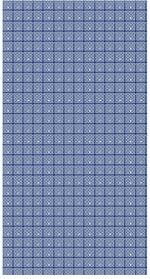


Dipartimento di Scienze Politiche Università di Bari

Corso di Economia Internazionale 2015-16  
Prof. Gianfranco Viesti

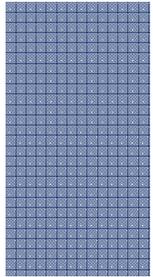
**Modulo 5**

Due approfondimenti: Vernon e la dinamica del commercio; Porter e il vantaggio competitivo Hill, capitolo 5 (seconda parte), integrata



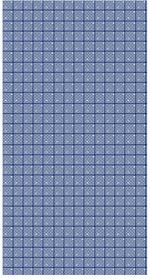
## Due teorie che

- provano a sintetizzare i contenuti delle teorie già viste
- a interpretare in chiave dinamica il commercio
  - Più ricche di particolari e verosimili
  - Ma più complesse e incerte nelle conclusioni
  - Sono elementi di riflessione aggiuntiva

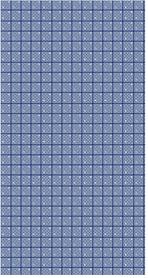


# **Ciclo di vita del prodotto**

**(Vernon- anni 60, poi aggiornata)**



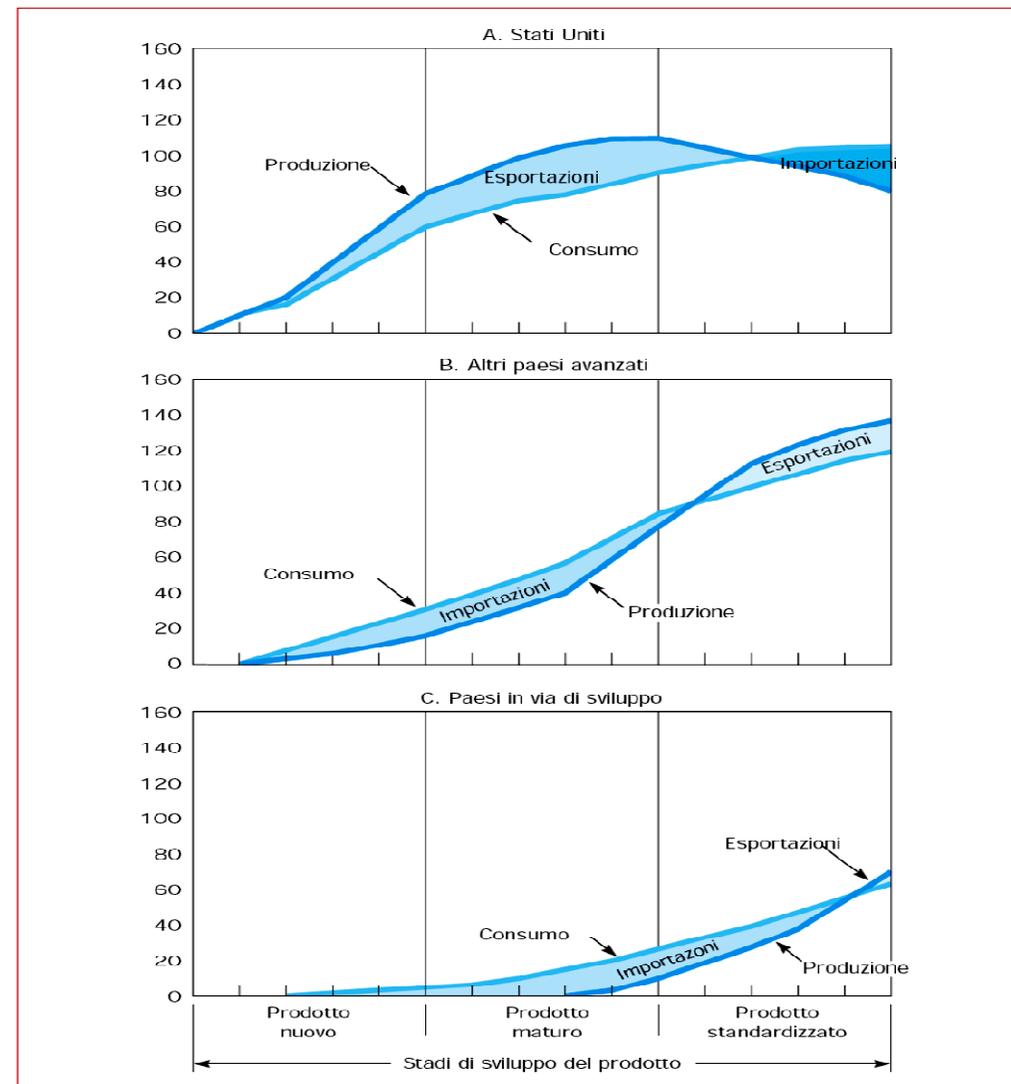
La teoria del ciclo di vita del prodotto fa vedere come, con il passare del tempo possono mutare i paesi che producono e esportano lo stesso prodotto, perché è il prodotto a mutare le sue caratteristiche.

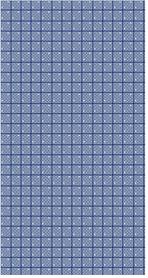


# La teoria del ciclo di vita del prodotto

- Con la maturazione di un prodotto, cambia la localizzazione ottimale sia delle vendite che della produzione
- Influenza la direzione e i flussi di importazione ed esportazione

# Il ciclo di vita del prodotto

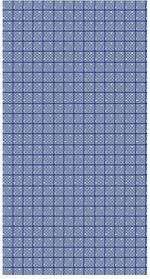




# Fase 1 - Un prodotto nuovo

## Perché sono offerti nuovi prodotti?

- 1) Perché alcuni paesi (imprese) hanno una elevata capacità tecnologica e sono in grado di realizzarli (ampia dotazione di lavoro molto qualificato; forti spese in ricerca e sviluppo)
- 2) Perché in questi stessi paesi gli acquirenti (consumatori finali o imprese) hanno esigenze non soddisfatte e/o sono in grado di affrontare la spesa per nuovi prodotti

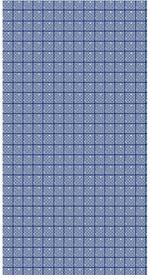


## **Chi li produce?**

Paesi avanzati tecnologicamente e ad alto reddito.

Prodotti realizzati su serie piccole, con diverse versioni e a prezzi elevati.

Iniziali esportazioni verso altri paesi avanzati.

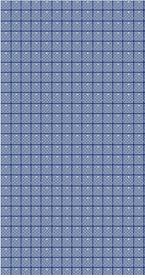


All'epoca di Vernon

USA è paese importatore/esportatore;

Europa primo importatore.

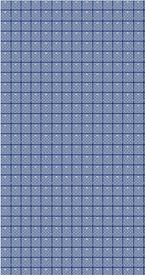
Oggi paesi innovatori/esportatori sono USA, Europa,  
Giappone.



## **Fase 2 - Il prodotto si afferma e si standardizza**

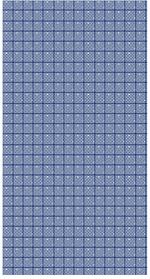
Le serie di produzione diventano più grandi, e i costi unitari diminuiscono.

Aumentano la domanda e i consumi.



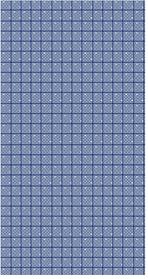
## **La produzione si può spostare anche in altri paesi avanzati**

- perché le imprese del paese di origine decidono di investire lì (cfr. teoria degli investimenti internazionali)
- perché le imprese degli altri paesi riescono a imitare/replicare le produzioni
- perché a causa delle economie di scala la produzione si concentra su pochi impianti



## **Chi produce?**

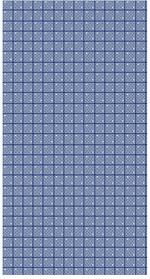
Paesi con un grande mercato, ad alto reddito, con ampia dotazione di capitali. Commercio internazionale può essere intra-industriale, fra varietà diverse dello stesso prodotto.



## Fase 3 - Il prodotto è maturo

Serie di produzione molto grandi. Lavorazioni ripetitive. Contano i costi dei fattori produttivi (anche lavoro)

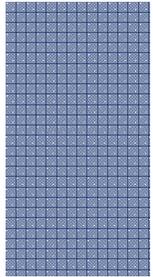
**Chi produce?** Paesi con basso costo del lavoro.  
Commercio internazionale può essere Sud-Nord.



Molti esempi: televisori, computer,

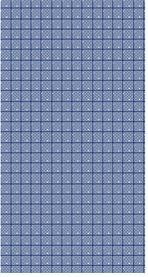
Ma paesi avanzati possono lanciare nuove, migliorate versioni dei prodotti (es. auto) e il ciclo del prodotto ricomincia.

Oppure la produzione può essere divisa in diverse fasi, a seconda dei vantaggi dei diversi paesi, e c'è commercio di componenti e parti oltre che di prodotti finiti.



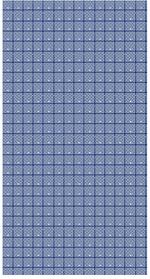
# **Il modello di Porter**

**(anni 90)**



# La teoria del vantaggio competitivo nazionale

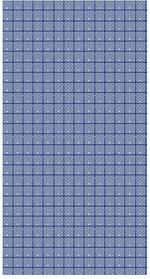
- La teoria cerca di analizzare le ragioni del successo di un paese in un particolare settore
- Porter prese in esame 100 settori in 10 paesi
  - Le determinanti del vantaggio competitivo di un paese individuate si basavano su quattro caratteristiche principali
    - Dotazione dei fattori
    - Condizioni della domanda
    - Industrie collegate e di supporto
    - Strategia di impresa, struttura e concorrenza



## **Teoria di Porter prova a mettere insieme:**

- Heckscher-Ohlin (dotazione e costo dei fattori)
- economie esterne (industrie collegate)
- economie di scala (struttura delle imprese)

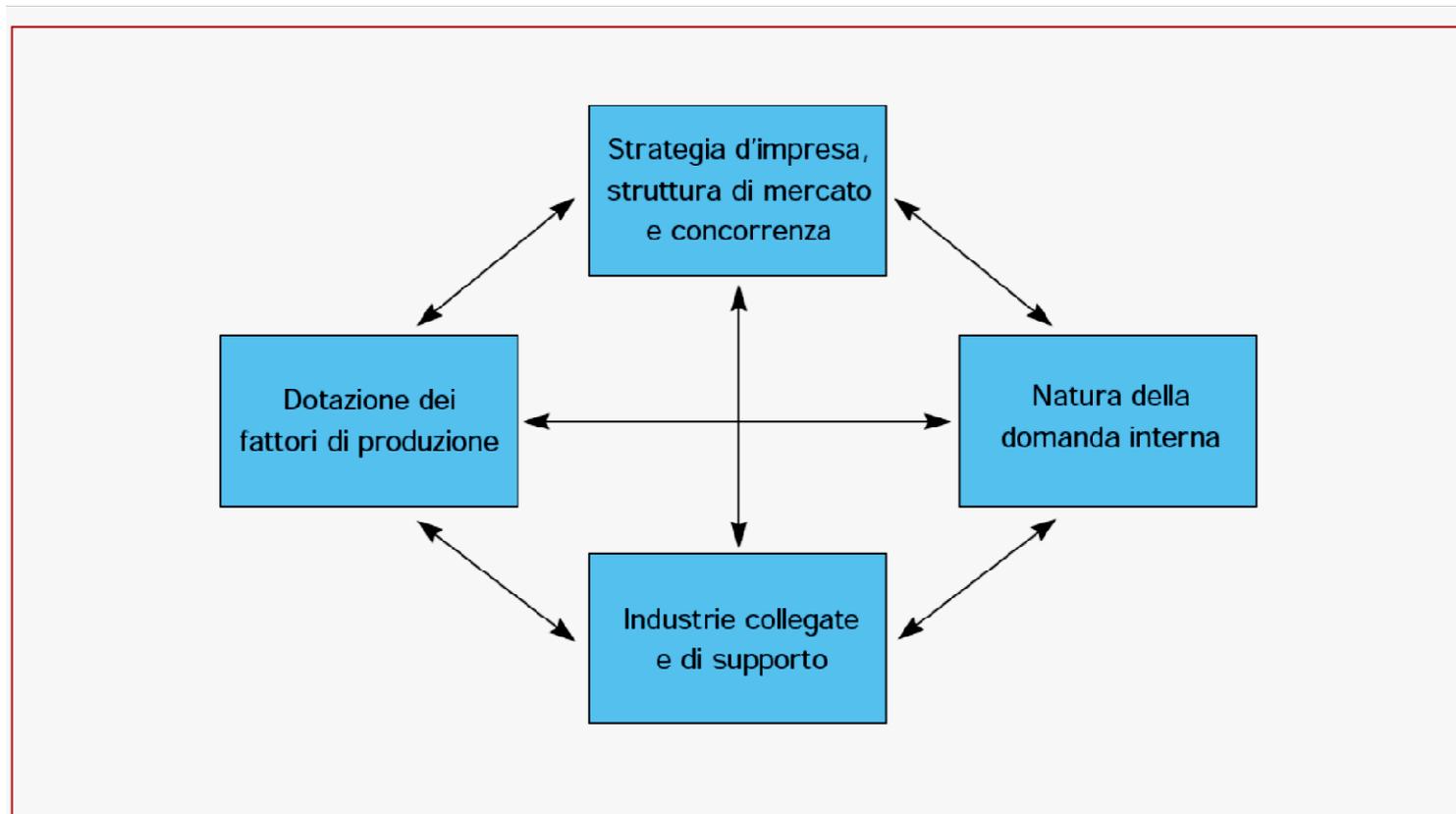
con le strategie delle imprese e le condizioni della  
domanda



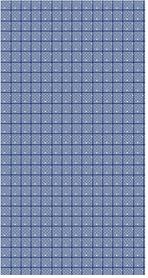
# Il diamante di Porter

- Si ha successo dove esistono queste caratteristiche
- Maggiore la caratteristica, maggiore la probabilità di successo
- Il diamante si auto-rinforza

# Il diamante di Porter

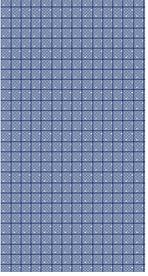


**FIGURA 5.6** Determinanti del vantaggio competitivo delle nazioni: il diamante di Porter.



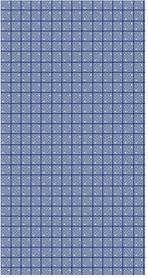
# La dotazione dei fattori

- **Dotazione dei fattori di produzione:** posizione di un paese rispetto ai fattori di produzione come il lavoro qualificato o le infrastrutture necessarie per competere in un dato settore
  - Dotazione di fattori di base
  - Dotazione di fattori avanzati



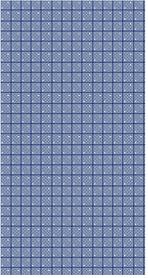
# Dotazione di fattori di base

- **Fattori di base:** fattori presenti in un paese
  - Risorse naturali
  - Clima
  - Localizzazione geografica
  - Aspetti demografici
- Sebbene i fattori di base possano offrire un vantaggio iniziale, devono essere supportati da fattori avanzati per mantenere il successo



## La dotazione di fattori avanzati

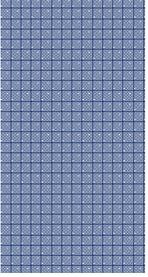
- **Fattori avanzati:** Sono il risultato dell'investimento da parte delle persone, delle imprese e del governo e generano con maggior probabilità un vantaggio competitivo
  - Se un paese non ha fattori di base, deve investire in fattori avanzati



## La dotazione di fattori avanzati

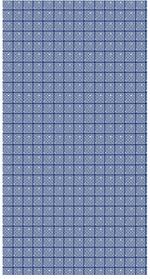
- Comunicazioni
- Lavoro qualificato
- Ricerca
- Tecnologia
- Istruzione

Si costruisce con politiche specifiche. Il vantaggio competitivo si crea!

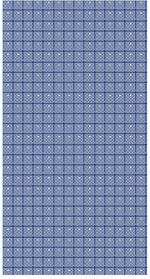


# Condizioni della domanda

- Domanda:
  - Crea capacità
  - Crea consumatori sofisticati ed esigenti
- La domanda influenza la qualità e l'innovazione

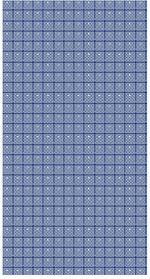


La domanda stimola specifiche varianti dei prodotti.  
Se è rappresentativa di quella mondiale (mode; made in Italy) fa sì che le imprese siano le prime a offrire varianti apprezzate dai consumatori esteri.



## Industrie collegate e di supporto

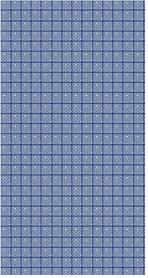
- Si creano gruppi (*cluster*) di industrie di supporto competitivi a livello internazionale
- Devono soddisfare anche le esigenze delle altre parti del diamante



La dimensione di un paese conta molto

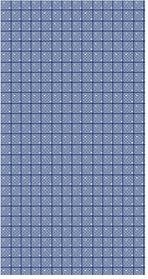
Una domanda ampia crea le condizioni per le imprese per raggiungere economie di scala e diventare competitive.

(USA: trasporto aereo, auto)



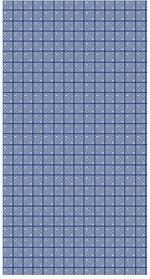
## Strategia, struttura e concorrenza

- La visione aziendale di lungo periodo è una determinante del successo
- L' "ideologia" del management e la struttura dell'impresa possono avere un impatto positivo o negativo
- La presenza di concorrenza domestica accresce la competitività di un'impresa
- "Varietà dei capitalismi"



## La teoria di Porter - Previsioni

- La teoria di Porter dovrebbe prevedere i flussi di commercio internazionale che osserviamo nel mondo reale
- I paesi dovrebbero esportare i prodotti di quei settori in cui tutte le quattro componenti del diamante sono favorevoli e importare in quelle aree in cui le componenti non sono favorevoli



La teoria di Porter dà grande spazio alle politiche pubbliche, che possono costruire molti elementi del diamante (istruzione, ricerca, concorrenza, politiche industriali)