

Macroeconomia applicata

SOMMARIO UNO

1) Introduzione – Il policy maker internazionale

La differenza tra il policy maker tradizionale e quello internazionale.

È policy maker qualunque soggetto che attua organicamente o occasionalmente una politica che ha riflessi in una economia.

Nella visione classica, che precede la globalizzazione, ci riferiamo a soggetti attivi in ambito nazionale (o domestico) : gli individui, le imprese, i corpi intermedi, lo Stato.

Lo STATO ha poteri legittimati dall'esercizio del voto; dichiara le sue FINALITÀ; adotta le politiche strumentali e definisce i TEMPI.

Nella concezione del policy maker internazionale non ritroviamo un soggetto preciso; sono TUTTI i soggetti che fanno politica economica; le azioni di ciascuno sono efficaci.

Nel PM (policy maker) nazionale registriamo il CONSENSO.

Nel PM internazionale rileviamo l'EFFICACIA.

La dimensione del PM internazionale.

Nei primi anni del XX secolo :

dimensione nazionale; PM = Stato ; prevalenza dell'ottica domestica ; finalità posta nell'aumento della ricchezza nazionale; politiche di espansione attraverso il colonialismo.

Lo strumento operativo è la forza; la forza militare, economica, contrattuale sul mercato; la forza della matrice culturale; la forza religiosa.

Nei primi anni del XX secolo : ricchezza = forza.

Inoltre : i modelli di riferimento sono i Nazionalismi; il regime economico preferito è quello dell'autarchia che sfocia nel nazional socialismo; lo scambio disuguale porta al potere delle monete forti; da altra parte sorge la pianificazione comunista.

La II Guerra Mondiale

Nascita di nazionalismi di CLASSE e nazionalismi di MERCATO.

Due blocchi contrapposti

Ma alla fine della guerra nasce definitivamente il policy maker internazionale.

Nell'economia di mercato, dal concetto di qualità passiamo alla dimensione della quantità.

Nasce la filiera : mercato = produzione → consumatori

Dagli anni 90 assistiamo alle tendenze evolutive.

Caduta del muro di Berlino

Fine dei due blocchi

Sviluppo del mercato mondiale

Mercato che ha come fine non l'espansione nazionale ma l'assicurare livelli crescenti di benessere e qualità della vita.

Assistiamo al tentativo della creazione di una nuova architettura della gestione dell'economia; alla istituzione di presidi mondiali per assicurare la crescita e lo sviluppo nella pace; dobbiamo costruirci le Authority perché i mercati hanno bisogno di regole trasparenti e dei controllori efficaci..

Le Authority NON impongono ma : indicano, comunicano, stimolano, suggeriscono.

2) La globalizzazione economica. La pervasività della globalizzazione

a) La globalizzazione.

Se proviamo ad interrogare internet troviamo :

termine	motore di ricerca/ sito web	risultati
globalizzazione	Altavista	2.380.000
globalization	Altavista	26.100.000
globalizzazione	ibs.it	510
globalization	ibs.it	541
mondialisatiin	alapage.com	541
globalization	amazon.com	22.626
globalization	Google	54.800.000
mondialisation	Google	4.320.000
mondializzazione	Google	210.000
globalizzazione	Google	2.270.000

Se poi andate a esplorare le innumerevoli risposte riportate o a consultare le migliaia di libri in commercio trovate sul fenomeno tutto ed il contrario di tutto.

Letto con l'ottica di chi inneggia alla globalizzazione e chi la combatte come il peggiore di tutti i mali.

Occorre dunque stare molto attenti alle informazioni fornite, e fare le opportune scremature delle ideologie sottostanti.

Intanto occorre chiarire che per la prima volta è apparso il termine Globalization nel settimanale inglese The Economist nel 1962.

Mc Luhan ha poi parlato di globalizzazione, nel suo Global Villane, che è apparso solamente nel 1964.

Troviamo nel mondo il termine globalization nella lingua inglese e il termine mondialisation in quella francese, il cui significato può essere variamente riferito a globale, mondiale, totale, universale, internazionale.

In economia scegliamo la definizione fornita dall'OCSE :

per globalizzazione si intende quel processo mediante il quale i mercati e la produzione nei diversi paesi sono sempre più interdipendenti, in corrispondenza alla dinamica degli scambi dei beni e servizi ed ai movimenti di capitali e tecnologie.



A noi piace riferirci ad un esempio pratico, ossia ad un giocattolo commercializzato dalla Megatoys, una delle più grandi catene di distribuzione di giocattoli.

La girandola : la plastica è prodotta negli USA in films;

i films sono tagliati su misura in Cina;

i bastoncini sono prodotti in Brasile;

il giocattolo viene assemblato in Messico;

quindi viene spedito a Los Angeles da cui viene effettuata la distribuzione in tutto il mondo.

Gli elementi che permettono l'espandersi di questo fenomeno sono legati a :

- i costi relativi di produzione;
- i costi internazionali di trasporto
- la liberalizzazione dei mercati dei capitali
- le comunicazioni in tempo reale.

Ricordiamo che il fenomeno della globalizzazione si inquadra nel fenomeno più generale, è da tempo studiato, che è il fenomeno della integrazione.

La integrazione può limitarsi ad una integrazione locale, regionale o comprendere l'integrazione mondiale.

In un processo di integrazione i dualismi aumentano (verifiche empiriche).

Nel momento storico in cui stiamo vivendo osserviamo che la gerarchia classica che voleva la finanza come strumento della economia reale che a sua volta era uno strumento della politica generale si è evoluta delineando la tendenza ad una gerarchia opposta per cui la politica si pone al servizio dell'economia e l'economia si pone al servizio della finanza.

L' aumento dei dualismi in un fenomeno di integrazione economia pone il problema fondamentale non nella produzione della ricchezza quanto nella sua redistribuzione.

b) La pervasività.

Globalizzazione : internazionalizzazione, mondializzazione, innovazione.

Internazionalizzazione : momento giuridico, momento economico, momento politico.

Momento giuridico : Stati, commercio internazionale, certezze giuridiche.

Momento economico : da ex post ad ex ante – interdipendenza

Momento politico – cooperazione internazionale.

Mondializzazione.

Innovazione

 Laser

Internazionalizzazione + mondializzazione + innovazione = globalizzazione

Mercato mondiale : massimo di efficienza – efficacia – produttività

Crollo del muro di Berlino → mercato mondiale → economia di mercato

Globalizzazione → pervasività

Pervasività : spaziale, verticale, dinamica

Sfera : economica, culturale, antropologica

L'antidoto alla pervasività negli aspetti negativi è costituita dall'identità del soggetto.

La pervasività contamina ma raccorda.

Lo spazio non è più importante.

Il tempo è fatto di attimi.

Input : compatibilità, complementarietà, integrabilità

Output : pervasività