produzione che non stia sulla curva di iso-profitto più alta (se lo facesse, avrebbe meno potere d'acquisto da spendere e alla fine si ritroverebbe su una curva di indifferenza più bassa). Dunque non cambia la preferenza unanime di tutti consumatori per la massimizzazione del profitto: Dunque, il titolare d'impresa non può non volere la massimizzazione del profitto. Si noti che in questo ragionamento la otteniamo come risultato a partire dalla razionalità del consumatore (presa come assunto primitivo): è in definitiva il perseguimento del massimo benessere del consumatore che porta a massimizzare il profitto in un'economia perfettamente concorrenziale.

Questo continua a essere vero anche se non c'è una relazione biunivoca tra consumatore e impresa, ovvero le imprese sono società le cui quote sono disperse tra diversi individui. In questo caso il problema individuale di massimo cambia così. Il caso di cui ci occupiamo ora richiede una piccola modifica della simbologia, perché un consumatore può essere titolare di più di un'impresa (insieme di produzione). Indichiamo pertanto con $i, i = 1, \dots, n$, i consumatori e con $j, j = 1, \dots, m$, le imprese (insiemi di produzione). Ciascuna impresa è una società le cui quote/azioni sono indicate con θ_{ij} , $0 \leq \theta_{ij} \leq 1, \sum_i \theta_{ij} = 1$. Il problema è come (1) con la differenza che ora è

$$\Pi_i = \sum_j \theta_{ij} (p_1 y_{1j}^* + p_2 y_{2j}^*), i = A, B,$$

cioè la sua capacità di spesa è la somma della sua quota di profitti delle imprese di cui è socio.

È chiaro che in questo caso tutti i titolari di un'impresa, come il titolare unico di prima, hanno preferenze unanimità per la massimizzazione del profitto. Se variano le preferenze dei titolari d'impresa i , perché ad es. le quote delle imprese passano di mano da un individuo all'altro, questo non ha nessun effetto sui comportamenti dell'impresa, perché anche i nuovi titolari vorranno massimizzare e, se i prezzi di mercato rimangono fermi, i comportamenti saranno gli stessi. Un'ulteriore conseguenza di ciò è che non cambia nulla se i titolari consumano i beni prodotti dall'impresa, ovvero sono "consumatori", oppure no, e dunque sono "investitori" (vedremo in seguito che questo non è sempre vero). È dunque verificato quanto affermato precedentemente al punto 3): le decisioni delle imprese sono completamente separate dalle decisioni di consumo.

- In queste circostanze si può parlare a pieno titolo di "obiettivo dell'impresa": chiunque sia a gestirla, l'impresa si comporta come fosse un *individuo* che ha la funzione di profitto come sua funzione obiettivo al posto di quella di utilità, e massimizza questa. L'impresa viene in qualche modo antropizzata (un individuo tra tanti individui) e la dimensione organizzativa diventa del tutto irrilevante

rispetto al suo comportamento, che è determinato indipendentemente dalla sua organizzazione interna, che pertanto possiamo ignorare.

- Condizioni. Sono quelle dell'economia perfettamente concorrenziale, di cui abbiamo già visto alcune. Le ripetiamo integrandole con altre che avevamo ommesso, ma che sono rilevanti per comprendere l'ambito di validità:

- 1) (*razionalità*) ogni consumatore persegue il proprio benessere individuale,
- 2) (*beni privati/assenza di effetti esterni*) non ci sono né esternalità né beni pubblici, ovv. i beni prodotti/consumati sono solo beni privati puri,
- 3) (*completezza dei mercati*) ogni bene consumato/prodotto ha un mercato e un prezzo (ovv. si può acquistare/vendere per un prezzo),
- 4) (*informazione perfetta*) i prezzi sono noti a tutti gli agenti (e così tutti sono in grado di effettuare i propri calcoli di massimo),
- 5) (*price-taking*) i prezzi sono dati e costanti per tutti gli agenti dell'economia (nessun agente ha il potere di influire sui prezzi di mercato),
- 6) (*assenza di costi di transazione*) l'accesso al mercato (ai prezzi dati) è libero e senza costi di nessun genere.

Al di fuori di queste condizioni in generale non vale più la “separazione” e non è più pacifica la massimizzazione del profitto come obiettivo dell'impresa. Addirittura non è più nemmeno pacifica la nozione di obiettivo dell'impresa, come argomberemo nei prossimi paragrafi.

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

Spulber D.F., *The theory of the firm : microeconomics with endogenous entrepreneurs, firms, markets, and organizations*, Cambridge: Cambridge University Press, 2009, cap. 3.

3.2 Massimizzazione del profitto e benessere sociale; I teorema dell'economia del benessere

- Finora abbiamo visto due diversi assetti organizzativi di impresa: quello dell'autarchia e quello dell'economia con scambio concorrenziale. Se prevalesse il primo, non ci sarebbe massimizzazione del profitto e ciascun consumatore organizzerebbe la sua produzione rispetto alle sue preferenze di consumo (la funzione di utilità prenderebbe il posto della massimizzazione del profitto come obiettivo della gestione). Tutti, come abbiamo visto, starebbero peggio. Questa conclusione vale non solo se prendiamo l'autarchia come termine di confronto ma in generale: quando si passa a organizzazioni della produzione non basate sulla massimizzazione del profitto, la società sta peggio, come afferma il I Teorema dell'economia del benessere.
- (*Richiamo di micro*) Il I Teorema afferma che ogni equilibrio di concorrenza perfetta è efficiente in senso paretiano. Detto altrimenti, non c'è nessun modo di redistribuire consumi e produzioni tra gli individui e le imprese in modo che

almeno un consumatore stia strettamente meglio che in equilibrio e nessun altro stia strettamente peggio (se uno sta meglio che in equilibrio, c'è almeno un altro che sta peggio).

- L'efficienza è una situazione desiderabile per la società (le situazioni inefficienti non sono mai ottimali per la società, perché migliorabili con opportune misure di politica economica). Dato che la massimizzazione del profitto, associata alle condizioni concorrenziali, porta all'efficienza paretiana, essa è desiderata non solo dai titolari dell'impresa ma è “desiderata” in senso paretiano anche dalla società. Questo significa che ogni altra forma organizzativa è superflua o dannosa per la società nel complesso nelle circostanze considerate.

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

Il I Teorema dell'economia del benessere è trattato in tutti i manuali di microeconomia di base, ad es.:

Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993: cap. 28.

4 Quando la natura e gli obiettivi dei titolari d'impresa contano: monopolio

- Il “Teorema di separazione” nelle varie versioni (ce ne sono altre, oltre a quella vista, vedi ad es. Spulber, 2005) afferma l'irrilevanza della natura dei titolari di impresa e in part. dei loro obiettivi. Queste teorie in tutta evidenza descrivono situazioni ideali molto lontane dalla realtà. Sono pertanto inutili? No, ma vanno usate correttamente. L'uso corretto è come strumenti per tracciare i confini della rilevanza: queste teorie ci dicono precisamente quali sono le condizioni dell'irrilevanza, ovv. le potenziali cause della rilevanza. In altre parole, ci dicono dove dobbiamo guardare se vogliamo capire la differenza tra avere titolari di impresa di un tipo o di un altro. Queste condizioni le abbiamo esaminate sopra al par. 3.1: una o più di queste non devono valere se vogliamo che non ci sia “separazione” e quindi che la natura dei titolari sia rilevante, ovvero abbia effetti.
- Il prossimo passo consiste nella verifica che le cose stanno proprio così analizzando un caso che si discosta dall'economia concorrenziale che abbiamo considerato precedentemente. Ci concentriamo sull'assenza di concorrenza perfetta e lo facciamo considerando il caso estremo in cui ciò si verifica, ovvero il monopolio puro dei manuali di micro. Precisamente, andiamo a: 1) vedere cosa concretamente significa cambiare natura/obiettivi dei titolari di impresa in un caso in cui ciò è rilevante (quando la “separazione” non vale), 2) verificare che, usciti dalle condizioni del teorema di separazione, la massimizzazione del profitto può essere indesiderabile.
- Per sviluppare la nostra argomentazione, consideriamo un mercato come quello descritto al cap. 12.2 del libro Mori (2015), in part. pp. 215-216, a cui rimandiamo per i dettagli. Vogliamo confrontare due forme organizzative

alternative di questo mercato: una è il classico caso del monopolio puro dei manuali di microeconomia, dove sostanzialmente i titolari dell'impresa sono investitori, e la seconda è una cooperativa di consumo, i cui titolari sono i consumatori del bene scambiato sul mercato (per semplicità, tutti i consumatori sono soci e tutti hanno uguale propensione al consumo e ricevono la stessa quota dei redditi di impresa: in pratica sono uguali).

- Nella figura è illustrato l'equilibrio nel primo dei due casi, monopolio for-profit (per i dettagli rimandiamo ad es. a Varian, 1993, cap. 23).

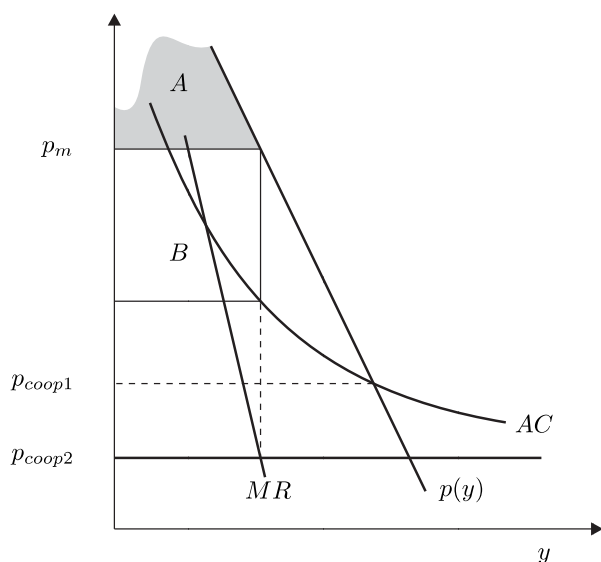


Figura 9: La politica di prezzo di coop diverge da quella del monopolista for-profit.

- Ora passiamo a coop. L'analisi si sviluppa in due stadi. Il punto di partenza è l'osservazione che i consumatori-soci hanno come obiettivo ciascuno di massimizzare il proprio beneficio individuale che è rappresentato dal surplus del consumatore (CS) al prezzo a cui avvengono gli scambi del bene più la quota dei profitti (π) che ricevono alla fine dell'esercizio (immaginiamo che siano interamente distribuiti, per semplificare). In Figura 9 il beneficio del socio è dunque rappresentato da $CS + \pi = A + B$ (attenzione: ci limitiamo qui al caso di consumatori tutti uguali, per cui il beneficio individuale è $\frac{CS + \pi}{n}$, se n sono i consumatori, e di fatto possiamo ragionare sul volume complessivo, anziché sulla quota individuale: massimizzare l'uno equivale a massimizzare l'altro). Dapprima ci chiediamo se la coop può avere convenienza a praticare lo stesso prezzo di for-profit, cioè p_m . La risposta è no, per i motivi esposti in Mori (2015) a p. 217. Non solo p_m non può essere ottimale, ma per lo stesso motivo nessun prezzo superiore a p_{coop1} può esserlo. Questo primo semplice risultato contiene già un'importante conclusione: in queste circostanze i soci-consumatori sono tutti d'accordo (perché con uguali preferenze) a non massimizzare il profitto. Abbiamo verificato che il teorema della separazione qui non vale.

- Il secondo stadio dell’argomentazione è la verifica che, nelle circostanze considerate, l’organizzazione coop con il suo specifico obiettivo (beneficio del socio, non il massimo profitto) è la organizzazione migliore per la società nel complesso. Per fare questo bisogna scoprire qual è il prezzo scelto da coop, ovvero quello che massimizza il beneficio del socio, $(A + B)$. Questo è pari al costo marginale, ovvero $p_{coop2} = c$. Per la verifica si possono seguire due strade, sostanzialmente equivalenti. Una è l’argomentazione del libro Mori (2015) a p. 220-223. Ma più velocemente si può arrivare alla stessa conclusione in questo modo. Ricordiamo che il profitto è il surplus del produttore meno il costo fisso ($\pi = PS - F$). Il beneficio del socio è (un ennesimo del) surplus sociale, $CS + PS$, dove PS è il surplus del produttore (cioè, dato un qualsiasi prezzo, la differenza del ricavo a quel prezzo e del costo variabile per produrre la quantità offerta al prezzo dato),⁶ che una misura del benessere della società. Quando coop massimizza il beneficio del socio ($CS + \pi$) di fatto massimizza anche il surplus sociale ($CS + \pi = CS + PS - F$). Questa è la ragione ultima della desiderabilità per la società nel complesso della massimizzazione del beneficio del socio di coop, piuttosto che del profitto. Si noti che nel caso qui considerato non c’è divergenza tra obiettivo dell’impresa (coop) e obiettivi della società: come talvolta si dice, coop internalizza il benessere sociale e le sue scelte sono le migliori possibili per la società nel complesso nelle circostanze considerate, in particolare omogeneità dei consumatori (si noti che in circostanze diverse ciò può non essere vero). In altre parole, avere la coop comporta il massimo benessere possibile e dunque è questa, e non quella for profit, l’organizzazione desiderabile dal punto di vista sociale (si confronti con quanto detto sopra al punto 3.2).
- Lo studio di questo caso di monopolio consente di mettere meglio a fuoco il ruolo degli obiettivi dei titolari di impresa e capire anche meglio l’economia di concorrenza perfetta studiata precedentemente. Nel passaggio dall’autarchia – cioè un’economia composta di “isole” occupate ciascuna da un produttore-consumatore – alla concorrenza perfetta, come abbiamo visto, si verificano *contemporaneamente tre* cose: viene riallocata la produzione, gli agenti (consumatori, imprese) scambiano beni tra loro e si passa da una gestione delle imprese indirizzata al consumo a una indirizzata al profitto. Si potrebbe pensare che questi siano tutti necessari per ottenere l’incremento di benessere, e in particolare che non si possa ottenere il massimo benessere sociale quando la produzione risponde a obiettivi di consumo.⁷ Lo studio del monopolio ci aiuta a inquadrare correttamente il punto e elimina ogni dubbio in proposito: perseguire obiettivi di consumo di per sé non è un problema, dipende dalle circostanze. Come nella coop monopolistica anche in autarchia c’è il vincolo di partecipazione, ovvero i consumatori possono approvvigionarsi solo dalla propria impresa. La differenza tra il caso dei par. 2.2-2.4 e il presente è che qui non c’è un problema di riallocazione della produzione complessiva tra diversi produttori (che in autarchia è impedita), quindi non ci sono benefici da

⁶ Cfr. Varian (1993), p. 243.

⁷ Questa è ad es. la tesi di Spulber (2009), cfr. cap. 3.

specializzazione. La differenza tra impresa for-profit e cooperativa dunque si riduce alla sola differenza di obiettivi e tramite il confronto tra le due forme d'impresa possiamo mettere a fuoco gli effetti puri di obiettivi d'impresa diversi (l'obiettivo è l'unico fattore differenziale in gioco). Il risultato che abbiamo ottenuto fa vedere che dirigere l'impresa seguendo un obiettivo di consumo può essere socialmente desiderabile. Non stiamo affermando che ciò valga sempre, ma almeno nelle circostanze studiate certamente l'obiettivo di consumo non è uno svantaggio, anzi è vero il contrario.

Riferimenti bibliografici

Il confronto tra titolarità degli investitori e titolarità dei consumatori è svolto in modo completo in:

Pier Angelo Mori, *Economia della cooperazione e del non-profit*, Roma: Carocci, II edizione, 2015, cap. 12.2.

5 Se non c'è “separazione” si può parlare di obiettivi di impresa e in che senso?

- Come abbiamo visto, non sempre la massimizzazione del profitto è l'obiettivo dell'impresa, perché ci possono essere obiettivi diversi da questo su cui i titolari dell'impresa sono unanimemente d'accordo, come ad esempio avviene nella coop di consumo nel caso di monopolio che abbiamo studiato al par. 4.
- C'è però un problema più generale con cui dobbiamo fare i conti: non solo l'obiettivo dell'impresa non si può sempre identificare con la massimizzazione del profitto ma ci sono casi in cui non ha nemmeno senso parlare di obiettivi di impresa.
- Finora abbiamo trattato di imprese che hanno la caratteristica di essere descrivibili interamente da una data tecnologia produttiva e da una funzione obiettivo. Sia in concorrenza perfetta sia in monopolio, le imprese che abbiamo studiato si comportano come se fossero individui dotati di determinati obiettivi (cioè nei casi visti, rispettivamente il massimo profitto e il massimo beneficio del socio-consumatore, ovv. surplus del consumatore + profitto). Anche la micro e la macroeconomia di base ci hanno abituato a rappresentarci l'impresa come un soggetto che decide razionalmente massimizzando una funzione obiettivo.
- Tuttavia le imprese – a dispetto delle rappresentazioni antropomorfiche che, per lo più a fini didattici, le equiparano a persone – in realtà non sono persone: non hanno una mente, desideri, motivazioni, ecc. Anche se spesso si parla, impropriamente, di “decisioni/scelte dell'impresa” e questa espressione è entrata nell'uso comune (tanto che anche noi la usiamo in qualche caso, pur con le dovute cautele), le organizzazioni – e tra queste le imprese - non decidono e in senso stretto non fanno scelte: propriamente solo gli individui le fanno. Le azioni delle imprese sono il risultato delle scelte di chi le controlla: in effetti dietro le imprese ci sono persone di varia natura e in vari ruoli di controllo (ovv. controllori di qualche tipo) che con le loro decisioni determinano le loro azioni. Più precisamente, le azioni dell'impresa moderna sono sempre il risultato

dell'interazione di una molteplicità di soggetti individuali (persone), con obiettivi non sempre coincidenti, che a vario titolo ne hanno il controllo e che con le loro decisioni le determinano. Le azioni delle imprese vanno quindi sempre ricondotte al **gruppo dei controllori** e alle loro decisioni/azioni (ovviamente, nei casi in cui questo gruppo consiste di una sola persona l'impresa s'identifica di fatto con una singola persona fisica, ma questo caso non è molto interessante ai nostri fini e ce ne disinteressiamo). Come le azioni/decisioni dei controllori si traducono in azioni/comportamenti delle imprese dipende da diversi fattori, a cominciare dalle regole sotto le quali si svolge il processo decisionale. Se per esempio una certa decisione è di competenza del consiglio di amministrazione, l'esito del processo decisionale dipenderà dalle regole di funzionamento del consiglio – in primo luogo le regole di voto – e da altri fattori come il peso e la natura (preferenze, patrimonio personale, ecc.) di ciascun membro. Il processo decisionale è dunque quello che in teoria si chiama “gioco” e va analizzato con gli strumenti propri della teoria dei giochi. Quel che a noi qui interessa è che gli esiti non sono in generale rappresentabili come risultati della massimizzazione di una funzione.

- Dunque in generale ha poco senso parlare di obiettivi dell'impresa, cioè funzioni obiettivo che identificano mediante la massimizzazione il comportamento dell'impresa. Tuttavia in alcuni casi particolari può aver senso parlare di obiettivi d'impresa, come nei due seguenti:

- A) quando esiste un gruppo di controllori – eventualmente costituito anche da un solo soggetto - che hanno il potere di imporre le proprie scelte e sono tutti concordi sulla scelta da fare, ovvero desiderano tutti la stessa azione (unanimità);
- B) (*significato strumentale*) quando, pur non essendoci nessun gruppo che ha le caratteristiche appena dette - e quindi non essendoci nessuna decisione esplicita da parte di qualcuno rispetto a un qualche obiettivo che coincide con l'azione dell'impresa - tuttavia gli esiti del processo decisionale sono rappresentabili come risultato della massimizzazione di una determinata funzione, ovv. l'impresa agisce come se fosse un individuo e avesse quella funzione come suo (pseudo-)obiettivo.⁸

A) Se c'è unanimità sulle decisioni da prendere tra coloro che hanno il potere effettivo di prenderle, quella sarà la scelta dell'impresa e l'obiettivo di uno qualsiasi di essi può essere naturalmente considerato come l'obiettivo dell'impresa. In altre parole, il comportamento dell'impresa massimizza una funzione obiettivo che coincide con quella di uno qualsiasi dei soggetti che hanno potere di imporre la propria scelta – ovvero il comportamento che massimizza il proprio obiettivo individuale - e di fatto essa si comporta come se fosse un individuo dotato di quell'obiettivo.

Vi sono varie situazioni in cui c'è unanimità tra tutti i membri del gruppo di controllo. Il caso più semplice è quando essi sono tutti uguali (e quindi non possono che preferire tutti la stessa cosa), ma anche con soggetti eterogenei può

⁸ Questo è il programma della teoria dell'impresa basata sui diritti di proprietà (property rights) degli anni '60-'70): “the property rights approach can be understood as an attempt to formulate empirically meaningful optimization problems by associating the utility function with the individual decision maker and then introducing specific content into the function”, Furubotn e Pejovich (1972), p. 1137.

esservi unanimità sulla condotta dell'impresa: abbiamo visto che in determinate condizioni come quelle dei vari "teoremi di separazione" (v. sopra § Lezione 4) i controllori sono unanimi sulla condotta che massimizza il profitto; in altre circostanze sono grandezze diverse dal profitto che i titolari desiderano unanimemente massimizzare (come ad es. in Farrell, 1985) quando la quota di capitale detenuto è uguale alla quota di acquisti dall'impresa per tutti i titolari, vi è unanimità dei controllori/titolari di un monopolio sulla massimizzazione del surplus sociale; ancora: se vale il teorema di Coase all'interno del gruppo dei controllori, saranno unanimi sulle decisioni che massimizzano il surplus totale del gruppo, quale che sia il loro contenuto.

Una variante di questo caso è quando, pur non essendoci unanimità tra tutti i controllori, il controllo effettivo appartiene a un sotto-gruppo di controllori unanime al suo interno, per cui ancora una volta il processo decisionale conduce a esiti che sono punti di massimo di una qualsiasi delle funzioni obiettivo individuali degli appartenenti a questo gruppo (ancora una volta il comportamento dell'impresa è quello preferito da uno qualsiasi di questi soggetti, quindi un punto di massimo). Ciò si verifica per esempio quando il gruppo dei controllori, pur essendo eterogeneo, prende decisioni attraverso il voto secondo la regola di maggioranza: sappiamo dalla teoria delle votazioni che sotto opportune condizioni (che qui non importa specificare) sono in questo caso i votanti mediani quelli che determinano la scelta finale e quindi i comportamenti dell'impresa, comportamenti che pertanto massimizzeranno la funzione obiettivo di questi soggetti.

B) Nelle teorie che attribuiscono un *significato strumentale* alle funzioni-obiettivo di fatto si ipotizza l'esistenza di un individuo fittizio, dotato di un obiettivo che rappresenta esattamente i comportamenti dell'impresa e pertanto è, o dovrebbe essere, una sintesi delle modalità operative della struttura organizzativa, che però rimane fuori del modello (è una *black box*, il cui funzionamento non è oggetto di analisi). Di fatto l'attribuzione di un obiettivo a questo soggetto avviene per *assunto*. Le teorie di questo genere sono teorie positive, cioè ambiscono a descrivere, mediante la scelta di una opportuna funzione obiettivo, il modo di operare delle organizzazioni osservate nella realtà: le funzioni obiettivo dunque hanno in queste teorie (o dovrebbero avere) un contenuto empirico, cioè derivare dall'osservazione di quel che succede nella realtà.⁹ A seconda di come si specifica questa funzione-obiettivo abbiamo diverse teorie dell'impresa. Esempi:

- a) Essa può essere la funzione di profitto come nell'impresa neoclassica tradizionale, anche se molti studi mettono in dubbio che questa sia una buona rappresentazione di quel che succede nella realtà.

Proprio partendo da questa critica sono state elaborate, a cominciare dagli anni '50 e '60, diverse varianti della funzione di profitto allo scopo di cogliere la complessità dei gruppi di controllo delle imprese capitalistiche, che tipicamente non includono solo azionisti. La funzione di profitto viene sostituita con una particolare funzione di utilità - "funzione di utilità dell'organizzazione" - che tiene conto degli interessi dei vari sotto-gruppi di controllori. Ai due punti

⁹ Lo stesso si verifica in molti modelli dello Stato (certamente quello dello Stato benevolo, anche noto come "public interest theory").

seguenti sono richiamate due diverse specificazioni di questa funzione di utilità, particolarmente rilevanti nel panorama delle teorie dell'impresa.

- b) (Teorie manageriali dell'impresa) Il gruppo di controllo, oltre agli azionisti può comprendere anche il management, che persegue obiettivi suoi propri: in queste teorie la funzione di utilità dell'organizzazione, oltre al profitto, tiene conto anche delle variabili di interesse del management.
- c) (Responsabilità sociale d'impresa - RSI/CSR, Impresa multi-stakeholder) Una diversa specificazione delle funzioni di utilità dell'organizzazione considera variabili di rilevanza sociale, riconducibili a gruppi di stakeholder esterni al gruppo di controllo.

Nei prossimi paragrafi approfondiremo questi ultimi due gruppi di teorie.

Riferimenti bibliografici

Sugli obiettivi dell'impresa:

Milgrom P., Roberts R., *Economia, organizzazione e management*, Bologna: Il Mulino, 2005, Vol. I, par. 2.6, pp. 74 ss.

6 Obiettivi diversi dal profitto: teorie manageriali dell'impresa

- Come abbiamo detto in una lezione precedente (vedi § 1), l'evoluzione dell'industria moderna - dove è dominante la società per azioni come forma organizzativa - presenta a grandi linee i seguenti tratti:
 - 1) nella grande impresa la gestione (controllo) delle attività diviene sempre più complessa ed è affidata a manager professionisti,
 - 2) il portafoglio ottimale dell'investitore è diversificato tra le azioni di molte aziende, per cui un singolo investitore non ha interesse/incentivi alla supervisione delle attività di ciascuna impresa in cui ha una partecipazione di capitale,
 - 3) a causa di ciò, i manager acquistano un potere sostanziale sulle decisioni di politica aziendale, in taluni casi senza alcuna sorveglianza da parte dei soci.

Le due funzioni di controllo e titolarità, che erano unite nell'impresa classica, tendono dunque a separarsi ed essere appannaggio di gruppi distinti, per cui il management acquista il potere di perseguire suoi interessi autonomi. Così si esprime in merito Robin Marris:

“we define 'the management' as the particular in-group, consisting of directors and others, which effectively carries out the functions legally vested in the board. This does not mean that shareholders and management are necessarily opposed ... All we are saying is that the two groups are sufficiently distinct, and the managers sufficiently autonomous, for the existence of a harmony of interests not to be regarded as axiomatic. Therefore, in order to understand the economic system of the corporations, it is essential to assess the factors determining the relative influence of, or

balance , of power between these two forces operating within them” (Marris, 1964, p. 15)

- La tesi principale delle teorie manageriali è che, in questo quadro, l’obiettivo del massimo profitto non rappresenti adeguatamente quel che avviene nella realtà e vada sostituito con una funzione di utilità dell’organizzazione opportunamente definita (cfr. Furubotn e Pejovich, 1972, p. 1138). Sono queste le prime teorie a considerare obiettivi diversi dal profitto con riferimento alle *imprese private capitalistiche*.
- Il fatto che il management abbia il potere di perseguire i propri interessi non sarebbe di per sé un problema, se questi interessi fossero coincidenti con quelli degli investitori nell’impresa, ma nella realtà non è così: gli interessi dei due gruppi tendono ad entrare in conflitto, come risulta chiaro esaminando gli interessi dei manager riguardo all’attività dell’impresa su cui essi hanno influenza.
- A cosa è interessato il manager di un’impresa? Le teorie di cui ci stiamo occupando danno diverse risposte, individuando più di una variabile di potenziale interesse per il management, tra cui:
 - remunerazione nelle varie forme (stipendio, bonus, ecc.),
 - variabili di status: uffici lussuosi, sovrabbondante personale di supporto, ecc.
 - altri benefici non monetari come viaggi di piacere a spese dell’azienda, ecc., il cui costo ricade sull’azienda.
- Come gli investitori desiderano avere il massimo possibile della variabile d’impresa che interessa loro – il profitto – così il management si darà da fare per massimizzare le variabili di suo interesse, di cui quelle dell’elenco sono alcune.
- Riguardo alla remunerazione si deve osservare che questa non è normalmente stabilita dal management stesso ma da organi di controllo superiori. Tuttavia i manager possono intervenire su variabili che *indirettamente* hanno influenza su di essa. Le remunerazioni dei manager sul mercato (del lavoro) manageriale sono tipicamente collegate a fattori soggettivi (personali) ma anche a fattori oggettivi che principalmente hanno a che vedere con le caratteristiche delle aziende dove hanno lavorato durante la loro carriera: manager di aziende più grandi e con più elevati tassi di crescita sono normalmente remunerati di più. E, a differenza della remunerazione, su cui non hanno potere di intervento diretto, su queste variabili invece i manager hanno potere di influire concretamente con le loro azioni. Ad esempio secondo Marris (1964) il tasso di crescita dell’impresa, in quanto influisce sulla sua remunerazione, è una tipica variabile “obiettivo” per il management.
- Queste teorie, come abbiamo detto, non analizzano esplicitamente i processi che portano alla composizione dei diversi interessi e non si spingono oltre una discussione informale del *modus operandi* del management e dell’organizzazione. In pratica si limitano ad affermare che questi processi sono rappresentabili da una funzione di utilità nelle variabili “obiettivo” dei diversi sotto-gruppi.
- Nelle formulazioni più semplici ciascun sotto-gruppo di controllo è interessato a una sola variabile e la funzione di utilità dell’organizzazione ha due argomenti in tutto: il profitto, che è la variabile “obiettivo” degli investitori, più un’altra che

riguarda il management e può essere, a seconda delle formulazioni, il tasso di crescita, il numero di dipendenti, i benefici in natura ecc.

- Le funzioni di utilità sono dunque del tipo $U(\pi, S)$, $U'_\pi > 0, U'_S > 0$, dove S sta qui per staff (ma potrebbe essere, come abbiamo detto, anche ad es. il tasso di crescita o un'altra ancora). Questa funzione viene poi massimizzata sotto un vincolo che esprime la relazione tra le due variabili, relazione che è un dato del problema, nel senso che su essa l'organizzazione non ha nessuna influenza.

$$\max_{\pi, S} U(\pi, S)$$

sotto il vincolo: $\pi = f(S)$.

- Una rappresentazione grafica della soluzione di questo problema di massimo è la Figura 10 (si noti l'inclinazione negativa della curva d'indifferenza UU che indica che entrambe le variabili π, S sono desiderabili per l'organizzazione).

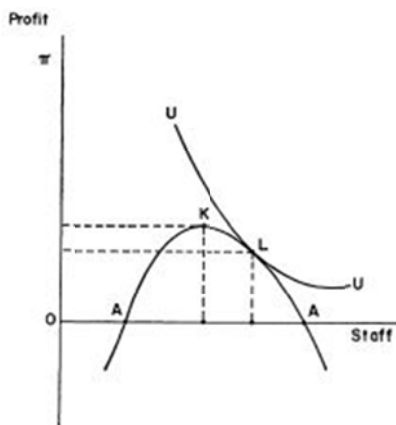


Figura 10: Equilibrio dell'impresa manageriale.

(tratta da: Furubotn e Pejovich, 1972, p. 1152)

- La curva AA rappresenta il massimo profitto conseguibile per ogni livello di staff. Al di là della denominazione della variabile sull'asse delle ascisse (abbiamo detto che possono essere varie) quel che è importante è l'andamento della relazione tra profitti e la variabile "manageriale". Come si vede, la curva $AKLA$ presenta un andamento dapprima crescente e poi decrescente. Il secondo tratto è particolarmente rilevante, perché è questo che esprime il conflitto di interessi tra i due gruppi. Se per esempio la variabile sull'asse ascisse è la dimensione della forza-lavoro (staff) - e quindi in ultima analisi la dimensione dell'impresa - si capisce agevolmente che all'aumentare di essa il profitto aumenti solo fino a un certo punto perché c'è sempre una dimensione ottimale. Se vogliamo aumentare oltre questo punto, necessariamente ciò andrà a scapito del profitto (oltre un certo punto si possono aumentare le quote di mercato solo con politiche di prezzo aggressive, a scapito dei ricavi e quindi dei profitti). (Naturalmente il ragionamento non cambia di molto se interpretiamo la variabile come tasso di crescita dell'impresa: per avere più alti tassi di crescita oltre un

certo punto debbo adottare strategie di mercato più aggressive e in sostanza sacrificare ricavi al fine di aumentare le quote di mercato.)

- La caratteristica più importante dell'equilibrio manageriale (punto L del grafico) è che in generale non sarà un punto di massimo profitto (la differenza verticale tra L e K rappresenta la perdita di profitto rispetto all'equilibrio classico): il punto di tangenza è necessariamente nel tratto decrescente (ciò dipende dal fatto che diamo un peso alla variabile d'interesse per il management). Dunque l'impresa manageriale non massimizza il profitto!
- Ribadiamo che per queste teorie non è importante il meccanismo delle decisioni che porta all'equilibrio manageriale ma solo individuare i fattori di fondo – precisamente l'autonomia decisionale del management e il conflitto di interessi tra questo e i soci di capitale - che determinano lo scostamento dei comportamenti effettivi delle imprese dalla massimizzazione del profitto, quale si osserva nella realtà. Si noti che secondo le teorie manageriali, pur verificandosi normalmente tale scostamento, il management non riesce a gestire l'impresa esattamente come se fosse il titolare di essa: anche quando il management ha ampi poteri che gli consentono di decidere in autonomia la politica dell'impresa, terrà ugualmente conto, almeno in parte, degli interessi degli azionisti. Questo perché, pur puntando al livello più alto della variabile di suo interesse (che in Figura 10 è il secondo punto A alla destra), è comunque tenuto a procurare agli azionisti un livello minimo di remunerazione del capitale di rischio onde evitare di essere licenziato oppure di essere oggetto di scalata. Anche di fronte a una compagine di azionisti molto debole, scostarsi troppo dal massimo profitto fa comunque sorgere il rischio di *takeover* e di licenziamento da parte degli scalatori: la minaccia di scalata è uno strumento di disciplina del management creato dal mercato, sostitutivo della diretta supervisione degli azionisti.

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

Rassegne della letteratura: Furubotn e Pejovich (1973), p. 1149 ss.; Aoki (1984), p. 7, 34 ss.

7 Obiettivi diversi dal profitto: responsabilità sociale d'impresa (RSI)

- Ora andiamo a considerare una variante del precedente schema nell'ambito della cosiddetta responsabilità sociale d'impresa (RSI o CSR, che sta per *Corporate Social Responsibility*).

7.1 L'impresa assoggettata a RSI

- La responsabilità sociale d'impresa è una modalità di gestione che si discosta dal massimo profitto in quanto tiene conto anche di interessi diversi da quelli degli

azionisti. Questo avviene già nell'impresa manageriale: la differenza è che qui questi soggetti sono normalmente stakeholder esterni.

- Ogni organizzazione che svolge un'attività economica ha una molteplicità di soggetti interessati alla sua attività in quanto da essa è direttamente o indirettamente influenzato il loro benessere: sono questi gli stakeholder dell'organizzazione. Esempi: i fornitori, i lavoratori, gli investitori, i creditori, i clienti, ecc. Non tutti intrattengono rapporti formali con l'organizzazione di cui sono stakeholder (come ad esempio chi subisce i danni dell'inquinamento provocato dall'organizzazione con la sua attività).
- La RSI propone un modello di impresa alternativo all'impresa classica che è basato su obiettivi di impresa diversi dal massimo profitto. In questo sono simili alle teorie manageriali ma gli obiettivi considerati dalla RSI si distinguono da quelli discussi sopra al § Lezione 8. Prima di vedere le differenze è necessario dire qualcosa di più sulla RSI.
- Le teorie di RSI sono tante ma fondamentalmente sono riconducibili a due approcci principali:
 - attribuire all'impresa una missione sociale, alternativa alla massimizzazione del profitto,
 - includere nel gruppo di controllo stakeholder diversi dagli investitori e dai vari tipi di lavoratori – inclusi i manager – che fanno capo all'impresa.
- Entrambi sono approcci essenzialmente normativi, cioè indicano come dovrebbe essere l'impresa ideale, non come è nella realtà. Nel primo il management dovrebbe mirare a massimizzare una “utilità” che tenga anche conto degli interessi (benessere) di stakeholder esterni (e, laddove non è naturalmente portato a farlo, il management dovrebbe essere incentivato in tal senso). Nel secondo invece non si fa riferimento al comportamento del management – e alla modifica dei principi guida a cui deve sottostare – ma si punta sull'apertura del gruppo di controllo a stakeholder esterni alla società. È per questo che talvolta si parla delle imprese che aderiscono alla RSI come imprese multi-stakeholder.
- A noi qui interessa soprattutto il primo approccio, il quale presenta evidenti analogie con le teorie dell'impresa manageriale. In sostanza l'impresa capitalistica che applica la RSI è un'impresa manageriale dove gli interessi “altri” rappresentati al suo interno sono di natura sociale. Mettiamo da parte i problemi di decisione collettiva di cui abbiamo parlato al § 5 e immaginiamo che ci sia un gruppo omogeneo di controllori dotato di preferenze “sociali”. A fini illustrativi torniamo al contesto del § 4.
- Supponiamo di trovarci nella situazione di monopolio già studiata. Gli stakeholder dell'impresa – quale che sia la sua forma – in questo caso semplificato sono due: gli investitori e i consumatori. Come sappiamo, questi gruppi possono coincidere (come nel caso della coop di consumo), ma a noi qui interessa il caso in cui sono e rimangono distinti. Il nostro interesse in particolare è per l'impresa capitalistica multi-stakeholder: cioè capitalistica, perché sono investitori di tipo usuale coloro che mettono il capitale, ma anche multi-stakeholder perché la gestione tiene conto anche degli interessi di soggetti esterni, che in questo caso specifico non possono che essere i consumatori.
- Una funzione obiettivo che incorpora la RSI è la seguente:

$$\alpha\pi + (1 - \alpha)CS, \quad \frac{1}{2} < \alpha < 1 \quad (*)$$

dove CS denota come prima il surplus del consumatore. La funzione qui rappresentata è dunque una combinazione lineare del profitto e del surplus del consumatore, entrambi dipendenti dal prezzo di mercato. In questa impresa la struttura organizzativa “massimizza” questa funzione di utilità sotto i vincoli del mercato (funzioni di domanda) e della tecnologia (funzione di produzione/costo). Procedendo come abbiamo già fatto al § 4, possiamo studiare l’equilibrio RSI mediante il grafico seguente, che è sostanzialmente ripreso dalla Figura 9.

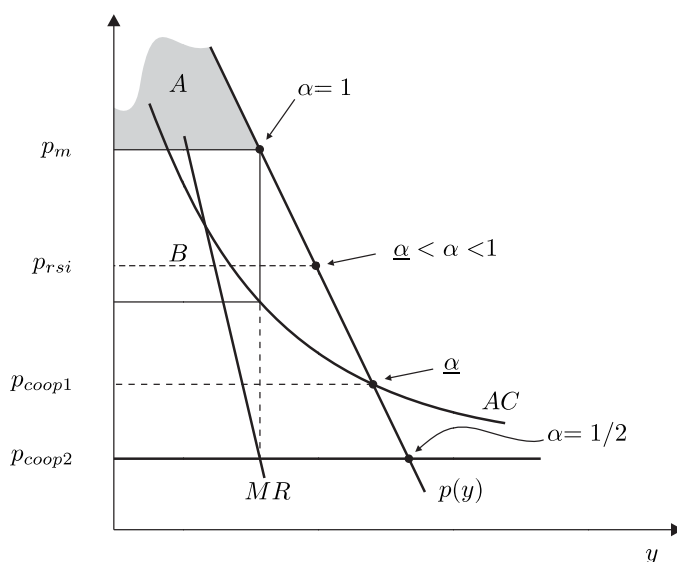


Figura 11: Equilibrio dell’impresa con RSI.

- Notiamo che per $\alpha = 1$ la (*) altro non è che la funzione di profitto, il cui punto di massimo è il prezzo di monopolio p_m . L’obiettivo RSI per α che tende a 1 tende dunque alla funzione di profitto e anche le soluzioni tenderanno a quella di monopolio for-profit: dunque p_m rappresenta il limite superiore al prezzo scelto dall’impresa con RSI. Se prendiamo invece $\alpha = 1/2$, la (*) coincide evidentemente con la funzione obiettivo della coop del § 4, e dunque il prezzo con RSI coinciderà con il costo marginale $c = p_{coop2}$. Si noti che il prezzo e le quantità prodotte/consumate sono le stesse che con coop, ma qui la situazione è molto diversa: non dimentichiamo che stiamo parlando di una impresa capitalistica dotata di RSI, quindi gli eventuali profitti sono comunque di competenza dei titolari dell’impresa. Questo è il motivo per cui è poco probabile che con RSI sia $\alpha = 1/2$, e quindi che il prezzo sia p_{coop2} .
- In questo caso i profitti sono negativi e i consumatori coprono con la loro spesa i costi variabili ma qualcun altro deve coprire il costo fisso F , e questi possono essere solo i titolari. Le perdite ricadono sui titolari e, se si realizza volutamente una perdita, questa è di fatto una donazione e i titolari si trovano nella posizione

di donatori, nonostante siano investitori.¹⁰ Un profitto negativo come risultato di una scelta gestionale non è impossibile sotto la RSI ma, come dicevamo, certamente poco probabile perché l'impresa è capitalistica. È più plausibile che gli investitori siano disponibili a rinunciare a una parte dei loro profitti a favore di terzi ma non a fare donazioni dal proprio patrimonio.

- Possiamo rappresentare tutto ciò in termini formali. Abbiamo visto che, per i valori di α compresi tra $\frac{1}{2}$ e 1, il profitto passa da un valore negativo a uno positivo. Poiché la funzione del profitto π è continua in α , deve esistere un valore $\underline{\alpha}$, $1/2 < \underline{\alpha} < 1$, tale che nella soluzione del problema di massimo (*) si verifica esattamente $\pi = 0$. È questo limite inferiore che individua l'intervallo della variabile significativo per la RSI, cioè $\underline{\alpha} \leq \alpha < 1$. Questo significa che la soluzione del problema di massimo (*) soddisfa il vincolo $\pi \geq 0$ e il limite inferiore al prezzo è p_{coop1} . Per valori intermedi del parametro α dunque il prezzo d'equilibrio con RSI sarà compreso tra i due limiti individuati, come p_{rsi} in Figura 11.¹¹
- (Condizioni di significatività della RSI) Abbiamo svolto la nostra analisi nell'ambito del monopolio e abbiamo visto che in questo contesto l'obiettivo (*) effettivamente determina comportamenti diversi da quelli dell'impresa che massimizza il profitto e, nei casi che abbiamo analizzato, determina anche incrementi di benessere sociale. Viene però da chiedersi: è sempre così? Sappiamo che in concorrenza perfetta la massimizzazione del profitto porta all'efficienza paretiana (I Teorema dell'economia del benessere) e pertanto altre modalità di gestione possono portare solo peggioramenti (equilibri non efficienti in senso paretiano). Detto altrimenti, se fossimo nelle condizioni ideali della concorrenza perfetta, sostituire l'obiettivo del massimo profitto con un altro qualsiasi – anche RSI – può solo peggiorare le cose dal punto di vista dell'efficienza paretiana (vedi par. Lezione 4). Dunque, affinché la RSI abbia un impatto positivo dal punto di vista dell'efficienza, è necessario che vi siano imperfezioni del mercato: si può dire che la RSI ha senso solo se vengono meno

¹⁰ Sulla vendita di servizi sotto costo nelle imprese non-profit con gli investitori che svolgono la funzione di donatori, cfr. Lakdawalla e Philipson (2006).

¹¹ Si può ragionare così. La funzione $\alpha\pi(p) + (1-\alpha)CS(p)$ ha come derivata prima $\alpha\pi'(p) + (1-\alpha)CS'(p)$ con $\pi'(p) \leq 0$, per $p \geq p_m$ ($\pi'(p_m) = 0$), e $CS'(p) < 0$ per ogni p . Dunque non può essere $p_{rsi} \geq p_m$. Consideriamo ora l'intervallo dei prezzi $[0, c)$. Ipotizziamo per assurdo che cada in questo intervallo il prezzo che massimizza (*), $p_{rsi} < c$. Se la funzione di utilità è concava e indichiamo con $\bar{p}$ il punto di massimo, per ogni $p > \bar{p}$ è $\alpha\pi'(p) + (1-\alpha)CS'(p) < 0$, e dunque $0 > \alpha\pi'(c) + (1-\alpha)CS'(c) > (\pi'(c) + CS'(c)) / 2$ da cui segue $\pi'(c) + CS'(c) < 0$ (in quanto $\pi'(p) > 0$ per $p \leq p_m$, e $CS'(p) < 0$ per ogni p): contraddizione (nel caso considerato $p^* = c$ è il prezzo di first best, ovvero deve essere $\pi'(c) + CS'(c) = 0$). Il prezzo ottimale con RSI dunque deve essere compreso tra i due limiti individuati, $c \leq p_{rsi} \leq p_m$ (in realtà sarà sempre sopra p_{coop1} , se si tiene conto anche del vincolo $\pi(p) \geq 0$).

le condizioni che abbiamo discusso al par. 3.1. L'unico piano su cui la RSI può avere un effetto potenzialmente positivo anche con mercati perfetti è quello della distribuzione del benessere sociale. A tal riguardo va notato che, anche quando non aiuta a raggiungere l'efficienza, la RSI sposta surplus da alcune categorie ad altre, in particolare dagli investitori ai consumatori. Questo trasferimento può essere valutato positivamente dal punto di vista del benessere sociale, nel senso che le perdite di benessere subite da alcuni possono essere valutate di minore valore per la società, rispetto a qualche criterio etico, dei guadagni di altri, con un saldo positivo in termini di benessere sociale. La RSI agisce dunque in tutto e per tutto come una tassa a carico di qualcuno, i cui proventi vanno a favore di qualcun altro. Secondo alcuni è discutibile che ciò venga attuato da privati e non dallo Stato (ricordiamo che la RSI è volontaria e rientra nell'ambito dei rapporti tra privati) e questo, come vedremo, è proprio uno degli argomenti che sono stati usati per criticare la RSI (vedi par. 7.2).

- (Il modello di RSI e il non-profit) Il modello di RSI che abbiamo studiato può essere facilmente adattato per rappresentare alcuni enti non-profit. Come vedremo meglio più avanti (cap. 8), gli enti non-profit sono caratterizzati dal divieto di distribuire gli eventuali utili realizzati. Prendiamo un ente che fornisce un servizio a pagamento, come ospedali, istituzioni educative, ecc. L'impresa che abbiamo studiato è dunque classificabile come non-profit quando non distribuisce profitti. Se nella (*) π rappresenta i profitti realizzati (per valori del parametro α tale che il prezzo scelto è maggiore di p_{coop1}) e accumulati, in quanto i profitti percepiti dai controllori sono uguali a zero (per il vincolo di non distribuzione degli utili), il grafico di Figura 11 può essere usato per descrivere il comportamento di una NP dove i controllori sono interessati al benessere dei terzi ma anche all'accumulazione di utili (ovv. accantonamento a riserva di utili non distribuiti) finalizzata all'investimento nell'impresa e indirettamente alla crescita dell'attività. Il modello di RSI che abbiamo sviluppato si presta quindi a trattare anche alcuni tipi di imprese non-profit. In effetti tra RSI e non-profit c'è una forte affinità e la RSI rappresenta un ponte tra il mondo dell'impresa capitalistica e il mondo del non-profit, di cui ci occuperemo più estesamente al cap. 8.

7.2 La critica di Friedman

- La RSI è di moda oggi in Italia e l'interesse in ambito scientifico – sia economico-politico sia economico-aziendale, oltre che di altre discipline – è crescente. Tuttavia è anche stata oggetto di varie critiche. Esse sono di due ordini principali:
 - Fattibilità: diversi studiosi mettono in discussione la sostenibilità della RSI, più precisamente che le imprese che si dotano di RSI possano durare a lungo sul mercato se questo è competitivo,
 - Desiderabilità: la RSI, indipendentemente dalla sua fattibilità concreta, semplicemente non sarebbe desiderabile per la società.

- Delle critiche mosse alla RSI sicuramente la più famosa e discussa è quella di Milton Friedman¹² del 1970.¹³ Prima di chiudere questo capitolo ripercorriamo velocemente i punti salienti di questa critica. Va precisato in via preliminare che tutto il ragionamento di Friedman è riferito alla società per azioni (corporation) che nella forma moderna è gestita da manager: quindi (come egli stesso precisa) si applica a questa e non necessariamente ad altre.
- Tutta l'argomentazione di Friedman si basa sul punto che il manager è obbligato nei confronti dei titolari e deve soddisfare i loro obiettivi. Il manager è un dipendente dei titolari d'impresa, i quali richiedono che persegua i loro obiettivi. "the manager is the agent of the individuals who own the corporation or establish the eleemosynary institution, and his primary responsibility is to them".
- Pertanto la responsabilità del manager è soddisfare i desideri degli azionisti: "Responsibility is to conduct the business in accordance with their desires which generally will be to make as much money as possible" (p. 212). Poiché normalmente i titolari sono azionisti, l'obiettivo usuale è il profitto ma la responsabilità vale nei confronti dei titolari, anche quando hanno obiettivi diversi dal profitto: "A group of persons might establish a corporation for an eleemosynary purpose—for example, a hospital or a school. The manager of such a corporation will not have money profit as his objective but the rendering of certain services" in questi casi dovrà seguirli. In ogni caso "his primary responsibility is to them" (p. 211) non altri, neanche la società: questo è il punto principale.
- Se la RSI ha un ruolo, come nota giustamente Friedman, deve prescrivere qualcosa di diverso da quel che vorrebbero i titolari (altrimenti sarebbe inutile), e quindi contro di essi. Più esplicitamente, applicando RSI, "the corporate executive would be spending someone else's money for a general social interest" e questo equivale a imporre una tassa sui titolari: "if he does this, he is in effect imposing taxes" il che è criticabile "on two levels: principle and consequences. On the level of political principle, the imposition of taxes and the expenditure of tax proceeds are governmental functions ...". Il manager diventa in questo modo un agente politico e il sistema di puro socialismo: la "doctrine of "social responsibility" involves the acceptance of the socialist view that political mechanisms, not market mechanisms, are the appropriate way to determine the allocation of scarce resources to alternative uses". (Questo non si applica all'imprenditore individuale/manager: "The situation of the individual proprietor is somewhat different" perché se spende, spende il suo.)
- È qui richiamata la contrapposizione tra Stato/decisione politica e mercato tipica delle dottrine liberali, a cui Friedman aderisce. In un sistema puro di mercato "an ideal free market resting on private property, no individual can coerce any other, all cooperation is voluntary" dove il punto fondamentale è la partecipazione volontaria a qualsiasi relazione economica e quindi l'assenza di potere, in questo senso si può parlare di uniformità. Invece nel sistema politico c'è il potere

¹² Vincitore del Nobel per l'economia nel 1976.

¹³ Friedman M., "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits", *New York Times*, Magazine, September 13, 1970 (scaricabile dalla pagina web del corso) che riprende idee precedentemente sviluppate dall'autore nel saggio Friedman (1962).

(anche se della maggioranza, democratico): “It is appropriate for some to require others to contribute to a general social purpose whether they wish to or not” e la minoranza deve conformarsi. La differenza tra i due è racchiusa nel binomio *uniformity/conformity*.

- Il secondo piano della critica chiama in causa la non fattibilità della RSI, in seguito propugnata da diversi autori. Oltre a non essere desiderabile, la RSI non è neanche fattibile a causa della possibilità di *takeover*: “... And, whether he wants to or not, can he get away with spending his stockholders’... money? Will not the stockholders fire him?” o quelli attuali o quelli che subentrano a seguito di takeover reso possibile proprio dall’abbassamento del valore di mercato dell’azienda a causa della RSI: “those who take over when his actions in the name of social responsibility have reduced the corporation’s profits and the price of its stock” (213).

Bibliografia per approfondimenti

(non richiesto per esame)

Per saperne di più su RSI rimandiamo al libro:

Sacconi L. (a cura di), *Guida critica alla responsabilità sociale e al governo di impresa*, Roma: Bancaria, 2005.

Come introduzione generale alla RSI è consigliabile l’articolo presente in questo volume:

Sacconi L., “CSR: contesto, definizione e mappa per orientarsi”, *ivi*, p. 11-53 (scaricabile dal sito del corso)

Per ulteriori approfondimenti si veda Sacconi (2005b).

8 Impresa e altruismo: l’impresa non-profit

- Nel cap. 7 abbiamo visto che l’elemento qualificante della RSI è la presenza, oltre al profitto π , della variabile *CS* tra le variabili indipendenti della funzione di utilità (*). Questa riguarda il benessere di altri e ciò vuol dire che i controllori dell’impresa hanno di fatto un atteggiamento altruista (potrebbero anche essere spinti da motivazioni opportunistiche di promozione commerciale nei confronti di consumatori con preferenze “sociali”, senza essere veramente interessati al benessere dei beneficiari, come argomenta una certa letteratura, ma almeno in superficie sono altruisti). La RSI può dunque essere vista come una espressione di altruismo – la cura degli altri – e sicuramente è tale in tutti i casi in cui tali comportamenti riflettono un’attitudine realmente disinteressata dei titolari. Le imprese assoggettate alla RSI rimangono comunque di natura capitalistica: tra le variabili indipendenti della funzione di utilità (*) compare anche il profitto e dunque nelle loro decisioni i controllori dell’impresa RSI tengono conto anche di questo. Non sono tuttavia solo queste le imprese che hanno una gestione altruistica: anche le imprese cosiddette non-profit hanno questa natura ma si distinguono nettamente da quelle capitalistiche. In questo capitolo ci occupiamo brevemente di queste ultime.

8.1 Il non-profit: nozione

- (*Nozione di base*) Con il termine *non-profit* si possono intendere (e si intendono correntemente) tante cose diverse, dal volontariato alla beneficenza. Non ci interessa qui fare un esame delle diverse accezioni e delle tante forme che il non-profit assume nella realtà (per una trattazione dettagliata rimandiamo al cap. 8.5 di Mori, 2015), ci basta identificare alcune caratteristiche di base che sono comunque sempre presenti. La prima e più fondamentale è sicuramente il *vincolo di non distribuzione degli utili* a coloro che hanno il controllo dell'ente:¹⁴ non ci può essere non-profit se almeno questa condizione di base non è soddisfatta. Gli enti che sottostanno a questa regola sono i più vari, come risulta chiaro dai censimenti ISTAT del non-profit (v. tabella in Appendice).
- (*Principali categorie*) Sulla base delle loro finalità si possono distinguere due tipologie principali di enti NP. Enti come le società sportive amatoriali, che svolgono un'attività finalizzata a procurare benefici ai propri associati, hanno una *natura mutualistica* che le avvicina molto alle cooperative di consumo. Se si guardano i dati italiani (ad es. l'ultimo censimento del non-profit del 2011 a cura dell'ISTAT), spicca a livello quantitativo (numerosità), proprio questa componente del non-profit. Naturalmente c'è poi anche una seconda categoria di enti, quelli di *natura caritativa*, che hanno come beneficiari diretti soggetti esterni al gruppo di controllo dell'ente. Qui ci occupiamo di questi ultimi.

8.2 Comportamenti altruistici e beni pubblici

- Se un ente non-profit svolge un'attività di tipo caritativo, di fatto dona beni o servizi a soggetti terzi. Pertanto, non finanziandosi con le vendite, deve a sua volta ricevere donazioni da altri soggetti, comunque denominati (donatori, sostenitori, finanziatori, ecc.). Si tratta dunque di enti per i quali il *dono* ha un ruolo centrale: attraverso donazioni ricevono le risorse finanziarie o reali (beni o servizi, come il lavoro) con le quali acquistano/producono i beni/servizi che poi donano a loro volta ai beneficiari terzi, come illustra lo schema seguente.

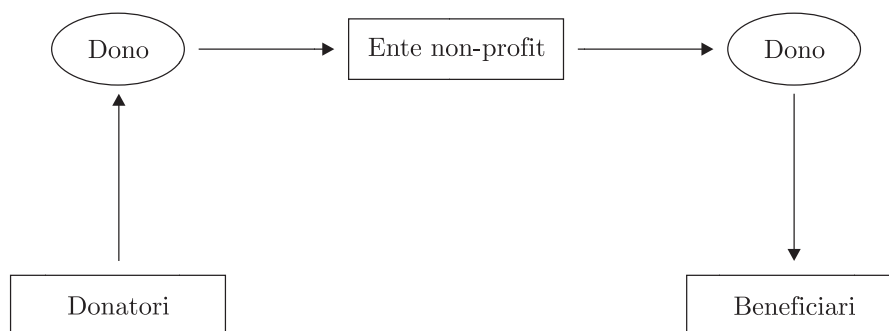


Figura 12: Il percorso del dono.

¹⁴ Secondo l'ONU gli enti non-profit "Sono enti giuridici o sociali creati allo scopo di produrre beni e servizi, il cui status non permette loro di essere fonte di reddito, profitto o altro guadagno per le unità che le costituiscono, controllano o finanziano", United Nations (2003), p. 12.

- È evidente che a monte di tutto c'è una motivazione altruistica che spinge alcuni individui (“donatori”) a donare beni, denaro o tempo ad altri (“beneficiari”) per le motivazioni più varie - etiche, religiose, culturali, ecc. A noi non interessano qui le motivazioni ma come si possono rappresentare mediante un modello.
- Quando si dona un oggetto qualsiasi, anche denaro, si vuole procurare un incremento di benessere al beneficiario, consentendogli di effettuare consumi che altrimenti non potrebbe permettersi. Nella teoria economica di base i consumatori sono soggetti la cui utilità (benessere) dipende dai loro consumi. Anche i donatori possono essere considerati come una particolare categoria di consumatori, il cui benessere dipende, oltre che dai propri consumi, anche dai consumi dei soggetti di cui si prendono cura.
- (*Altruismo e scelta razionale del donatore-consumatore*) Dire che il comportamento altruistico si può rappresentare come una scelta razionale dell'individuo nel senso della microeconomia non implica nulla riguardo alle motivazioni e quindi ai suoi reali contenuti. È un'affermazione che riguarda solo la rappresentazione e questa è neutra, ovvero compatibile con molteplici teorie dell'altruismo, su cui non ci addentriamo. Se tuttavia accettiamo questo modo di rappresentare l'altruismo, dobbiamo anche essere consapevoli fino in fondo del suo significato e di ciò che comporta.
Proviamo a scrivere in simboli quanto abbiamo affermato sopra e per far questo facciamo riferimento a un caso molto semplice. Immaginiamo che ci sia un donatore (D) che dona a un beneficiario (B) un bene qualsiasi, diciamo delle mele, per suo uso. Le mele le mangia anche il donatore e allora dobbiamo distinguere le quantità consumate dall'uno e le quantità consumate dall'altro, x_D, x_B . Il beneficiario deriva dal consumo delle mele ricevute in dono un'utilità che indichiamo con $u_B(x_B)$. Il donatore trae un'utilità dal suo consumo di mele, x_D , ma anche, come si è detto, dal consumo di B, x_B , cioè $u_D(x_D, x_B), u'_{DD} > 0, u'_{DB} > 0$.
- Il problema di scelta del consumatore altruista può a questo punto essere rappresentato in modo usuale (M è la quantità di moneta spendibile):

$$\begin{array}{ll} \max_{x_D, x_B} & u_D(x_D, x_B) \\ \text{sub} & \\ & p_x(x_D + x_B) \leq M. \end{array}$$

(notiamo che in equilibrio le due quantità debbono soddisfare l'uguaglianza delle utilità marginali $\partial u_D / \partial x_D = \partial u_D / \partial x_B$.)

- (*Classificazione economica dei beni*) Per cogliere il significato di quanto abbiamo scritto, dobbiamo fare un passo indietro. Si possono individuare diverse categorie di beni che sono definite sulla base del grado di rivalità e di escludibilità. *Rivalità* significa che il consumo da parte di uno preclude il consumo dello stesso bene da parte di altri, ovvero l'uso del bene che faccio io è sottratto a altri (nel caso puro a *tutti* gli altri). L'*escludibilità* si riferisce al **potere** di qualcuno di escludere in qualche modo altri dall'uso di un bene (nel

caso puro *tutti* gli altri). Questo potere va inteso come effettivo (effettivamente esercitato), non solo formale. La sola capacità formale di esclusione non sembra significativa ai fini della classificazione dei beni: se qualcuno ha un potere formale di esclusione da un bene – ad es. un prato – ma per qualsiasi motivo nessuno fosse poi escluso (anche volontariamente: avere un potere vuole anche dire decidere se usarlo o meno), saremmo nel caso classico del pascolo come bene comune (v. avanti, in part. Tabella 1).¹⁵

La caratteristica della rivalità dipende per lo più dalle caratteristiche fisiche dei beni, e quindi ha per lo più natura *intrinseca* al bene. Con la escludibilità è diverso. Vi sono beni non escludibili in assoluto, cioè che, per la loro natura fisica in nessun caso possano essere esclusi dall'uso: per questi beni la non escludibilità è una proprietà intrinseca e immodificabile ma questi casi sono molto rari (un esempio è quello dei banchi di pesca in acque internazionali). L'escludibilità più frequentemente dipende da attributi di natura *sociale* e spesso accade che lo stesso bene fisico sia escludibile o meno a seconda delle circostanze. Ad esempio sono strumenti di esclusione i *diritti di proprietà* e le consuetudini socialmente accettate che assegnano a un individuo o a determinati individui l'uso esclusivo di un bene.

Combinando a due a due, in tutti i modi possibili, le proprietà Escludibile, Non Escludibile, con le proprietà Rivale, Non Rivale, si ottengono quattro coppie: E-R, E-NR, NE-NR, NE-R. Ciascuna di esse identifica una specifica categoria di beni, come indicato nella seguente tabella, dove all'incrocio di una riga con una colonna è riportato il nome della tipologia di bene corrispondente:

	E	NE
R	privato	comune (<i>commons</i>)
NR	club	pubblico

Tabella 1: Una classificazione economica dei beni.

Esempi: mela di cui ho il possesso esclusivo = bene *privato*; luce di un faro in mare = bene (immateriale, cioè servizio) *pubblico*; visione di un film in un cinema ad accesso ristretto (ad es. con pagamento biglietto) = bene (servizio) di *club*; pascolo ad accesso libero = bene *comune*.

Si noti che i beni di club sono affini ai beni pubblici: sono beni non rivali all'interno di un gruppo che ne ha il godimento esclusivo perché ha potere di escludere dal consumo tutti gli esterni al gruppo (come nell'esempio della visione di un film al cinema); si potrebbe dire che sono beni pubblici per un gruppo ristretto.¹⁶ I beni comuni sono dunque l'esatto contrario dei beni di club,

¹⁵ Sembra chiaro che il dato rilevante ai fini della classificazione è se alcuni dei potenziali utenti (quelli che hanno un interesse effettivo all'uso) sono o meno effettivamente esclusi (cioè vorrebbero accedere ma non possono), non l'astratta possibilità di escludere dall'uso (categoria troppo ampia, inclusiva sia dei beni che classifichiamo come privati, sia dei beni comuni). Dunque la semplice esistenza di un potere di esclusione, non effettivamente esercitato, non interessa ai nostri fini e di fatto un bene è escludibile se è effettivamente oggetto di esclusione per qualcuno.

¹⁶ Chiaramente, se ci limitiamo a considerare solo il gruppo che ha accesso al bene, la distinzione tra bene pubblico e bene di club perde consistenza e si può usare indifferentemente l'uno o l'altro termine come nell'analisi che faremo più avanti (cfr. § 8.3).

che invece sono non rivali e escludibili, come i beni pubblici sono il contrario di quelli privati.

- Torniamo ora al problema del consumatore altruista. È chiaro che le mele x_D che consuma il donatore sono un bene privato (puro): sono rivali (una volta che le ha mangiate, non ne gode più nessun altro) e escludibili (sono mie e le mangio io: il proprietario delle mele ha un potere di esclusione garantito dal sistema giuridico). Soffermiamoci ora sulle mele donate e consumate dal beneficiario, x_B . Queste figurano sia nella funzione di utilità del donatore sia del beneficiario. Dunque quella stessa quantità procura un beneficio sia all'uno sia all'altro e, da questo punto di vista, è come dire che essa è consumata contemporaneamente da entrambi i soggetti. In effetti, non c'è la rivalità: il consumo da parte del beneficiario non diminuisce il consumo da parte del donatore (sia pure con modalità diverse). Ma non c'è nemmeno la escludibilità, perché il beneficiario non ha nessun potere di escludere dal beneficio il donatore, una volta che consuma la sua mela. Pur trattandosi dello stesso oggetto fisico, la mela consumata dal beneficiario del dono è di natura economica diversa dalla stessa mela fisica consumata dal donatore: la seconda è un classico bene privato, la prima ha invece la natura di bene non rivale. Più precisamente, fa parte di quella sotto-categoria particolare di beni non rivali che sono i beni di club (coloro che in un modo o nell'altro "consumano" sono solo il donatore e il beneficiario e tutti gli altri ne sono esclusi). Ecco il punto generale, che vale anche al di là dell'esempio: se rappresentiamo l'altruismo come una forma di consumo, ci deve essere consumo di un bene pubblico (o di club).

8.3 L'imprenditore non-profit di tipo caritativo

- Ora facciamo un passo avanti: vogliamo analizzare un'impresa non-profit di tipo caritativo. La sua essenza è l'altruismo, che però prende una forma diversa dal caso del consumatore che acquista sul mercato un bene per donarlo a un altro. Impresa è produzione e l'impresa altruistica è un'impresa che produce perseguendo finalità altruistiche.¹⁷
- Nell'impresa NP abbiamo un titolare, ovvero un imprenditore (continuiamo a usare questo termine come prima ma è chiaro che lo stiamo usando in un senso particolare, quello di imprenditore sociale, su cui ritorneremo più avanti). Prendiamo un caso semplice. C'è un individuo (l'imprenditore) che possiede la tecnologia produttiva per produrre un bene y che poi viene venduto sul mercato. La tecnologia è associata a una funzione di costo $c(y)$ e il bene ha una domanda (inversa) di mercato $p(y)$. L'imprenditore trae utilità diretta dalla produzione del bene, non dal suo consumo (attenzione a non far confusione: a questo imprenditore non interessa consumare quel che produce ma gli interessa la produzione in quanto tale, che poi attraverso il mercato raggiunge coloro che vuole beneficiare). Come abbiamo visto nell'esempio di sopra, esso non consuma questi beni come beni privati, che sono invece consumati da altri, ma trae godimento dal consumo che fanno questi altri; dunque consuma quei beni

¹⁷ Seguiamo qui Lakdawalla e Philipson (2006).

nella loro componente di bene pubblico. In altre parole, c'è un piacere per l'imprenditore che deriva dalla quantità/qualità prodotta indipendentemente se comporta un profitto o meno. Nelle imprese for-profit invece non c'è questo tipo di interesse ma solo un interesse per il profitto, cioè una variabile correlata alla quantità/qualità prodotte (dunque c'è solo un interesse indiretto per la quantità/qualità).

- Dal punto di vista formale questo vuol dire che nella funzione di utilità compare un ulteriore argomento rispetto al profitto (cioè occorre una funzione di utilità che combini assieme profitto con questo ulteriore fattore indipendente; il profitto da solo non basta per rappresentare il benessere dell'imprenditore). La presenza di questo fattore “altruistico” determina effetti altruistici sulla quantità/qualità che non si verificano in FP (in particolare, NP hanno comportamenti diversi da FP perfino in eq. di concorrenza perfetta). Dunque, l'imprenditore ha un'utilità

$$v(y, \pi(y))$$

dove $\pi(y) = p(y)y - c(y)$. È y come argomento indipendente di v che caratterizza l'effetto di cui stiamo parlando. Ribadiamo che qui stiamo parlando di un fattore con effetti diretti, non solo indiretti (che quantità/qualità comunque hanno sul benessere individuale attraverso il profitto).

- L'equilibrio di NP è caratterizzato dalla condizione

$$p'y + p = c' - \frac{v_y}{v_\pi} \Leftrightarrow \max_y v(y, \pi(y)) \quad (**)$$

dove con v_y indichiamo la derivata (parziale) di v rispetto a y ($v_y = \partial v / \partial y$) e analogamente v_π rispetto a π ($v_\pi = \partial v / \partial \pi$).

- La condizione (**) altro non è che una generalizzazione della usuale $MR = MC$: per $v_y = 0$ la condizione si riduce a quella usuale di massimo profitto del monopolio.
- L'equilibrio dell'impresa altruistica si può rappresentare graficamente mediante la seguente figura.

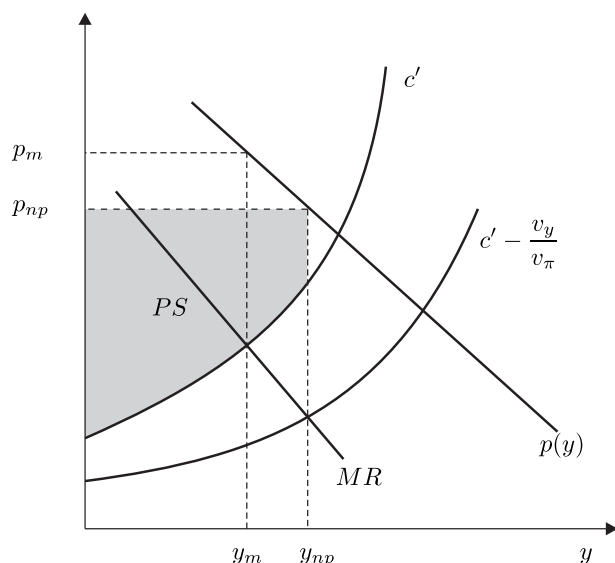


Figura 13: Equilibrio dell'impresa altruistica in monopolio.

La curva $(c' - \frac{v_y}{v_\pi})$ consente di determinare nel modo usuale (intersezione con curva MR) la quantità di equilibrio dell'impresa monopolistica e quindi, attraverso la curva di domanda, il prezzo di equilibrio p_{np} . L'area del trapezoide ombreggiato PS rappresenta il profitto al lordo dei costi fissi, F (profitto lordo = ricavo – costo variabile¹⁸, anche detto *surplus del produttore*). Dal grafico non si può sapere l'ammontare del profitto π (netto) in quanto dall'area di PS si devono sottrarre i costi fissi F (profitto netto = profitto lordo - F). Si noti che se è $\pi > 0$, si realizzano profitti ma questi non possono essere distribuiti (ricordiamo che siamo in un'impresa NP, e quindi soggetta a vincolo di non distribuzione degli utili), e quindi π rappresenta in questo caso l'ammontare di riserve accumulate nel periodo. Il fine dell'accumulazione di riserve da parte di un imprenditore non-profit è che queste possono essere impiegate in futuro per fare investimenti e allargare l'attività: quindi rappresentano indirettamente un maggior benessere futuro derivante da una maggiore quantità y che sarà possibile far consumare ai beneficiari. Se invece al prezzo scelto si verifica $\pi < 0$, questo significa che l'imprenditore deve coprire delle perdite, se vuole continuare l'attività anche in futuro, e dunque a fare una donazione dal suo patrimonio, che va indirettamente a beneficio dei beneficiari dell'attività.

L'equilibrio dell'impresa NP è simile a quello dell'impresa capitalistica con RSI: il comportamento di NP è chiaramente diverso da FP, nel senso che anche nel caso di concorrenza perfetta ($p_y = 0$): l'effetto “altruistico” determina un aumento della quantità/qualità prodotta rispetto alla FP.

(Concorrenza perfetta)

¹⁸ Dato dall'area del trapezoide sotto la curva c' .

- Un punto interessante è che anche in concorrenza perfetta le preferenze altruistiche determinano effetti sui comportamenti delle imprese, e quindi sugli equilibri di mercato, che invece sono assenti con obiettivi di tipo egoistico (per il Teorema di separazione, cap. 3).
- La principale difficoltà per l'analisi della concorrenza perfetta è che non esiste una relazione funzionale data tra domanda del bene prodotto da una singola impresa e prezzo, come invece esiste in monopolio. Quel che succede è che, essendoci perfetta informazione sul mercato, tutti i consumatori conoscono tutti i prezzi quotati sul mercato e si possono spostare immediatamente e senza costo da un venditore (impresa) all'altro. Per capire nel modo più semplice le implicazioni di ciò, immaginiamo che in un certo istante ci sia un unico prezzo di mercato a cui avvengono gli scambi. Se un'impresa pretendesse un prezzo più alto, data la sua dimensione trascurabile rispetto alla dimensione complessiva del mercato, la sua domanda individuale è uguale a 0. Se invece accettasse un prezzo più basso di quello di mercato, tutta la domanda del mercato confluirebbe su quell'impresa e la domanda individuale dell'impresa coinciderebbe di fatto con quella del mercato (in pratica, essendo la dimensione della singola impresa quasi nulla rispetto al mercato, è come se la sua domanda fosse infinita, perché, quale che sia, comunque eccederebbe la sua capacità produttiva). È chiaro che un'impresa che ha come obiettivo massimizzare il profitto, non ha nessuna convenienza ad abbassare il prezzo, perché al prezzo corrente il mercato assorbe tutta la produzione ottimale (ecco perché questa ipotesi nei manuali di micro, che trattano solo dell'impresa che massimizza il profitto, non viene nemmeno presa in considerazione). Diverso è il discorso per un'impresa non-profit che, come abbiamo visto, può anche scegliere di andare in perdita per finalità altruistiche e quindi può effettivamente considerare ribassi di prezzo. Però, nelle condizioni di mercato descritte non esiste una funzione di domanda individuale dell'impresa del tipo $y = D(p)$ ($p(y) = D^{-1}(p)$), come invece esiste in monopolio: la domanda della singola impresa dipende non solo dal prezzo che essa pratica ma anche dai prezzi praticati dai concorrenti (se si ammette, che un'impresa possa ridurre il proprio prezzo, dobbiamo ammettere che anche altre lo possano fare, e quindi che ci siano potenzialmente tanti prezzi quante sono le imprese sul mercato) e quindi non c'è una funzione semplice come $D(p)$ che la rappresenta. C'è tuttavia un caso in cui possiamo aggirare tutti questi problemi e svolgere una semplice analisi, sostanzialmente applicando con minime modifiche il modello che abbiamo sviluppato per il monopolio: il caso del lungo periodo.¹⁹
- Come sappiamo dalla micro di base,²⁰ il lungo periodo è quel periodo di lunghezza tale che le imprese che vogliono entrare sul mercato o uscire da esso possono farlo. Il fenomeno più rilevante nel lungo periodo è dunque la entrata/uscita di imprese, sempre che non ci siano barriere all'entrata e all'uscita, cosa che usualmente si assume, e anche noi assumiamo.

¹⁹ Se invece volessimo trattare il caso dell'equilibrio di breve periodo (che è quello usuale dei corsi di base di microeconomia e di cui anche noi abbiamo parlato nei capitoli precedenti) sarebbe necessario rappresentare le preferenze e le decisioni dell'imprenditore altruista in modo diverso. Tralasciamo questa complicazione, essendo ai nostri fini sufficiente l'analisi del lungo periodo.

²⁰ Vedi ad es. Varian (1993), cap. 22.

- Concentriamoci sul caso di imprese (già insediate o potenziali) tutte uguali, dotate cioè della stessa tecnologia di produzione e della stessa funzione di costo. Pertanto il profitto è per tutte definito come $\pi(y) = py - c(y)$ (p è il prezzo a cui viene venduta la produzione dell'impresa, y , indipendentemente se l'uno e l'altra sono di equilibrio o meno).
- È facile individuare il prezzo di equilibrio di lungo periodo dell'industria nelle circostanze considerate. Lo possiamo fare grazie alle curve di indifferenza all'entrata rappresentate nella Figura 14. Queste curve sono insiemi di coppie di prezzo e quantità prodotta (y, p) tali che a quel prezzo per l'impresa è indifferente stare sul mercato (o uscire da esso). Queste curve sono evidentemente differenziate a seconda della natura dell'impresa. Prendiamo un'impresa capitalistica tradizionale con finalità lucrative (cioè che massimizza il profitto). Se non ci sono barriere all'entrata, l'impresa entra quando ci sono prospettive di profitto, esce invece quando va in perdita. La curva più alta in nella Figura 14 è l'insieme dei punti $\{(y, p) \mid \pi(p, y) = 0\}$ (di fatto coincide con la curva di costo medio $c(y) / y$). Se il prezzo di mercato è maggiore del prezzo minimo $\bar{p}_{fp}$ vuol dire che è possibile per un'impresa entrare facendo un profitto positivo: dato un prezzo qualsiasi $p > \bar{p}_{fp}$, la retta orizzontale di ordinata p taglia la curva $\{(y, p) \mid \pi(p, y) = 0\}$ e questo significa che esiste una coppia $(y, p - \varepsilon), \varepsilon > 0$, in cui una nuova impresa che entra sul mercato realizza un profitto positivo (al prezzo $p - \varepsilon$ la nuova impresa sottrarre tutte le vendite a un'altra impresa che è già sul mercato, e quindi sta realizzando un profitto positivo, per cui anch'essa realizza a sua volta un profitto positivo, seppur leggermente più piccolo)²¹. Viceversa, per prezzi $p < \bar{p}_{fp}$ nessuna impresa entrerebbe sul mercato e quelle che ci sono vorrebbero uscire perché l'utilità massima che possono realizzare è negativa (se un numero consistente di imprese escono, ci si deve attendere una risalita del prezzo di mercato perché si determina un deficit di offerta rispetto alla domanda). L'unico prezzo compatibile con l'assenza di entrata e di uscita è dunque $\bar{p}_{fp}$ e il prezzo di mercato sarà spinto verso questo equilibrio di lungo periodo (che è unico se la curva di indifferenza all'entrata è a U), sempre che esista un numero sufficiente di imprenditori potenziali disposti a entrare sul mercato (nelle analisi di lungo periodo si suppone solitamente che questi siano in numero infinito, e anche noi lo supponiamo senza ulteriori approfondimenti).
- Lo stesso discorso si può fare per le imprese altruistiche ma la curva di indifferenza all'entrata è in questo caso definita in modo diverso. Qui non è più il profitto l'obiettivo e non è più il profitto positivo il movente dell'entrata, bensì l'utilità dell'imprenditore altruista. Analogamente all'imprenditore lucrativo, quello altruista entra nel mercato se pensa di ricevere un'utilità maggiore dell'utilità che si ottiene stando fuori, e che per comodità possiamo assumere

²¹ Se le imprese sul mercato producono un livello y e a un prezzo p che giacciono esattamente sulla curva di indifferenza all'entrata, per potersi appropriare di tutta la quota di mercato di un altro e realizzare al tempo stesso un profitto positivo la nuova impresa che entra dovrà anche aumentare o ridurre la quantità prodotta, a seconda dai casi, oltre a abbassare il prezzo.

uguale a 0, ovvero $v(y, \pi(p, y)) > v(0, 0) = 0$ (viceversa esce, se non c'è la possibilità di realizzare un'utilità positiva). Applicando la stessa argomentazione di sopra, si arriva alla conclusione che l'unico prezzo di mercato in cui nessuna impresa altruistica entra o esce è l'ordinata del minimo della curva $\{(y, p) \mid v(y, \pi(p, y)) = v(0, 0)\}$, cioè $\bar{p}_{np}$.

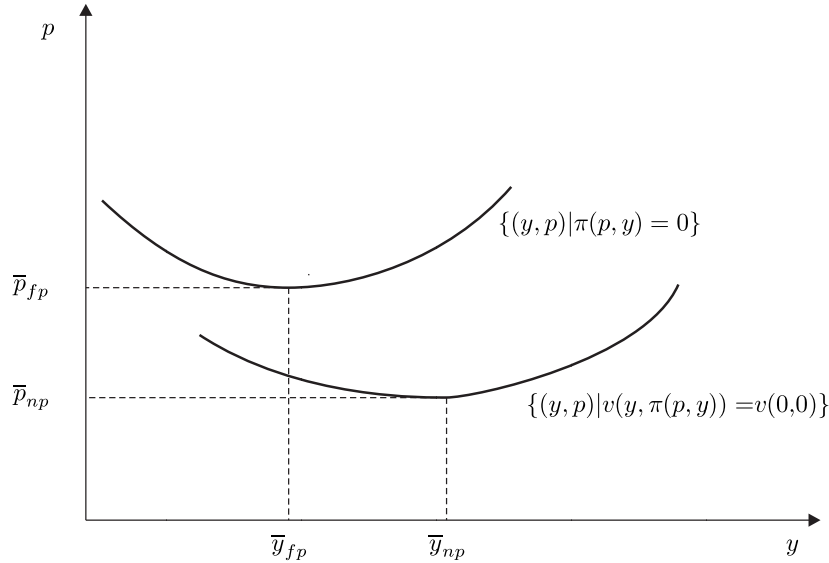


Figura 14: Equilibrio dell'impresa altruistica in concorrenza perfetta (lungo periodo).

– Osservazioni:

- Nel prezzo $\bar{p}_{np}$ il profitto è negativo per i seguenti motivi. In $(\bar{p}_{np}, \bar{y}_{np})$ il profitto è uguale a 0 (per definizione è $\pi(\bar{p}_{fp}, \bar{y}_{fp}) = 0$) e dunque, per qualsiasi quantità $y > 0$ è $v(y, 0) > 0 = v(0, 0)$; pertanto, essendo la funzione di utilità crescente nel profitto, affinché si abbia $v(\bar{y}_{np}, \pi(\bar{p}_{np}, \bar{y}_{np})) = 0$, deve necessariamente essere $\pi(\bar{p}_{np}, \bar{y}_{np}) < 0$. In conclusione, nell'equilibrio di lungo periodo le imprese altruistiche del tipo considerato realizzano perdite e di fatto gli imprenditori altruisti fanno donazioni dal proprio patrimonio personale per sostenere la produzione (o meglio, per sostenere i prezzi bassi a cui la produzione è venduta, a beneficio dei compratori).
- Il comportamento delle imprese non-profit in concorrenza perfetta in equilibrio di lungo periodo è diverso da quello delle imprese for-profit gemelle (ovvero dotate della stessa tecnologia): si producono quantità diverse, si praticano prezzi diversi e si realizzano diverse quantità di utili (in NP si va in perdita).
- Se c'è un numero di potenziali imprenditori altruistici, tale da soddisfare la domanda di mercato al prezzo di equilibrio, le imprese non-profit saranno le uniche a rimanere sul mercato, di fatto eliminando tutte le imprese lucrative:

le imprese lucrative non sono in grado di sostenere la concorrenza delle imprese non-profit.

- Questi risultati sono dovuti all'obiettivo altruistico e in ultima analisi alla presenza di beni pubblici, cosa che invece il Teorema di separazione esclude (cfr. condizione 2) del cap. 3.1).

9 Sintesi e conclusioni

Nella vulgata dei corsi di micro e macro di base l'impresa è descritta come un "individuo" dotato di un particolare obiettivo - il profitto - che si comporta seguendo lo stesso schema del consumatore (massimizzazione sotto vincoli della funzione obiettivo, "razionalità"). L'aspetto più importante di questa concezione è certamente che l'impresa ricerca il massimo profitto. In effetti è questa l'idea più diffusa di impresa non solo in ambito scientifico ma anche fuori: anche l'uomo della strada si immagina l'impresa come un soggetto alla ricerca del massimo profitto possibile. Ma nella visione tradizionale ci sono anche ulteriori tratti rilevanti: consumatori e imprese vivono in totale separatezza dal punto di vista decisionale e né i ruoli ricoperti dai titolari/controllori nel loro rapporto con l'impresa, né le loro preferenze, né la distribuzione delle quote di partecipazione al controllo/reddito d'impresa hanno alcuna rilevanza per i suoi comportamenti. La visione tradizionale afferma in sostanza l'inesistenza di un qualsiasi ruolo dei titolari dell'impresa e l'irrilevanza delle attività di direzione. La realtà ci riporta, in modo abbastanza evidente, qualcosa di diverso da tutto ciò ma non per questo dobbiamo fermarci a questa osservazione, quasi banale, e semplicemente limitarci a respingere la teoria di base. È invece importante andare oltre e capire dove questa visione viene meno e per quali motivi.

L'analisi che abbiamo svolto ci ha portato a individuare come influiscono le caratteristiche dell'imprenditore – in particolare motivazioni e obiettivi – sui comportamenti dell'impresa. In sintesi, abbiamo visto che:

- 1) La natura dei titolari d'impresa è irrilevante per i comportamenti dell'impresa solo in condizioni molto particolari (§ Lezione 4),
- 2) La massimizzazione del profitto non è sempre l'obiettivo dell'impresa, neanche di quelle capitalistiche (§ Lezione 8),
- 3) Non sempre è identificabile un obiettivo dell'impresa (§ 5),
- 4) Anche le imprese capitalistiche possono deviare dal massimo profitto per motivazioni di tipo altruistico (cfr. § 7.2): l'altruismo non è in generale incompatibile con l'impresa, nemmeno con quella capitalistica.
- 5) Ci sono poi imprese altruistiche (NP di tipo caritativo) dove la deviazione dal massimo profitto è la norma ed è direttamente riconducibile a particolari obiettivi dei controllori ed alla presenza di beni pubblici, di tipo particolare.

L'indagine sulle motivazioni dell'imprenditore ci ha portato in modo naturale a occuparci anche di forme d'impresa diverse da quelle capitalistiche. Il capitalismo moderno è caratterizzato da una ecologia di forme d'impresa: non c'è una forma unica, buona per tutte le situazioni, ma in esso convivono più forme.

Nella II parte ci siamo mossi al livello della governance dell'impresa. In un certo senso ci siamo concentrati sul livello "alto" della struttura organizzativa d'impresa, dove si collocano gli organi di controllo. È il luogo dove si definiscono le strategie di

mercato dell'impresa, componendo gli interessi dei diversi soggetti che fanno parte a vario titolo del gruppo di controllo e talvolta, come abbiamo visto, anche di soggetti esterni ad esso (RSI). L'organizzazione d'impresa tuttavia non riguarda solo questo. Un'ulteriore importante funzione dell'organizzazione è gestire le risorse interne dell'impresa. Nei modelli che abbiamo fin qui considerato la tecnologia (sintetizzata dagli insiemi di produzione e dalle funzioni di costo/produzione) è assunta data e indipendente dall'organizzazione. Nella realtà non è così. Le risorse possono essere usate meglio o peggio e per talune, in particolare il lavoro, l'“uso” dipende anche da decisioni discrezionali di soggetti che normalmente non fanno parte del gruppo di controllo, i lavoratori. Un problema estremamente rilevante è dunque come incentivare i fornitori di input, in particolare i lavoratori, a indirizzare le loro decisioni discrezionali nell'interesse dell'impresa e non contro di essa. Emerge così un altro livello dell'organizzazione interna dell'impresa: l'organizzazione come sistema di incentivi. È questo il tema che affronteremo nella III parte del corso.

Appendice

Le tipologie del non-profit in Italia

TIPOLOGIA E SOTTO-TIPOLOGIA	
Cooperativa sociale	Sindacato dei lavoratori dipendenti
Fondazione	Università
Fondazione bancaria	Università non statale legalmente riconosciuta
Altre fondazioni non classificate	Università straniera
Enti lirici ed ex legge 59	Università terza età
Enti culturali vari	Altre università
Organizzazione volontariato	Istituzioni educative e di formazione
Ente ecclesiastico	Scuola materna
Confraternita	Scuola elementare
Parrocchia	Scuola media
Seminario o scuola cattolica	Scuola superiore
Diocesi	Scuola speciale (di perfezionamento)
Arcidiocesi	Centro formazione professionale
Altro	Altre scuole
Comitato	Istituzioni di studio e ricerca
Istituzioni sanitarie	Associazioni
Casa di cura	Associazione sportiva
Casa di riposo	Associazione categoria
Istituto di assistenza sociale	Associazione professionale
Comunità terapeutica	Associazione tutela diritti
I.R.c.c.S.	Associazione combattentistica
I.P.A.B. depubblicizzata	Associazione pro-loco
Istituto qualificato presidio ASL	Associazione religiosa
Ospedale classificato o assimilato	Associazione agricola
Istituti di riabilitazione	Associazione artistica e culturale
Opera pia	Associazione ambientalista

Istituzioni mutualistiche e previdenziali	Associazione ricreativa
Società di mutuo soccorso	Associazione militare
Fondo pensione	Federazioni
Cassa di previdenza e assistenza	Federazione sportiva
Ente di patronato	Federazione sportiva affiliata
Istituzioni di rappresentanza	Organizzazioni non governative
Partito politico	

(tratto da ISTAT, 2001, Prospetto 2.3)

Bibliografia

- Alchian A., "Some Economics of Property Rights", *Il Politico*, 30 (1965), 816-29.
- Alchian A.A., Demsetz H., "Production, Information Costs, and Economic Organization", *American Economic Review*, 62 (1972), 771-735.
- Aoki M., *The Co-operative Game Theory of the Firm*, Oxford: Oxford University Press, 1984.
- Berle A.A. Jr., Means G.C., *The Modern Corporation and Private Property*, New York: MacMillan Company, 1932.
- Fama E., Jensen M., "Separation of Ownership and Control", *Journal of Law and Economics*, 26 (1983), 301-325.
- Farrell J., "Owner-consumers and efficiency", *Economics Letters*, 19 (1985), 303-306.
- Friedman M., *Capitalism and Freedom*, Chicago University Press, 1962.
- Friedman M., "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits", *New York Times*, Magazine, September 13, 1970. (scaricabile dalla pagina web del corso)
- Furubotn E.G., Pejovich S., "Property Rights and Economic Theory: A Survey of Recent Literature", *Journal of Economic Literature*, 10 (1972), 1137-1162.
- Kenen P.B., *Economia internazionale*, Bologna: Il Mulino, 1967.
- Lakdawalla D., Philipson T., "The nonprofit sector and industry performance", *Journal of Public Economics*, 90 (2006), 1681-1698.
- Marris R., *The economic theory of managerial capitalism*, New York: Free Press of Glencoe, 1964 (tr. it. *La teoria del capitalismo manageriale*, Torino: Einaudi, 1972).
- Mori P., *Economia della cooperazione e del non-profit*, Roma: Carocci, II edizione, 2015.
- Sacconi L. (a), "CSR: contesto, definizione e mappa per orientarsi" in L. Sacconi (a cura di), *Guida critica alla responsabilità sociale e al governo di impresa*, Roma: Bancaria, 2005, p. 11-53. (scaricabile dalla pagina web del corso).
- Sacconi L. (b), "CSR: verso un modello allargato di corporate governance" in L. Sacconi (a cura di), *Guida critica alla responsabilità sociale e al governo di impresa*, Roma: Bancaria, 2005, p. 113-134. (scaricabile dalla pagina web del corso).

Spulber D.F., *The Theory of the Firm: Microeconomics with Endogenous Entrepreneurs, Firms, Markets, and Organizations*, Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

Varian H.R., *Microeconomia*, Venezia, Cafoscarina, 3° ed., 1993.

Williamson O., “Managerial Discretion and Business Behavior”, *American Economic Review* , 53 (1963), 1032-57.

Williamson O., *The economics of discretionary behavior: Managerial objectives in a theory of the firm*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1964.