

CAPITOLO 1

CHE COS'E' L'ECONOMIA

L'economia studia il modo in cui gli individui, le imprese, le autorità pubbliche e le altre organizzazioni compiono le proprie scelte; studia inoltre come queste scelte determinano i modi in cui le risorse disponibili vengono utilizzate. Quello di **scarsità** è un concetto centrale dell'economia; le scelte sono importanti in quanto le risorse sono scarse.

Se prendiamo in considerazione anche il tempo, la nozione di scarsità risulta importante veramente per chiunque. La necessità di compiere delle scelte caratterizza sia i sistemi economici considerati nell'insieme, sia i comportamenti individuali. Le decisioni determinano il modo in cui vengono usate le limitate risorse dell'economia; ossia la terra, il lavoro, i macchinari, il petrolio e le altre risorse naturali.

Che cosa viene prodotto in un sistema economico?

Si sono registrate notevoli variazioni nei consumi nel corso degli ultimi cinquant'anni.

L'economia sembra creare continuamente nuovi prodotti e nuovi servizi. Che cosa determina questo processo di innovazione? Come varia la produzione di anno in anno? Come possono gli economisti spiegare anche tali cambiamenti?

In economie come quella degli Stati Uniti e dei maggiori paesi industrializzati è principalmente l'interazione fra imprese e consumatori a determinare che cosa viene prodotto e in quali quantitativi.

Nella determinazione di che cosa produrre il ruolo dei prezzi è fondamentale. Quando il prezzo di un bene aumenta, generalmente le imprese sono spinte a produrre maggiori quantitativi, nel tentativo di aumentare i propri profitti.

In che modo vengono prodotti i diversi beni?

Esistono molti modi per produrre un qualunque bene. In generale quanto più gli impianti sono tecnologicamente avanzati, tanto più risultano costosi; ma tanto minore è il numero di lavoratori necessari a farli funzionare. Nei sistemi economici dei paesi industrializzati sono le imprese che decidono i modi e le tecniche con cui i diversi beni vengono prodotti. Lo stato partecipa a tale processo, emanando regolamenti e leggi che in pratica influenzano tutti gli aspetti dell'economia.

Per chi si realizza la produzione?

Di norma gli individui che hanno redditi maggiori possono consumare maggiori quantità di beni. Che cosa determina le differenze dei redditi con livelli salariali? Qual è il ruolo svolto dalla fortuna? E quale quello dell'istruzione, dell'eredità, del risparmio? È molto difficile rispondere a queste domande.

Chi prende le decisioni economiche e attraverso quale processo decisionale?

In una economia pianificata come quella dell'ex unione sovietica lo stato è responsabile di tutti gli aspetti della vita economica. Le economie degli Stati Uniti e degli altri maggiori paesi industriali vengono generalmente definite **economie miste**: il funzionamento del sistema economico è frutto di processi decisionali sia pubblici (dello stato) che privati.

Mercato e stato nelle economia mista

La ricerca di un appropriato bilanciamento fra settore pubblico e quello privato dell'economia rappresenta un problema centrale dell'analisi economica.

Il concetto economico di mercato è usato per indicare ogni situazione in cui si operi uno scambio. La maggior parte dei beni, non è venduta direttamente dai produttori ai consumatori, ma dai produttori ai distributori, da i distributori ai dettaglianti e da questi ultimi ai consumatori .

Tutti questi passaggi sono inclusi nei concetti di mercato e di economia di mercato.

In questo tipo di sistema economico caratterizzato dalla concorrenza, gli individui operano delle scelte che riflettono i loro desideri. Le aziende compiono scelte che massimizzano i loro profitti; per fare questo, devono produrre i beni che i consumatori domandano e devono produrli a un costo più basso rispetto alle altre aziende.

L'economia di mercato fornisce così una risposta a tre delle quattro domande fondamentali dell'economia (che cosa viene prodotto, come viene prodotto, per chi si produce e come le relative decisioni sono prese) le risposte fornite assicurano l'efficienza dell'economia.

La quantità di beni che i soggetti sono in grado di acquistare, dipende dal loro reddito. Alcuni di individui possono percepire un reddito così basso da non essere in grado di provvedere al sostentamento senza sostegno ed assistenza esterna.

Lo stato fornisce tale assistenza cercando di incrementare l'equità nella distribuzione del reddito. Questo tipo di intervento spesso indebolisce gli incentivi economici. Se lo stato trattiene il 30 o anche 50% di ciò che un individuo guadagna, costui potrebbe rivelarsi poco incline a lavorare molto duramente.

In alcuni campi le soluzioni che il mercato offre appaiono a molte persone inadeguate. Quando la gente percepisce che il mercato non funziona bene allora si rivolge allo stato. Le autorità pubbliche mettono a punto il quadro normativo all'interno del quale operano le imprese private e gli individui. Esse regolamentano le attività economiche in modo da assicurare che non avvengano discriminazioni di razza o di sesso, che i consumatori non vengano ingannati, che ci siano garanzie di sicurezza per i lavoratori, che non si inquinino l'aria e l'acqua. In altri casi lo stato offre beni o servizi che il settore privato non è in grado di offrire: ad esempio la difesa nazionale, la costruzione di strade e l'emissione di moneta. Lo stato aiuta chi ha problemi di natura economica: attraverso i sussidi di disoccupazione sostiene coloro che sono temporaneamente disoccupati. Lo stato infine fornisce una rete di sicurezza per sostenere i poveri attraverso vari interventi di assistenza sociale.

I tre mercati principali

L'economia di mercato ruota intorno agli scambi fra individui (o famiglia) che comprano beni o servizi, imprese che acquistano gli input (i diversi materiali necessari alla produzione) e producono gli output (i beni e servizi) che vendono.

Gli economisti concentrano la loro attenzione su tre ampie categorie di mercati. I mercati all'interno dei quali le imprese vendono i propri prodotti alle famiglie sono indicati come **mercato dei prodotti**.

Essi acquistano i servizi dei lavoratori sul **mercato del lavoro** e raccolgono i fondi con i quali acquistano gli input sul **mercato dei capitali**.

Gli individui generalmente partecipano a tutti e tre i mercati. Infatti, quando essi acquistano beni e servizi, agiscono come **consumatori** sul mercato dei prodotti. In qualità di **lavoratori** essi, come dicono gli economisti, "vendono i loro servizi lavorativi" sul mercato del lavoro. Quando invece acquistano azioni di un'impresa o obbligazioni, gli economisti dicono che essi partecipano al mercato dei capitali e li chiamano **investitori**. Alcuni termini economici appaiono molto simili a termini del linguaggio corrente, tuttavia spesso possono avere significati diversi. I termini **mercato e capitale** possono servire ad illustrare il problema. Il termine capitale è usato dagli economisti per indicare i macchinari e gli impianti utilizzati nella produzione. Per distinguere questo particolare significato del termine, in questo libro ci riferiremo ai macchinari e agli impianti con il termine **beni capitali**. Il termine "mercato dei capitali", dunque, indica il mercato in cui i fondi vengono raccolti, prestati e presi a prestito. Il termine **mercato dei beni capitali**, invece, indica il mercato in cui i beni capitali vengono comprati e venduti.

Micro economia e macro economia:

Le due branche dell'economia

Lo studio particolareggiato dei mercati e dei prodotti viene chiamato **micro economia**. La micro economia tratta del comportamento delle singole unità. Per converso, la **macroeconomia** studia il funzionamento dell'economia come un tutto.

L'economia come scienza

L'economia è una **scienza sociale**. Essa studia i problemi sociali relativi alle scelte da un punto di vista scientifico. Una **teoria** consiste in un insieme di assunti o ipotesi e di conclusioni.

Gli economisti fanno previsioni sulla base delle loro teorie. Essi possono usare una teoria per prevedere ciò che accadrà se una determinata imposta verrà aumentata. Nello sviluppare le loro teorie gli economisti usano dei **modelli**.

Proprio come gli ingegneri costruiscono diversi modelli per studiare particolari caratteristiche di un'auto, anche gli economisti costruiscono modelli dell'economia, costituiti da parole o da equazioni, per descrivere particolari caratteristiche del sistema economico.

Una **variabile** è una qualunque grandezza che possa essere misurata e possa cambiare nel tempo. I prezzi, i salari, i tassi di interesse, sono tutte variabili. Ciò che interessa agli economisti è la connessione fra le diverse variabili. Si domandano se si sia manifestata per caso o se esista veramente una relazione. Questo è un problema di **correlazione**.

La distinzione fra correlazione e **causazione** risulta particolarmente importante. Se una variabile " è causa " di una altra, allora le variazioni di una generano necessariamente variazioni dell'altra.

Se invece fra le due variabili esiste semplicemente una relazione di correlazione, questo può non essere vero.

CAPITOLO 2

IL MODELLO BASE DI CONCORRENZA

Il modello base di concorrenza è costituito da tre componenti: le ipotesi sul comportamento dei consumatori, le ipotesi sul comportamento delle imprese e le ipotesi circa i mercati nell'ambito dei quali consumatori e imprese interagiscono.

La scarsità implica che gli individui e le imprese debbano compiere delle scelte. Molte analisi economiche sottointendono l'assunto di razionalità delle scelte, ossia l'ipotesi che gli agenti valutino i costi e benefici di ciascuna possibilità alternativa. Esiste l'ipotesi che gli individui e le imprese agiscano in modo coerente, con una conoscenza chiara e ragionevole delle proprie preferenze.

Nel caso di un individuo l'assunto di razionalità significa che gli opera le proprie scelte e decisioni alla ricerca del suo personale interesse.

Ciò di cui gli economisti si interessano sono propriamente le conseguenze di quelle diverse preferenze.

Nel caso delle imprese l'ipotesi di razionalità è assunta ad indicare che esse operano al fine di massimizzare i propri profitti.

I mercati concorrenziali

Gli economisti spesso iniziano questo discorso puntando la propria attenzione sul caso in cui esistano molti venditori e molti compratori e che siano tutti impegnati a vendere o comprare la medesima merce. A ogni agricoltore piacerebbe alzare i propri prezzi. In questo modo se riuscisse a vendere comunque le sue arance, il suo profitto crescerebbe. Ma in presenza di un ampio numero di venditori, ognuno si trova costretto a fissare il proprio prezzo a un livello simile a quello degli altri; ciò accade perché, se qualche contadino facesse pagare di più la propria merce, perderebbe clienti a vantaggio del vicino. In un caso estremo se un'impresa chiedesse un prezzo superiore a quello concorrente, non potrebbe vendere nulla. Gli economisti denominano questo caso **concorrenza perfetta**. Nella concorrenza perfetta ogni impresa è **price taker**, il che significa che essa "lo deve accettare". I mercati dei prodotti agricoli potrebbero forse essere, in assenza dell'intervento statale, perfettamente concorrenziali.

Dall'altro lato del nostro ipotetico mercato agricolo ci sono gli individui razionali, e ad ognuno dei quali piacerebbe pagare il meno possibile le sue arance. Perché essi non possono pagare un prezzo inferiore a quello corrente? Perché i venditori addochierebbero immediatamente nella folla un altro compratore disposto a pagare il prezzo corrente. Quindi i consumatori assumono il prezzo di mercato come dato e concentrano la propria attenzione su altri fattori, i loro gusti.

Questo modello costituisce il **modello base di concorrenza**: se i mercati esistenti nella realtà sono effettivamente descritti dal modello di concorrenza, allora l'economia sarà efficiente. Non si realizzerà cioè alcuno spreco di risorse; si raggiungerà invece una situazione in cui sarebbe impossibile produrre una quantità maggiore di un bene senza produrre una quantità minore di un altro bene, e inoltre non sarebbe possibile

migliorare le condizioni di nessun individuo senza peggiorare quelle di qualcun altro. I sistemi economici esistenti nella realtà non sono affatto descritti perfettamente dal modello di concorrenza. Gli economisti concordano nel ritenere che il modello base di concorrenza fornisca una descrizione soddisfacente solo di alcuni mercati.

Prezzi, diritti di proprietà e profitti: incentivi e informazione

Affinché una economia di mercato funzioni, le imprese gli individui devono essere informati e avere gli opportuni **incentivi**. In realtà l'esistenza di incentivi si può considerare il cuore dell'economia. Le economie di mercato forniscono informazioni e incentivi attraverso i **prezzi**, i **profitti** e **diritti** di proprietà. **Il sistema dei prezzi** assicura che i beni siano attribuiti a quegli individui o a quelle imprese che hanno maggior desiderio e che sono maggiormente in grado di pagare per essi. Il desiderio di realizzare profitti, induce l'impresa a rispondere alle informazioni che provengono dei prezzi. Esse rendono massimi i propri profitti se riescono a produrre ciò che i consumatori desiderano; analogamente il razionale perseguimento del proprio interesse induce i consumatori a rispondere ai prezzi: comprano i beni che sono più costosi, solo nella misura in cui questi beni comportano benefici proporzionalmente maggiori.

Il rendimento di un investimento consiste in ciò che si ottiene in più rispetto alla somma inizialmente investita. Devono esistere la **proprietà privata e diritti di proprietà**. I diritti di proprietà includono sia il diritto del proprietario di usare la proprietà stessa come meglio crede, sia quello di venderla.

Gli incentivi generalmente comportano un costo: la disuguaglianza.

Generalmente le prestazioni degli individui tendano ad essere diverse e questo dipende o dalla diversa fortuna degli individui o della diversa abilità. Se la remunerazione è collegata alla prestazione, esisterà inevitabilmente la disuguaglianza. La disuguaglianza viene indicata con l'espressione **trade-off tra incentivi e uguaglianza**.

I prezzi, i profitti, e i diritti di proprietà sono tre elementi essenziali delle economie di mercato. Ogni volta che un sistema economico non riesce a definire chi sono i proprietari delle risorse scarse esistenti e non consente di utilizzare queste risorse a coloro che sono in grado di offrire di più per i loro uso, inevitabilmente si creano delle inefficienze.

Diritti di proprietà limitati

In California essendo l'acqua un bene scarso, le autorità governative hanno emesso dei diritti sul consumo dell'acqua. Questi diritti sul consumo dell'acqua sono però diritti di proprietà limitati; essi, infatti, non sono trasferibili, e non possono essere venduti.

Le concessioni come diritti di proprietà

Essere titolare di un diritto di proprietà su qualcosa non implica necessariamente detterne il pieno possesso. Una concessione legale, come può essere il diritto di occupare un appartamento per tutta la vita a un affitto controllato, è considerata con un diritto di proprietà. Gli individui titolari tuttavia non possono venderlo, ma non posso neppure esserne sfrattati.

Il razionamento

Un bene si dice razionato quando gli individui ne ottengono solo in quantità minore di quella che, alle condizioni in cui tale bene offerto, essi desidererebbero ottenere.

Razionamento per mezzo di code

Piuttosto che offrire beni a coloro che più degli altri desiderano possederli e che sono in grado di pagare per essi il prezzo più elevato, una società può distribuirle a coloro che per ottenerli sono disposti a fare la fila più a lungo. I biglietti per il cinema, per gli eventi sportivi o per i concerti rock sono spesso distribuiti in questo modo: stabilito un determinato prezzo, esso non subirà modifiche qualunque sia il numero di persone che si metterà in fila.

Il razionamento per mezzo di code è considerato da alcuni come un modo per razionare l'offerta di servizi sanitari migliore di quello basato sul sistema dei prezzi. Perché mai, i ricchi dovrebbero ottenere cure mediche migliori e in maggiore quantità?

In genere il razionamento per mezzo di code è un modo inefficiente di distribuire le risorse perché il tempo speso nel fare la fila è generalmente una risorsa sprecata.

Il razionamento per mezzo di lotterie

Le lotterie distribuiscono i beni attraverso un processo aleatorio, come ad esempio l'estrazione a caso di un nome da un cappello.

Analogamente al sistema basato sulle code, quello basato sulle lotterie è considerato equo, perché ognuno ha le stesse possibilità. Tuttavia anche questo sistema genera inefficienza in quanto le risorse scarse non vengono assegnate agli individui che sono disposti a pagare per esse il prezzo più elevato.

Il razionamento per mezzo di buoni

Molti paesi nei periodi di guerra hanno usato sistemi di razionamento per mezzo di buoni. Ai consumatori viene assegnato un determinato ammontare di gasolio, zucchero, farina ecc... per ogni mese. Per ottenere ciascuno di questi beni, si deve non solo pagare il prezzo di mercato, ma anche esibire un buono. La ragione per cui questo sistema di razionamento è usato, è che senza i buoni i prezzi tenderebbero a lievitare rapidamente e i prezzi estremamente alti costituirebbero un duro colpo per gli individui poveri.

Nel caso in cui non siano cedibili, esso dà origine alle stesse inefficienze che derivano dagli altri sistemi non basati sui prezzi: quando i buoni non sono legalmente commerciabili, si manifestano forti incentivi alla creazione di un **mercato nero**, un mercato illegale in cui vengono scambiati beni, in sostituzione dei buoni acquisto.

I vincoli di bilancio e vincoli di tempo

Esistono dei **vincoli** che limitano le scelte e definiscono l'insieme delle alternative disponibili. Nella maggior parte delle situazioni economiche sono relativi al tempo e al denaro. L'insieme delle alternative disponibili i cui vincoli sono determinati dal denaro è definito **vincolo di bilancio**; l'insieme delle alternative i cui vincoli sono determinati dal tempo è definito **vincolo di tempo**.

I vincoli di bilancio definiscono l'insieme delle alternative disponibili. Si consideri ad esempio il vincolo di bilancio di Alfredo, che ha deciso di spendere trecentomila lire in cassette musicali o in compact disc. Un cd costa 30 mila lire, una cassetta 15 mila lire. Quindi Alfredo potrebbe comprare tanto 10 compact disc quanto 20 cassette. Il costo di ogni possibile combinazione di compact disc e cassette deve comunque ammontare a trecentomila lire. La soluzione effettivamente scelta da Alfredo potrebbe essere quella rappresentata da 4 cd (120 mila lire) e 12 cassette (per 180 mila lire).

Il vincolo di bilancio mostra il massimo numero di cassette che Alfredo può acquistare per ogni numero di compact disc comperato e viceversa. Alfredo ottiene il massimo della soddisfazione quando sceglie un punto che si trova sulla retta del suo vincolo di bilancio piuttosto che un punto sotto quel vincolo. La figura 2.2 rappresenta un vincolo di tempo. Il più comune vincolo di tempo indica che la somma del tempo speso non deve superare le 24 ore.

La gente, non importa quanto ricca o povera, ha a propria disposizione solo ventiquattr'ore al giorno da impiegare nelle varie attività. Il vincolo di tempo è molto simile al vincolo di bilancio. Una persona non può spendere più di ventiquattr'ore e non meno di 0 ore davanti alla televisione ogni giorno. Inoltre più tempo impiega a guardare la televisione, meno ne avrà a disposizione per tutte le altre attività.

La curva delle possibilità di produzione

Possiamo definire le possibilità di produzione (o possibilità produttive) di un'impresa come tutte le combinazioni dei diversi beni che queste potrebbero produrre, dato l'ammontare disponibile di terra, di lavoro e degli altri input.

Per semplicità la figura 2.3 si riferisce alle spese militari denominandole " cannoni " e a quelle civili determinandole " burro ". Le possibili combinazioni tra spese militari e spese civili, rappresentano l'insieme delle alternative disponibili. Si avrà un andamento curvilineo che prenderà il nome di **curva delle possibilità produttive o frontiera della produzione**.

Confrontando l'insieme delle alternative di un individuo e quello di una collettività, si nota una differenza principale. Il vincolo di bilancio di un individuo è rappresentato da una retta, mentre la curva delle possibilità produttive è una curva convessa verso l'esterno.

Esiste una chiara ragione per questa differenza. Un individuo generalmente si trova di fronte a dei **trade-off** fissi: se Alfredo spende 30 mila lire di più in compact disc, egli ha 30 mila lire di meno da spendere in cassette musicali. D'altra parte i trade-off di fronte ai quali si trova una collettività non sono fissi. Se essa produce solo pochi cannoni, userà quelle risorse (uomini e macchinari) che sono più idonee alla fabbricazione di cannoni. Ma quando una collettività tenta di produrre cannoni in quantitativi sempre crescenti, risulta via via più difficoltoso. Ciò avverrà sottraendo tali risorse alla produzione di altri beni: in questo caso del burro.

Le inefficienze: i punti al di fuori della curva delle possibilità di produzione

Se un'impresa si porrà al di sotto di tale curva avrà una situazione di inefficienza del sistema economico. Questa può essere rappresentata con un punto che si trova al di sotto della curva delle possibilità produttive: rispetto a quel punto l'impresa potrebbe ottenere quantità maggiore di entrambi i prodotti. Ogni qual volta il sistema economico si trova ad operare al di sotto della curva delle possibilità produttive, è possibile avere una quantità maggiore di ogni bene: per questo motivo si può affermare senza ambiguità che i punti al di sotto della curva delle possibilità produttive sono indesiderabili.

Esistono molte ragioni per cui un sistema economico si può trovare al di sotto della curva delle possibilità produttive. Se una terra più adatta alla produzione di mais fosse erroneamente destinata alla produzione di grano, il sistema economico opererebbe al di sotto della curva delle possibilità produttive.

La definizione dell'insieme delle alternative disponibili, sia in termini di vincolo di bilancio, che di tempo in termini di curva delle possibilità produttive, consente di determinare il costo di una opzione in termini di un'altra. Il costo di una unità in più di un determinato bene è dato da quanto occorre cederne di un altro bene. Ritorniamo dunque ad Alfredo: il trade-off è dato dal **prezzo relativo**, il rapporto fra i prezzi dei cd e delle cassette. La rinuncia a un cd consente ad Alfredo di comprare due cassette. Se si vuole qualcosa, la si deve pagare; bisogna cioè rinunciare a qualche altra cosa.

I costi opportunità

Se qualcuno chiedesse quanto costa oggi andare al cinema, si risponderebbe probabilmente: " 12 mila lire ". Ma con il concetto di trade-off, si può mettere in evidenza come una risposta completa non sia facile da dare. In primo luogo è possibile considerare che il costo non è pari a 12 mila lire, ma a ciò che si potrebbe comprare in alternativa con 12 mila lire. Inoltre il tempo, deve rientrare nel calcolo. Così quel denaro e quel tempo determinano ciò che gli economisti chiamano il **costo opportunità**. Destinare una risorsa a uno specifico uso significa che essa non può essere destinata a nessun altro.

I costi non recuperabili

Se una spesa è già stata fatta e non può essere recuperata qualunque ulteriore scelta si compia, una persona razionale dovrebbe ignorarla. Questo tipo di spese sono chiamate **costi non recuperabili**.

Si può ritornare al precedente esempio del cinema, considerando ora il caso di una persona che abbia speso 12 mila lire per andare al cinema. Costui è inizialmente scettico in merito al fatto che il valore di quel film fosse pari a 12 mila lire. Dopo mezz'ora di proiezione i sospetti peggiori sono confermati. In questo caso lo spettatore dovrebbe abbandonare la sala cinematografica? Nel prendere questa decisione, le 12 mila lire dovrebbero essere ignorate. Si tratta di un costo non recuperabile: quei soldi sono perduti, sia che gli rimanga sia che lasci la sala.

I costi marginali

Riguarda i costi derivanti dalle variazioni delle scelte dei soggetti economici; ossia ciò che gli economisti chiamano **i costi marginali**. Le decisioni più difficili da prendere non riguardano se fare o meno qualche cosa; ma se farne un po' di più o un po' di meno. Lorenzo ha appena ottenuto un lavoro per svolgere il quale ha bisogno di un'automobile. Egli deve decidere quanto spendere per acquistarne una. Spendendo di più ne può comprare una nuova, ma deve decidere se è il caso di spendere alcune centinaia di migliaia di lire marginali per ottenere accessori particolari e così via.

CAPITOLO 4

LA DOMANDA, L'OFFERTA E I PREZZI

Il prezzo di un bene o di un servizio è ciò che si deve cedere per ottenere in cambio il bene o servizio stesso. Il prezzo misura la scarsità. Il prezzo porta in sé informazioni economiche fondamentali. Quando il prezzo di una risorsa è alto, l'impresa ha un maggiore incentivo a usarne meno. Quando il prezzo di un bene è alto, l'impresa che lo produce ha un maggiore incentivo ad aumentarne la produzione e i clienti a consumarne meno.

Il ruolo dei prezzi

I prezzi rappresentano il modo in cui i soggetti comunicano gli uni con gli altri. Il prezzo più elevato trasmette tutte le informazioni rilevanti. L'aumento del prezzo comunica alle famiglie che il grano è scarso e al tempo stesso fornisce un incentivo a consumarne meno. Il prezzo del lavoro è lo stipendio o il salario. Nelle economie

di mercato, il prezzo è determinato dalla domanda e dall'offerta: sono le variazioni della domanda e dell'offerta che inducono le variazioni dei prezzi.

Gli economisti, vedono i prezzi come sintomi di cause sottostanti e si concentrano sulle forze della domanda e dell'offerta che hanno indotto le variazioni dei prezzi.

La domanda

Gli economisti usano il concetto di **domanda** per descrivere la quantità di un bene o servizio che una famiglia o un'impresa decide di acquistare a un dato prezzo.

Gli economisti non si preoccupano solo di ciò che la gente desidera, ma di che cosa sceglie di acquistare, dati i limiti di spesa imposti dal proprio vincolo di bilancio. Nell'analizzare la domanda, il primo interrogativo che ci si pone è di quanto la quantità acquistata di un bene varia al variare del suo prezzo.

La curva di domanda individuale

Si pensi a che cosa succede quando varia il prezzo delle caramelle. A 500 lire un consumatore, Ruggiero, non acquisterebbe neanche una, a 300 ne acquisterebbe una per un'occasione speciale, a 125 qualcuna, e se il prezzo scendesse a 50 lire, ne acquisterebbe molte.

Si può vedere che minore è il prezzo, maggiore è la quantità domandata.

La quantità domandata viene misurata lungo l'asse orizzontale e il prezzo lungo l'asse verticale.

Si possono poi collegare i vari punti e si traccia una curva continua, definita **curva di domanda**.

All'aumentare del prezzo la quantità domandata di caramelle diminuisce. Questa curva è inclinata negativamente da sinistra a destra. Questa relazione è tipica della maggior parte delle curve di domanda: meno costoso è un bene, più una persona ne acquisterà.

La curva di domanda del mercato

Supponiamo che esista una economia molto semplice composta da due soli individui: Ruggiero e Liliana. È possibile sommare le curve di domanda di questi due individui e ottenere la curva di domanda dell'intero mercato. Così, Ruggiero domanda 9 caramelle e Liliana ne domanda 11; la domanda complessiva del mercato è dunque di 20 caramelle.

La curva di domanda del mercato ci dice la quantità totale di un bene che sarà domandata a ogni ipotetico prezzo. La tabella, indica la quantità di caramelle domandate da tutti gli individui del sistema economico a vari prezzi. Disponendo di una tabella simile, per ciascun individuo presente nel sistema economico, si può costruire la figura semplicemente sommando la quantità totale di caramelle acquistate ad ogni prezzo. Il prezzo viene rappresentato sull'asse verticale; ma, ora, sull'asse orizzontale si misura la quantità domandata da tutti i soggetti esistenti nelle economie. Unendo insieme i punti si ottiene la curva di domanda di mercato.

Ruggiero **esce dal mercato** quando consuma una quantità nulla di caramelle.

Gli spostamenti della curva di domanda

All'aumentare del prezzo di un bene la domanda del bene diminuisce, quando però tutte le altre circostanze sono mantenute costanti. Tuttavia nel mondo reale le altre circostanze non possano essere mantenute costanti.

Qualunque altro cambiamento di un bene sposta l'intera curva di domanda. Un buon esempio in proposito è costituito dal modo in cui nella realtà, la domanda di caramelle si sposta man mano che i consumatori si rendono conto dei problemi che derivano dal sovrappeso. Uno **spostamento a sinistra** della curva di domanda significa che il **mercato domanderà una minore quantità** ad ogni dato prezzo.

Le cause degli spostamenti delle curve di domanda

Fra i diversi fattori che causano spostamenti della curva di domanda due sono specificatamente economici: le variazioni del reddito e le variazioni dei prezzi di altri beni. All'aumentare del proprio reddito un individuo acquista normalmente una maggior quantità di tutti i beni. Aumenti di reddito spostano **a destra la curva** di domanda, così che ad ogni prezzo **viene consumata una maggiore quantità** del bene.

Due beni si definiscono **sucedanei o sostituibili** se aumenti del prezzo dell'uno fanno aumentare la domanda dell'altro. Ad esempio burro e margarina sono dunque beni sostituibili.

A volte tuttavia un aumento del prezzo di altri beni produce un effetto contrario. Si consideri un individuo abituato a mettere lo zucchero nel caffè. Se aumenta il prezzo dello zucchero, domanderà meno caffè. Per questa persona zucchero e caffè sono **beni complementari**: un aumento del prezzo dello zucchero sposta la curva di domanda di caffè verso sinistra: a ogni prezzo, cioè, la domanda di caffè sarà minore. Anche fattori non

economici possono spostare le curve di domanda di mercato. Tra questi molto importanti sono i cambiamenti dei gusti e della composizione della popolazione.

Sono rappresentati dai numerosi fenomeni registrati negli ultimi decenni tutti connessi a una maggiore attenzione ai problemi di salute. Anche le variazioni nella composizione per età della popolazione ha indotto spostamenti delle curve di domanda dei beni. Famiglie giovani con bambini acquistano pannolini; la domanda di nuove case appartamenti è strettamente correlata al numero di nuove famiglie. La popolazione dei paesi sviluppati è in media invecchiata. Vi è stata pertanto una diminuzione sia della domanda di pannolini che quella di nuove case. Gli effetti del fattore popolazione, vengono chiamati **effetti demografici**.

A volte le curve di domanda si spostano a causa della disponibilità di nuove informazioni. Gli spostamenti delle curve di domande di alcolici, di cibi molto calorici, e ancora di più quella delle sigarette, sono dovute alla migliore informazione dei consumatori circa i rischi per la salute derivanti dal consumo di questi prodotti. Infine, anche ciò che le persone pensano in merito a ciò che accadrà in futuro può spostare le curve di domanda. Se gli individui pensano di poter perdere il posto di lavoro, essi ridurranno le spese. In questo caso gli economisti dicono che la curva di domanda dipende dalle **aspettative**.

L'offerta

Gli economisti usano il concetto di offerta per descrivere la quantità di un bene o servizio che una famiglia o un'impresa desidera vendere a un dato prezzo. Il primo interrogativo è come cambia l'offerta al variare del prezzo, mantenendo costanti tutte le altre circostanze.

La figura mostra il numero di caramelle che la società Delizie vorrebbe vendere o offrire sul mercato a ogni ipotetico prezzo. Al di sotto di 100 lire l'impresa non trova conveniente produrre. A 200 lire venderebbe 85 mila caramelle. A 500 lire nel renderebbe centomila. La curva tracciata collegando i vari punti è chiamata **curva di offerta**. Essa mostra la quantità che Delizie offre ai vari prezzi. Il prezzo è misurato sull'asse verticale e la quantità offerta sull'asse orizzontale. A differenza della curva di domanda, la **curva di offerta ha inclinazione positiva** da sinistra a destra; **a prezzi più elevati le imprese offrono di più**.

L'offerta di mercato

L'offerta di mercato è la quantità totale di un bene che tutte le imprese esistenti nel sistema economico sono disposti a offrire a un dato prezzo. La curva che collega i punti della figura è la **curva di offerta di mercato**: essa mostra la quantità totale di un bene che le imprese sono disposti a produrre a ogni ipotetico prezzo.

All'aumentare del prezzo delle caramelle, la quantità offerta aumenta. La curva di offerta di mercato è in genere inclinata positivamente da sinistra a destra per due ragioni: in primo luogo, a prezzi più elevati ciascuna impresa nel mercato è disposta a produrre di più; in secondo luogo, a prezzi più elevati un maggior numero di imprese è disposto a entrare nel mercato per produrre il bene.

Gli spostamenti della curva di offerta

Anche le curve di offerta, come quelle di domanda, possono spostarsi in modo tale che a un medesimo prezzo le quantità offerte aumentino o diminuiscano.

Esistono diverse possibili cause degli spostamenti delle curve di offerta. Tra queste anzitutto troviamo una variazione dei prezzi degli input usati per produrre un bene. Ad esempio al diminuire del prezzo del mais, la curva di offerta dei fiocchi di mais si sposta a destra. Produrre fiocchi di mais costa meno, pertanto le imprese sono disposte a fornirne ad ogni prezzo una quantità maggiore.

Un'altra possibile causa di spostamenti nelle curve di offerta è l'innovazione tecnologica. I miglioramenti tecnologici hanno condotto uno spostamento verso destra della curva di offerta di mercato. Un'altra fonte di spostamento è l'ambiente naturale. La curva di offerta di prodotti agricoli può spostarsi a destra o a sinistra a seconda delle condizioni atmosferiche. La riduzione nella disponibilità di credito può limitare la capacità dell'impresa di ottenere prestiti per acquisire gli input necessari alla produzione; anche questo indurrà uno spostamento a sinistra della curva di offerta.

Spostamenti della curva di offerta e movimenti lungo la curva di offerta

È fondamentale distinguere fra movimenti lungo la curva di offerta e spostamenti della curva di offerta stessa. Il prezzo delle caramelle aumenta all'aumentare della quantità offerta. Vi è un movimento lungo la curva di offerta. Invece la curva di offerta si sposta verso destra perché, supponiamo, una nuova tecnica di produzione rende meno costosa la produzione di caramelle. In questo caso anche se il prezzo non cambia, la quantità offerta aumenta.

La legge dell'offerta e della domanda

Poiché il termine **equilibrio** ricorrerà in tutto il libro, è importante capire bene tale concetto. L'equilibrio descrive una situazione in cui non ci sono forze (o ragioni) che spingano verso un cambiamento. Nessuno ha incentivo a cambiare il prezzo o la quantità. Al prezzo di equilibrio i consumatori ottengono esattamente la quantità del bene che sono disposti ad acquistare a quel prezzo e i produttori vendono esattamente la quantità che sono disposti a vendere a quel prezzo.

Vi è un **eccesso di offerta** quando i produttori scoprono che non possono vendere quanto vorrebbero ad un dato prezzo; alcuni abbasseranno leggermente il proprio prezzo, sperando di strappare clienti agli altri produttori. Quando un produttore abbassa i prezzi, i suoi concorrenti, nel timore di non riuscire a vendere i propri prodotti, dovranno anch'essi modificare il prezzo. Al diminuire dei prezzi i consumatori acquisteranno di più, finché il mercato non raggiungerà il prezzo e la quantità di equilibrio.

Analogamente vi è un **eccesso di domanda** quando gli individui desiderano acquistare 30 milioni di caramelle, mentre le imprese sono disposte a produrne solo cinque milioni. Alcuni consumatori saranno disposti a pagare un po' di più; altri si adegueranno. Quando i prezzi cominceranno ad aumentare, i produttori avranno maggiori incentivi a produrre di più e così il mercato tenderà nuovamente a raggiungere il punto di equilibrio. Nella economie di mercato, in condizioni di concorrenza, i prezzi effettivi tendono verso i rispettivi livelli di equilibrio, ai quali **la domanda uguaglia l'offerta**. Questa viene chiamata la legge dell'offerta della domanda. Tale legge afferma che, quando mercato non è in equilibrio, vi sono forze che spingono al cambiamento.

Il prezzo il valore e il costo

Il prezzo, per un economista, è quanto viene dato in cambio di un bene o di un servizio. È determinato dalle forze dell'offerta della domanda.

Il prezzo è connesso al valore marginale di un bene, cioè al valore dell'unità addizionale del bene. L'acqua ha un prezzo basso non perché il valore totale dell'acqua sia basso ma perché è basso il suo valore marginale, cioè quanto si sarebbe disposti a pagare per poter bere un bicchiere di acqua all'anno in più.

Gli economisti distinguono anche il prezzo di un bene (a quanto si venderà) dal suo costo (la spesa per produrre il bene). I costi di produzione di un bene influiscono sul prezzo. Un aumento dei costi di produzione farà aumentare i prezzi. Nel modello base di concorrenza, in equilibrio, il prezzo di un bene normalmente eguaglia il suo costo.

CAPITOLO 5

L'ELASTICITA'

L'elasticità della domanda rispetto al prezzo (più brevemente elasticità della domanda), è considerata come la variazione percentuale della quantità domandata divisa per la variazione percentuale del prezzo:

$$\text{Elasticità della domanda} = \frac{\text{variazione percentuale della quantità domandata}}{\text{variazione percentuale del prezzo}} \\ (\text{segno -})$$

L'elasticità della domanda rispetto al prezzo è in numeri negativi: cioè, quando il prezzo aumenta, le quantità domandata diminuisce ma per convenzione si usa il numero positivo.

Valori più alti dell'elasticità rispetto al prezzo indicano che la **domanda è più sensibile** alle variazioni di prezzo e, viceversa, **valori più bassi** dell'elasticità indicano che la **domanda è meno sensibile** alle variazioni di prezzo.

Elasticità rispetto al prezzo e ai ricavi

Il ricavo è dato dal prodotto del prezzo per la quantità venduta. Si può scrivere ciò mediante una semplice equazione. Indicando con R il ricavo, con P il prezzo e con Q la quantità:

$$R = pQ$$

Quando l'elasticità della domanda è **maggiore di 1**, la variazione della quantità compensa ampiamente la variazione dei prezzi. Diciamo quindi che la domanda è **relativamente elastica**, ovvero sensibile alle variazioni dei prezzi; nel caso in cui l'elasticità rispetto al prezzo sia **uguale a 1** è definita **unitaria**; quando l'elasticità sono comprese nell'intervallo di **valori fra 0 e 1** la domanda è **relativamente rigida** e non c'è una grande diminuzione della domanda, è insensibile alle variazioni di prezzo.

Casi estremi

Vi sono due **casi estremi** che meritano attenzione. Uno si riferisce alla **curva di domanda piatta**, se c'è una curva orizzontale. Si dice che questa curva di domanda è **perfettamente elastica** o che ha un'elasticità infinita poiché anche un piccolo aumento del prezzo si traduce in una caduta zero della domanda.

L'altro caso è quello di una **curva di domanda estremamente ripida**. Si dice che questa curva di domanda è **perfettamente rigida** o che ha un'elasticità nulla (cioè uguale a zero), poiché qualunque sia la variazione del prezzo, la domanda rimane la stessa.

Elasticità e pendenza delle curve di domanda

L'elasticità di una curva è diversa dalla sua pendenza. Il modo migliore per capire la differenza è fare riferimento a una curva di domanda lineare. Essa è rappresentata da una linea retta, in tal caso la quantità domandata è collegata al prezzo dall'equazione:

$$Q = a - bp$$

La **pendenza** è il rapporto fra variazione del prezzo e variazione unitaria delle quantità:

$$\text{pendenza} = \frac{\text{variazione del prezzo}}{\text{variazione della quantità}}$$

$$\text{elasticità dell'offerta (segno +)} = \frac{\text{variazione quantità}}{\text{variazione prezzo}}$$

$$\text{elasticità ad arco} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1 + Q_2} \cdot \frac{P_1 + P_2}{P_2 - P_1}$$

penuria ed eccedenze

Quando il prezzo è fissato in modo che la domanda eguagli l'offerta, gli economisti dicono che il mercato è in equilibrio. Ma ci sono anche periodi in cui il mercato non è in equilibrio per effetto di **penuria** o **eccedenze** cospicue. Per un economista **penuria** significa che i consumatori vorrebbero acquistare qualcosa, ma non lo possono fare perché non trovano il prodotto al prezzo corrente. **Eccedenza** significa che i venditori vorrebbero vendere il proprio prodotto, ma non possono venderne quanto vorrebbero al prezzo corrente.

CAPITOLO 6

TEMPO E RISCHIO

Le scelte che facciamo oggi influiscono sui livelli di vita del futuro. Dimostreremo come i prezzi del presente sono collegati alle aspettative sui prezzi del futuro. Quando si deposita una moneta in un conto bancario si compie una transazione rivolta al futuro. Si presta denaro alla banca la quale si impegna restituirlo. Le banche, tuttavia offrono qualcosa di più della semplice sicurezza; offrono un rendimento sui risparmi. Questo rendimento si chiama **interesse**.

Per un economista il tasso di interesse è un prezzo. Se il prezzo di una lira è mille lire, significa che bisogna rinunciare a mille lire per ottenerne una. Gli economisti definiscono prezzo relativo di due beni l'ammontare di un bene a cui si deve rinunciare per ottenere un'unità in più dell'altro.

Il valore della moneta nel tempo

I tassi di interesse sono normalmente positivi. Il fatto che una stessa quantità di moneta valga nel presente di più di quanto non valga nel futuro ossia che mille lire oggi valgono più di mille lire in futuro, viene considerato dagli economisti come la manifestazione del valore della moneta nel tempo. Il concetto di **valore attuale** ci dice precisamente come misurare il valore della moneta nel tempo

Vi è una semplice formula per calcolare il valore attuale di una qualsiasi somma da incassare suonando: basta dividere tale somma per $(1 + r)$ e; dove con r indichiamo, come avviene comunemente, il **tasso di interesse** annuale.

Valore attuale di 1000 lire il prossimo anno = 1000 lire

(1 + r)

Il mercato dei fondi mutuabili

il tasso di interesse cambia nel tempo. In che modo viene determinato il tasso di interesse? Come di altri prezzi, esso è regolato dalla legge dell'offerta e della domanda. In qualsiasi momento dato vi sono persone e imprese che vorrebbero prendere denaro a prestito e spendere più di quanto abbiano in al momento. Di scambi che avvengono nell'arco di un certo periodo di tempo sono chiamati **scambi intertemporali**.

Chi prenda prestito può essere un'impresa commerciale, come quella posseduta da Giorgio, che ritiene di poter fare con questi fondi un investimento. Può essere anche un individuo che raffrontare qualche emergenza, una malattia per esempio, che richiede la disponibilità di fondi oggi.

È tuttavia necessario chiedersi: in che modo l'offerta di fondi uguali della domanda? Aumentare il tasso di interesse alcuni saranno scoraggiati dal chiedere prestiti. Contemporaneamente, all'aumentare del tasso di interesse, alcuni risparmiatori possono essere indotti risparmiare di più, poiché gli incentivi a risparmio sono aumentati. Si può ora capire perché il tasso di interesse di equilibrio è positivo.

Solo un tasso di interesse positivo la domanda di prestiti può eguagliare l'offerta.

Nelle economie reali raramente coloro che domandano e offrono prestiti si incontrano fisicamente. Le banche e le altre istituzioni finanziarie agiscono da intermediari, raccolgono cioè fondi da coloro che vogliono risparmiare e concedono denaro a coloro che vogliono averne in prestito.

Inflazione e tasso di interesse reale

Il tasso di interesse, come abbiamo visto, è un prezzo. Ma, il denaro vale solo per le merci che permette di acquistare. A causa dell'inflazione, cioè dell'aumento generalizzato dei prezzi, un determinato ammontare di lire disponibile nel futuro permette di comprare meno merci dello stesso ammontare di lire disponibile oggi. Gli individui vogliono sapere quanto consumo ottengono domani se rinunciano oggi a un consumo equivalente a una lira. La risposta è data dal **tasso di interesse reale**. Questo è distinto dal **tasso di interesse nominale**, il tasso che una banca fissa nella propria banca o sui giornali. C'è una relazione semplice fra il tasso di interesse reale e quello nominale: il tasso di interesse reale è uguale al tasso di interesse nominale meno il tasso di inflazione (il tasso medio di variazione annuale dei prezzi).

In una economia con l'inflazione, chi prende a prestito e in una situazione simile. Egli sa che, ottenendo moneta, le lire da restituire per ripagare il prestito varranno meno delle lire ricevute oggi.

Tasso interesse reale = tasso interesse nominale - inflazione

il mercato del rischio

In genere si cerca di evitare o di minimizzare i rischi seri. Gli economisti definiscono il comportamento di chi cerca di evitare il rischio come **avversione al rischio**.

Anche se la maggior parte degli individui sono avverse al rischio, la nostra economia ha bisogno di incoraggiare l'assunzione di rischi. L'insieme delle istituzioni e degli accordi attraverso i quali si realizza questo processo è **mercato del rischio**. Il modo più semplice di reagire a rischio è evitarlo: ma se tutti evitassero tutti i rischi, l'attività economica si fermerebbe.

Quando i rischi non possono essere evitati del tutto c'è molto che gli individui imprese possono fare per ridurre il grado di rischio. Un'attenta ricerca condotta prima di realizzare un progetto di investimento e finalizzata ottenere la più completa informazione possibile riduce certamente il rischio. Un secondo modo di reagire al rischio è mantenere aperta la possibilità di **alternativa**. Le imprese spesso spendono considerevoli somme per riservarsi delle alternative. È possibile, ad esempio, che entrino in un mercato pur sapendo che per 12 anni perderanno denaro. Vale la pena di perdere denaro per un certo periodo ha lo scopo di lasciarsi delle alternative aperte.

Una terza risposta al rischio è: **non mettere tutte le proprie uova nello stesso paniere**. Le imprese, ad esempio, possono entrare in vari settori dell'attività per ridurre il rischio. Se le cose vanno male in un settore di attività, ci sono buone possibilità che vadano meglio in un altro settore. Una quarta risposta al rischio è **trasferirlo o condividerlo**. Supponiamo che Marina possieda una casa e non abbia stipulato alcuna assicurazione su di essa. Supponiamo che Marina, che abbastanza ricca, accetti di pagare 100 mila lire a Lorenzo nel caso in cui l'abitazione si bruciasse. L'eventuale perdita di centomila lire subita da Marina a non avrebbe un effetto grave sulle sue finanze. È probabile che Marina sia dunque disponibile ad accettare questo rischio in cambio del pagamento da parte di Lorenzo di una somma di denaro lievemente al di sopra del valore medio del pagamento atteso da Marina. Il valore medio del pagamento atteso di chi accetti pagare a Lorenzo centomila lire è pari a:

Valore medio del pagamento atteso = probabilità della perdita * pagamento nel caso di perdita

Se Marina fosse disponibile ad accettare il rischio in cambio del pagamento di mille e 100 lire, allora le 100 lire sono il premio per il rischio. Le compagnie d'assicurazione sono le istituzioni che nella economia reale si specializzano nel prendersi carico dei rischi. Gli individui e le imprese non possono stipulare assicurazioni per proteggersi contro tutti i tipi di rischio. Un'impresa, ad esempio, non può stipulare un'assicurazione che la protegga contro il rischio che la domanda del suo prodotto cada. Gli economisti hanno identificato due problemi connessi che limitano l'uso dell'assicurazione: **la selezione avversa e il rischio o azzardo morale**.

CAPITOLO 7

IL SETTORE PUBBLICO

Il sistema economico delle principali economie industriali è basato principalmente sui mercati privati. Nonostante ciò generalmente il settore pubblico, o governativo, interviene in tutte le sfere dell'attività economica. Si è visto come il profitto fornisca le imprese di incentivo a produrre i propri quei beni che i consumatori desiderano. I prezzi servono a coordinare l'attività economica e a segnalare i cambiamenti delle condizioni in cui essa si svolge. La proprietà privata fornisce agli individui gli incentivi all'investimento e alla manutenzione di fabbricati, macchinari e terreni.

Lo stato è presente in modo diffuso nelle economie di quasi tutti i paesi industrializzati. In una democrazia il settore pubblico si differenzia da quello privato principalmente in due modi. Per la sua legittimazione l'autorità deriva dal processo elettorale; a poteri di coercizione, come quello di far pagare le imposte ai cittadini e di far rispettare le leggi. In genere i mercati privati sono capaci di allocare le risorse in modo efficiente. Ma non sempre vi riescono: è il caso delle **esternalità e dei beni pubblici**. Inoltre a volte, quando l'economia fallisce nell'usare

pienamente le risorse disponibili, possono essere capacità produttive inutilizzate lavoratori disoccupati. Anche quando l'economia funziona in modo efficiente, può ancora esservi insoddisfazione relativamente redistribuzione del reddito. Gli individui le imprese tende a produrre una quantità eccessiva di beni a **esternalità negativa**, quali **l'inquinamento atmosferico** o idrico, in quanto non sostengono tutti i costi. D'altra parte tendono a produrre una quantità sufficiente di beni a **esternalità positiva**, come una **nuova invenzione**, in quanto non possono goderne tutti i benefici. **I beni pubblici** sono quei beni il cui godimento da parte di un individuo in più costa poco o nulla, mentre molto costoso precludere ad altri la possibilità di goderne. La difesa nazionale e la costruzione di un faro ne sono due esempi. Mercati liberi tendano a produrre una quantità insufficiente di tali beni.

Lo stato dispone di una serie di strumenti che può usare con i mercati non funzionano efficientemente. Può agire direttamente, fornire incentivi al settore privato o dare mandato all'azione privata.

Mentre i **fallimenti** del mercato forniscono una potenziale ragione per l'intervento pubblico, quest'ultimo può non costituire un rimedio efficace. Ci sono cause sistematiche per i fallimenti dello stato così come ci sono per i fallimenti del mercato. L'equilibrio fra settore pubblico e settore privato è un problema centrale in economia.

CAPITOLO 8

LA DECISIONE DI CONSUMARE

In qualunque economia sviluppata, milioni di famiglie, nello insieme compiano ogni giorno uno sbalorditivo numero decisioni di spesa. Queste decisioni contribuiscono alla domanda globale. Oltre le decisioni di spesa, i membri di ciascuna famiglia prendono decisioni che influiranno su quanto reddito e si avranno da spendere: decidano ad esempio se fare o non fare del lavoro straordinario. Essi decidono inoltre quanto del proprio reddito risparmiare e infine decidono dove mettere il gruzzolo che in effetti hanno risparmiato..

Questi quattro gruppi di decisioni rappresentano le fondamentali scelte economiche che la famiglia affronta.

Il problema fondamentale della scelta del consumatore

Il primo problema fondamentale che un consumatore affronta è: cosa dovrebbe fare con il reddito, qualunque esso sia, che ha da spendere. Egli deve allocare il suo reddito disponibile fra beni alternativi. In assenza di scarsità la risposta sarebbe facile: avere tutto!

Il consumatore definisce proprio insieme delle alternative disponibili, cioè cosa è possibile ottenere dati i vincoli a cui viene soggetto a; e poi, all'interno di questi insieme, ce il punto preferito.

Il vincolo di bilancio

L'insieme delle alternative disponibili dell'individuo è definito dal vincolo di bilancio. Se al netto delle imposte la retribuzione settimanale di una persona ammonta a 500 mila lire e non ha alcun altro reddito, allora questo è il suo vincolo di bilancio. Le sue spese complessive in alimenti, abbigliamento, affitto, divertimenti, viaggi e altri eventuali tipi di spesa non possono superare le cinquecentomila lire la settimana. Il diagramma di un vincolo di bilancio a due aspetti importanti. Primo anche se qualsiasi combinazione all'interno dell'area è possibile, sono i punti sulla retta sono realmente rilevanti. Secondo, guardando lungo il vincolo di bilancio, si possono vedere i trade-off cioè a quante e caramelle deve rinunciare per ottenere un compact disc e viceversa.

L'inclinazione del vincolo di bilancio dice anche che cos'è il trade-off. L'inclinazione di una retta misura quanto essere rigida; misura alla dimensione della variazione lungo l'asse verticale, dice, per un dato prezzo a quanto di un bene si deve rinunciare se si vuole un unità in più dell'altro bene.

La scelta di un punto sul vincolo di bilancio: le preferenze individuali

Lo studio del comportamento del consumatore ha come punto di partenza il vincolo di bilancio e l'individuazione dei possibili trade-off. Quale scelta farà il nostro cliente? Gli economisti restringono le loro previsioni ai punti sul suo vincolo di bilancio: e ogni individuo sceglierà un qualche punto lungo tale vincolo. Il punto effettivamente scelto dipende dalle preferenze individuali;

Che cosa succede al consumo quando varia reddito?

Quando il reddito di un individuo aumenta, e li ha più da spendere in consumi. **L'elasticità della domanda rispetto al reddito** misura quanto aumenta il consumo di un particolare bene all'aumentare del reddito:

$$\text{elasticità della domanda} \quad \text{variazione percentuale del consumo} \\ \text{Rispetto al reddito} \quad = \quad \frac{\text{-----}}{\text{variazione percentuale del reddito}}$$

L'**elasticità** della domanda rispetto al reddito e la variazione percentuale del consumo che deriverebbe da un incremento del reddito del 1%. Se l'**elasticità** della domanda è **maggiore di 1**, un aumento dell'1% del reddito di un individuo che si traduce in un **incremento** delle **spese** per quel bene **superiore all'1%**, cioè la somma spesa per quel bene aumenta più che proporzionalmente rispetto al reddito. Se l'elasticità della domanda rispetto al reddito è **minore di 1**, allora un aumento del reddito dell'1 per 100 comporta un aumento delle spese **inferiore all'1 %**.

Man mano che aumenterà il reddito delle persone, cambia anche il tipo di merci che esse scelgono di comprare. In particolare, avranno chiuderanno da spendere i beni diversi da quelli necessari per la sola sussistenza. Il consumo di certi beni di fatto diminuisce all'aumentare del reddito e aumenta al diminuire del reddito. Questi beni sono chiamati beni **inferiori**. Si differenzia nettamente dai beni **normali**, il cui consumo aumenta all'aumentare del reddito.

Il valore dell'elasticità della domanda rispetto al prezzo dipende fondamentalmente dalla presenza sul mercato di beni **sucedanei**. In particolare, l'elasticità della domanda al prezzo è tanto maggiore quanto più simili sono e più grande è il numero dei beni succedanei disponibili. Generalmente, l'elasticità rispetto al prezzo della domanda per un bene è maggiore nel lungo periodo.

Due beni sono **complementari** se la quantità acquistata di x diminuisce all'aumentare del prezzo di y e viceversa. I beni x e y sono **sucedanei** se la quantità acquistata di x aumenta quando aumenta il prezzo di y e viceversa.

L'aumento del prezzo di un bene fa diminuire la quantità domandata del bene (cosa che implica uno spostamento lungo la curva di domanda del bene), e contemporaneamente determina lo spostamento verso sinistra della curva di domanda di un bene complementare e verso destra e della curva di domande di mercato per un bene succedaneo.

I consumatori acquistano beni che perché ciò fa aumentare loro livello di soddisfazione. Il surplus del consumatore misura la differenza fra quantità massima di denaro che un individuo sarebbe disposto pagare per un bene e la quantità che effettivamente paga.

Un esame più approfondito della curva di domanda

Quando i prezzi aumentano le quantità domandate di un bene in genere diminuiscono. Ciò ci aiuterà a capire perché alcuni beni rispondono con maggiore intensità a cambiamenti di prezzo, cioè, hanno una maggiore elasticità rispetto al prezzo.

Quando un individuo ha meno reddito da spendere riduce le sue spese non è bene, compresi i compact disc. Questa parte della reazione al prezzo più alto è chiamato **effetto reddito**.

La grandezza dell'effetto reddito dipende da due fattori: quanto la merce è importante per l'individuo è quanto è grande è l'elasticità rispetto al reddito. Poiché gli individui spendano una quota relativamente piccola del proprio reddito in un particolare bene, l'effetto reddito è relativamente piccolo. Ma nel caso degli alloggi, per esempio, nei quali gli individui spendere media tra un quarto e un terzo del proprio reddito, l'effetto reddito di un aumento del loro prezzo è significativo.

Come costruire le curve di domanda

In corrispondenza di ogni prezzo, tracciamo il vincolo di bilancio e determiniamo. Lungo il vincolo di bilancio che viene scelto. All'aumentare del prezzo dei compact disc, Francesca sceglierà lungo i successivi vincoli di bilancio punti caratterizzanti dell'acquisto di un sempre minor numero di compact disc e: prezzi più alti significano che la sua posizione peggiora, e quindi, attraverso l'effetto reddito, diminuiscono i suoi acquisti di tutti i beni. Il prezzo più alto relativamente agli altri beni significa che compact disc verranno sostituiti da altri beni.

L'importanza di distinguere fra gli effetti di reddito e di sostituzione

Distinguere fra gli effetti di reddito e di sostituzione derivanti dalla variazione di prezzo è importante per due motivi. **Capire le reazioni alle variazioni di prezzo**: la distinzione migliora la nostra comprensione delle reazioni dei consumatori alle variazioni di prezzo. Ragionare sull'effetto sostituzione ci aiuta a capire perché

alcune curve di domanda hanno una bassa elasticità rispetto al prezzo. Un piccolo aumento di prezzo conduce a una grande riduzione della quantità domandata. Oppure si consideri l'effetto di un aumento del prezzo di un certo bene sulla domanda di altri beni: l'effetto reddito, condurrebbe una riduzione del consumo di tutte le merci. Ma l'effetto sostituzione induce un aumento del consumo dei beni sostituibili (o succedanei).

Capire le inefficienze associate alle imposte: un secondo motivo per concentrarsi sugli effetti di reddito e di sostituzione e identificare alcune delle inefficienze associate alla tassazione. Lo scopo di imposta rappresenta un trasferimento di potere d'acquisto dalle famiglie allo stato. Oltre a ciò, le imposte spesso distorcono l'attività economica. Prendiamo ad esempio l'imposta sulle finestre introdotto nell'Inghilterra medievale. Aveva lo scopo di ottenere delle entrate. Condusse, invece, alla costruzione di case senza finestre.

Il concetto di utilità e la descrizione delle preferenze

Occorre tener conto del fatto che consumatori sono soggetti a restrizioni di bilancio, ossia loro reddito è limitato.

Un individuo desidera dei beni perché questi soddisfano i suoi bisogni. La proprietà di un bene di soddisfare un certo bisogno di un individuo prende nome di **utilità**. Appare evidente come l'utilità di un bene sia una funzione del tempo. Un bene che in grado di soddisfare bisogni di un individuo non certo periodo, può non essere più in grado di fare altrettanto in un altro periodo. Quando non certo periodo di tempo aumenta il consumo di un bene, aumenta pure l'utilità che il bene procura all'individuo. Al crescere del consumo di un bene tuttavia, l'utilità addizionale che l'individuo ricava diminuisce. L'utilità con individuo riceve in più dal consumo del bene si definisce **utilità marginale**. L'utilità marginale può assumere segno positivo, negativo o essere nulla. Assume segno positivo (continuando ad essere decrescente) fino al punto di saturazione dell'individuo (che diventa sazio del bene) quindi si annulla e poi assume segno negativo perché l'individuo comincia rifiutare bene.

Generalmente, un individuo sceglie fra diverse combinazioni di più beni, ossia fra diversi **panieri** di beni. In questo caso si fanno le seguenti ipotesi:

- 1) il consumatore razionale è sempre in grado di decidere quale fra i panieri preferisce;
- 2) il consumatore razionale, preferisce un paniere contenente la quantità maggiore di un bene a un paniere con una quantità minore dello stesso bene.

È possibile tracciare un grafico delle varie combinazioni di due beni che danno all'individuo una uguale soddisfazione o utilità. Tale grafico prende il nome di **curva di indifferenza** del consumatore. Una curva di indifferenza più alta indica un livello di soddisfazione più elevato, mentre una curva più bassa un livello di soddisfazione più basso.

Le curve di indifferenza hanno normalmente pendenza negativa, non si intersecano e non sono convesse verso l'origine degli assi. La convessità della curva e la conseguenza di un **saggio marginale di sostituzione decrescente**. Il saggio marginale di sostituzione di x rispetto a y indica il numero di unità di un bene y che un individuo disposto a cedere in cambio di una unità aggiuntiva del bene x , e conservando lo stesso livello di soddisfazione, ossia rimanendo sulla stessa curva di indifferenza.

Curve di indifferenza orizzontali indicano che il consumatore è indifferente al fatto di avere quantità maggiori o minori del bene x (cioè x diventa un **bene neutro**). Quando le curve di indifferenza sono segmenti di retta a pendenza negativa, i beni x e y sono sostituti perfetti per il consumatore. La scelta del consumatore è tuttavia vincolata dai limiti di disponibilità di reddito e dei prezzi che deve pagare per acquistare i beni. Il consumatore si trova di fronte cioè ad un **vincolo di bilancio**.

Il consumatore può acquistare una qualsiasi combinazione di beni x e y al di sotto della linea di bilancio o al massimo sulla linea di bilancio. Una linea di bilancio varia se varia il prezzo di uno dei beni o se varia il reddito del consumatore. Se il reddito aumenta, all'alinea di bilancio si sposta in alto ma la sua pendenza rimane la stessa. Quando varia solamente il prezzo del bene x la linea di bilancio ruota in senso antiorario. Dati i gusti del consumatore, il consumatore razionale cerca di massimizzare l'utilità con la soddisfazione, dato una certa linea di bilancio, il consumatore razionale massimizza la propria attività cercando di raggiungere la curva di indifferenza più alta possibile. Graficamente, ciò accade nel punto in cui una delle due curve di indifferenza è tangente alla linea di bilancio.

CAPITOLO 9

LA DECISIONE DI OFFRIRE LAVORO

La struttura di lavoro è molto cambiata negli ultimi tre decenni. La settimana media per un operaio manifatturiero è diminuita di circa un ottavo dagli anni '50 ad oggi, e questo è solo uno dei tanti esempi in proposito.

La decisione in merito a quanto lavoro offrire è una scelta fra consumo, o reddito, e tempo libero. Il tempo impiegato dei genitori per accudire i propri figli, per esempio, risulta essere tempo libero in questa accezione particolare. Un aumento del reddito non si traduce, di necessità, immediatamente in consumo; l'individuo deve decidere se spendere il suo reddito aggiuntivo adesso o in futuro. Sebbene lavoro tipico sembri essere caratterizzato da una durata di tempo prefissata, esiste un'ampia varietà di modi in cui la gente può influenzare la quantità di lavoro che intende offrire. Molti lavoratori possono non godere di alcuna discrezionalità nel decidere se lavorare a tempo pieno o meno, ma essi hanno un certo grado di scelta nel decidere se fare o meno lo straordinario. Inoltre molti individui fanno un secondo lavoro per arrotondare lo stipendio. Inoltre, il fatto che lavori diversi nella durata della loro settimana lavorativa normale implica che un lavoratore goda di una certa flessibilità nel poter scegliere un'occupazione che gli consenta di lavorare il numero di ore desiderate. Si può quindi applicare l'analisi ad una scelta individuale fra lavoro e tempo libero. Nel decidere quali dei punti scegliere lungo il vincolo di bilancio, si valutano i benefici marginali di ciò che si può acquistare con il salario orario aggiuntivo e i costi marginali, cioè il valore di un'ora di tempo libero a cui si deve rinunciare. Questo schema può essere utilizzato per analizzare gli effetti delle variazioni nel reddito e nei salari sulle decisioni di scelta fra lavoro e tempo libero. Per esempio, un aumento del reddito non derivante da salari induce normalmente un individuo a consumare una quantità maggiore di tutti i beni incluso il tempo libero: a parità di salari, al crescere dei redditi non derivanti da essi, l'offerta di lavoro diminuisce. Ma un aumento dei salari muterà anche i trade-off. Rinunciando un'ora di tempo libero gli individui potranno ottenere un maggior numero di beni, e vorranno quindi lavorare di più. Questo è l'**effetto di sostituzione**. Si può ora derivare la curva di offerta di lavoro nello stesso modo in cui è stata derivata la curva di domanda di un bene. In corrispondenza di alti salari, l'effetto di reddito di ulteriori aumenti salariali supera l'effetto di sostituzione, cosicché l'offerta di lavoro diminuisce. Se gli effetti di reddito e di sostituzione si compensano perfettamente, l'offerta di lavoro sarà sostanzialmente indifferente alle variazioni di salario. *In definitiva l'effetto di reddito induce a lavorare di meno. Questo viene contrastato dall'effetto di sostituzione: la maggiore remunerazione fornisce un incentivo a lavorare più ore. Al crescere del salario l'offerta di lavoro può sia aumentare che diminuire.*

Il tasso di partecipazione alla forza lavoro

La decisione in merito a quanto lavoro offrire può essere suddivisa in due parti: se lavorare e, se sì, quanto lavorare. Il primo tipo di decisione viene definito **decisione di partecipazione alla forza lavoro**. Il livello minimo di salario a cui individuo è disposto a lavorare, è denominato **salario di riserva**. Al di sotto di tale salario l'individuo non partecipa alla forza di lavoro.

Il drastico incremento del tasso di partecipazione femminile alla forza lavoro durante gli ultimi quarant'anni, portò ad una variazione che può essere vista e in parte con uno **spostamento** della curva di offerta di lavoro e in parte come **movimento** lungo la curva stessa. Tale curva è chiamata **curva di partecipazione alla forza lavoro**. Tale aumento a seguito dei più elevati salari che le donne ora ricevono è un **movimento lungo la curva di partecipazione della forza lavoro**.

L'effetto di una variazione del salario sull'offerta di lavoro a importanti implicazioni di politica economica. Ad esempio, e sentiamo spesso dire che un aumento delle imposte scoraggia dalla lavorare. Ma se la curva di offerta di lavoro è ripiegata all'indietro, e un aumento delle imposte e la connessa riduzione del salario netto possono di fatto aumentare l'offerta di lavoro.

La decisione di andare in pensione

L'incremento della ricchezza ha portato gli individui a scegliere una maggiore quantità di tempo libero nell'arco della propria vita. La ragione di tale scelta è, come si è visto prima, l'effetto di reddito. Allo stesso tempo i salari sono oggi molto più elevati di quanto fossero cinquant'anni fa. Ciò significa che più costoso per gli individui a andare in pensione presto: l'ammontare di consumo (reddito) a cui devono rinunciare è maggiore. Il prodotto nazionale dipende non solo dal numero di ore in cui la gente lavora, ma anche dalla loro produttività. Una delle determinanti significative è l'**istruzione**. Rimanendo scuola più lungo, il che in genere significa ritardare

l'ingresso della forza lavoro, gli individui possono aumentare il loro reddito atteso. Inoltre applicarsi di più la scuola e rinunciare a tempo libero può tradursi in elevati salari nel futuro. Vi sono anche costi opportunità, quale il reddito che si sarebbe ottenuto lavorando. I economisti dicono che l'investimento in istruzione produce capitale umano, facendo una analogia con gli investimenti in capitale fisico. Di fatto, il capitale umano a maggior rilievo di quello fisico. Tale investimento è finanziato con risorse sia pubbliche che private: le spese per l'istruzione primaria e secondaria sono la categoria di spesa più elevata.

La cura delle possibilità produttive può servire a spiegare come vengono prese le decisioni riguardanti l'investimento in capitale umano. Per fare questo, si può suddividere la vita di un uomo in due periodi: " gioventù " e " anni lavorativi in età adulta ". Rinunciando del consumo in giovane età, stanno più a lungo a scuola, il consumo atteso in futuro di un individuo aumenta perché ci si può attendere che il suo reddito sarà più alto. Spendere di più in istruzione oggi (ridurre il consumo) aumenta il reddito futuro, ma l'investimento aggiuntivo in istruzione fornisce un rendimento progressivamente minore.

L'aumento del divario salariale

Coloro che hanno l'istruzione universitaria sono pagati di più in media di coloro che non completano la scuola superiore. Il salario di equilibrio di lavoratori qualificati è più elevato di quello dei lavoratori non qualificati. Se un cambiamento della tecnologia sposta la curva di domanda di lavoro qualificato a destra, e la curva di domanda di lavoro non qualificato a sinistra cosa succede? I salari dei lavoratori non qualificati diminuiranno e quelli dei lavoratori qualificati aumenteranno. Nel lungo periodo questo aumento del divario salariale induce più individui ad acquisire maggiore capacità; pertanto l'offerta di lavoratori non qualificati si sposta a sinistra e quella di lavoratori qualificati si sposta a destra. Come risultato il salario di lavoratori non qualificati aumenta e quello dei lavoratori qualificati diminuisce.

I vincoli di bilancio e di risparmio

Anche per analizzare le decisioni di risparmio, vale l'assunto che gli individui spendano il loro denaro in modo razionale. Decidendo quanto risparmiare, gli individui definiscono anche il loro livello di spesa o consumo nel tempo. Se consumano di meno oggi possono consumare di più domani. Per analizzare questa scelta di spesa si può usare un vincolo di bilancio in modo del tutto analogo a quanto fatto per le decisioni relative agli investimenti in capitale umano. L'unica differenza risiede nel fatto che, invece di " gioventù " e " anni lavorativi in età adulta ", i due periodi di tempo considerati sono in questo caso " anni lavorativi " e " anni di pensione ". Ma qual è il prezzo relativo, fra consumo futuro e consumo corrente? Quanto consumo aggiuntivo futuro può ottenere si rinuncia una quantità di consumo corrente? Il prezzo relativo (del consumo oggi relativamente al consumo domani) è 1 più il tasso di interesse. Il consumo corrente è più costoso del consumo futuro.

La vita è divisa in un periodo lavorativo e un periodo di pensione, ciò che è rilevante è la lunghezza media dell'intervallo fra i momenti in cui il denaro è guadagnato e risparmiato e il tempo in cui i risparmi vengono utilizzati per la pensione. Per un individuo rappresentativo essa è all'incirca 35 anni. Se ce un punto intermedio in corrispondenza del quale il consumo dei due periodi non differisce molto, si può dire che ha **livellato** il suo consumo; ossia il consumo in ciascuno dei due periodi è all'incirca lo stesso. Questo tipo di risparmio motivato dal desiderio di rendere omogenei i livelli di consumo nel corso della vita e di provvedere alla pensione, è **detto risparmio secondo ciclo di vita**.

Che cosa succede ai risparmi se il tasso di interesse aumenta? Se non si risparmia, il tasso di interesse non ha alcun effetto sul consumo. In tutti gli altri casi però l'individuo dispone di un maggior reddito da consumare durante gli anni della pensione. *Un aumento del tasso di interesse produce sia un effetto di reddito che un effetto di sostituzione*. Poiché Giovanna è una risparmiatrice, un alto tasso di interesse la rende più ricca, inducendola a consumare di più oggi, ovvero riducendo il risparmio. Questo è l'effetto di reddito. Ma i proventi derivanti da risparmio sono aumentati. Per ogni dollaro di consumo posticipato lei ottiene un ammontare maggiore di consumo nel periodo della pensione. Ciò la induce a consumare di meno, ovvero a risparmiare di più. Questo è l'effetto di sostituzione. Quindi gli effetti di sostituzione e di reddito operano in direzioni opposte. Gli aumenti del tasso di interesse reale inducono piccoli incrementi nel risparmio, in quanto l'effetto di sostituzione prevale leggermente sull'effetto di reddito. Ma la curva del risparmio potrebbe anche essere verticale, con un effetto di sostituzione che compensa esattamente l'effetto di reddito. O potrebbe essere addirittura ripiegata all'indietro, qualora l'effetto di reddito prevalesse su quello di sostituzione.

Altri fattori che influenzano il risparmio

Le due determinanti fondamentali del risparmio sono al reddito e il tasso di interesse. Al crescere dei redditi, gli individui desiderano avere un maggior consumo nel periodo della loro pensione e quindi la maggior parte risparmia di più. Al variare dei tassi di interesse, gli effetti di reddito e di sostituzione e operano in direzioni diverse, così che l'effetto netto resta ambiguo. Le decisioni di risparmio degli Stati Uniti tengono però conto anche di una ancor più importante determinante: **la previdenza sociale**. La quantità di risparmio di cui necessitano gli individui per la loro pensione dipende dall'entità dell'assegno mensile che si riceveranno dall'amministrazione della previdenza sociale quando andranno in pensione. Un generoso sistema previdenziale riduce la necessità di risparmiare per la pensione. Tuttavia, negli Stati Uniti si è registrata una crescita dei programmi privati di pensione. Come può essere spiegato questo fenomeno? Vi sono due spiegazioni: la prima è che, al crescere della durata della vita degli individui ben oltre l'età del pensionamento, le necessità della pensione sono cresciute più rapidamente. La seconda è che al crescere dei salari gli individui decidano di godersi per tempo libero e quindi anche di andare in pensione anticipatamente. In tal caso le necessità di reddito per il periodo di pensionamento crescono.

La somma dei risparmi di tutti gli individui della società costituisce il **risparmio aggregato**. Il rapporto fra risparmio e il reddito aggregati è definito **tasso di risparmio aggregato**. I fattori demografici e in particolar modo il tasso di crescita della popolazione di, costituiscono importanti determinanti.

La gente normalmente desidera lasciare qualcosa ai propri discendenti. Questo è la cosiddetta **causa ha fini ereditari**. Il risparmio complessivo di un piccolo gruppo di persone estremamente ricche e di gran lunga superiore a quello di tutto resto della popolazione, e la principale ragione di risparmio per le persone benestanti è proprio il motivo del lascito ereditario. Un altro motivo di risparmio è quello **a scopo precauzionale**. Mettere da parte per tempi peggiori cautela contro le emergenze per le quali uno non ha alcuna copertura assicurativa. Il risparmio precauzionale risulta particolarmente importante per i piccoli imprenditori i cui redditi possono variare fortemente. Un altro motivo strettamente connesso al precedente è l'accantonamento finalizzato ad uno **scopo particolare**. Questo risparmio finalizzato a un obiettivo è diretto alla soddisfazione di bisogni per i quali è difficile ottenere sufficienti fondi di prestito, quali l'acquisto in contanti di una casa o l'educazione universitaria di figli.

CAPITOLO 11

I COSTI DELL'IMPRESA

In questo capitolo l'attenzione si sposta sulle decisioni delle imprese. Le imprese adottano le proprie decisioni riguarda cose quanto produrre, e come produrlo, avendo come obiettivo la massimizzazione dei profitti. Ogni impresa che prova a vendere il proprio prodotto a un prezzo maggiore perderà tutti i suoi consumatori. In un mercato concorrenziale le imprese sono quindi, **Price takers**. un'impresa o per una serie di controlli sulla struttura dei propri costi. I costitutive dell'impresa o sono determinati, fra gli altri fattori, dal suo livello di produzione, ed alla scelta dei fattori produttivi. Questo capitolo esamina i modi in cui le imprese minimizzano i loro costi, e come tali costi siano influenzati dal livello di produzione. La sopravvivenza delle imprese e continuamente subordinata al loro guadagno.

La definizione della nozione di **profitto** è semplice:

$$\text{profitti} = \text{ricavi} - \text{costi}$$

Il **ricavo** che impresa riceve dalla vendita dei prodotti si ottiene moltiplicando la quantità venduta di prodotto per il prezzo del prodotto stesso. I **costi** dell'impresa sono definiti come le spese totali sostenute nella produzione del bene. I costi sono chiamati input o fattori di produzione: lavoro, materiali e beni capitali. I **costi totali** sono la somma dei costi di questi input. I costi del lavoro sono quanto l'impresa paga per i lavoratori che assume. I costi per i materiali includono le materie prime e beni intermedi. I **beni intermedi** sono tutte le forniture acquistate da altre imprese. I costi dei beni capitali includono i costi dei macchinari delle strutture, quali edifici e fabbriche. Tutte le imprese cercano di mantenere i costi più bassi possibile. Per dati prezzi quantità prodotte, un'impresa massimizzare i profitti ricercando il modo più economico per ottenere il proprio

prodotto. Il metodo più semplice per capire come le imprese determinino il punto di minimo costo ed analizzare imprese che utilizzino i due soli fattori di produzione, l'uno fisso e l'altro variabile.

La produzione con un fattore variabile

Un coltivatore di grano che possiede una quantità fissa di terra e utilizzi solo lavoro per produrre il suo raccolto il nostro esempio. Il lavoro utilizzato nella fattoria maggiore è la produzione. Il lavoro è il solo input o fattore variabile. La relazione fra input e output è chiamata **funzione di produzione**.

L'aumento della produzione, corrisponde al lavoro che in questo caso è il **prodotto marginale** del fattore.

Nel caso del coltivatore di grano al crescere della quantità di lavoro il prodotto marginale del lavoro diminuisce. Questa è un'altra applicazione del concetto di **rendimenti decrescenti**. Nel caso della funzione di produzione di un'impresa, essi implicano che ogni successiva unità addizionale di lavoro generi un incremento di produzione via via minore. A elevati livelli di impiego di input i rendimenti decrescenti fanno sì che la produzione non aumenti più.

L'aumento di un input accresce la produzione più che proporzionalmente. Un'impresa con questo tipo di funzione di produzione ha **rendimenti crescenti**: cioè quando l'impresa produce molto, la giunta ad un lavoratore fa aumentare la produzione più di quanto accadrebbe se l'impresa producesse poco. Pertanto la produzione può raddoppiare con l'impiego di una quantità di lavoro non doppia.

Fra i casi di rendimenti decrescenti e rendimenti crescenti ivi nel caso intermedio dei **rendimenti costanti**. Ogni unità addizionale di input accresce la produzione dello stesso ammontare, e la relazione fra input e output si presenta nella forma di una retta.

Le imprese devono in genere disporre di un certo livello di input per avviare l'attività. Questi si chiamano **input fissi**, perché non dipendano dal livello di produzione. D'altra parte le quantità di **input variabili** aumentano e diminuiscono con il livello di produzione. Ad esempio lavoratori e materiali sono input variabili.

Al crescere della quantità di input variabili, l'incremento dell'output generato da ogni successiva unità di input diminuisce a causa dei rendimenti decrescenti.

Costi fissi e costi variabili

Alcuni costi, detti **costi fissi** non variano al variare della quantità prodotta; alcuni dei costi dell'impresa, detti **costi variabili**, cambiano a seconda delle quantità di prodotto. Il **costo totale** dell'impresa è uguale alla somma di costi fissi e costi variabili.

Il costo totale diviso per la quantità prodotta è detto **costo medio totale**. Ma poiché il costo totale non è che la somma di costi fissi e costi variabili, il costo medio totale **può essere espresso come somma del costo medio fisso e del costo medio variabile**. Il **costo medio fisso** è pari ai costi fissi diviso per la quantità prodotta; il **costo medio variabile** è pari a costi variabili diviso per la quantità prodotta. L'ammontare dell'incremento del costo totale al crescere di una unità della quantità prodotta è detto **costo marginale**.

Il costo medio totale ci dice quale il costo dell'unità di prodotto se si ripartisce il costo totale uniformemente su tutta la produzione; il costo marginale ci dice come aumenta il costo totale in conseguenza di un incremento unitario della quantità prodotta.

Il costo marginale del chiosco di Francesca aumenta all'aumentare della quantità prodotta: se Francesca produce poca aranciata, impiega pochi lavoratori e una parte delle sue attrezzature non vengono utilizzate. E poiché è facilmente rimettere in uso la sua capacità produttiva inutilizzata, Francesca può aumentare la produzione a un costo relativamente basso; quando, invece, Francesca è già producendo grandi quantitativi di aranciata, il suo laboratorio affollato e le attrezzature sono sfruttate al limite. Per aumentare la produzione, perciò, può solo aumentare il numero degli addetti che, lavorando in un ambiente affollato debbono fare a turno per poter utilizzare le attrezzature; quindi, produrre un bicchiere in più di aranciata è più costoso se il livello di produzione è già elevato.

La curva del costo medio totale del chiosco di Francesca a una forma a U. Si ricordi che il costo medio totale è uguale alla somma del costo medio fisso e del costo medio variabile. Il costo medio fisso diminuisce progressivamente al crescere della produzione mentre il costo medio variabile tipicamente cresce al crescere della produzione. Il costo medio totale riflette la somma di entrambe le caratteristiche: a livelli molto bassi di produzione il costo medio totale è elevato perché il costo fisso viene ripartito sulla base di strettissimo; poi il costo medio totale diminuisce progressivamente fino a raggiungere un minimo.

Il punto più basso della curva a U corrisponda la quantità che minimizza il costo medio totale; tale quantità è definita **dimensione efficiente dell'impresa**.

Se il costo marginale è inferiore al costo medio totale, il **costo medio totale è decrescente**; se il costo marginale è superiore al costo medio totale, il **costo medio totale è crescente**.

Per comprenderne la ragione, procediamo per analogia: il costo medio totale è come la media dei voti che otterrete gli esami, mentre il costo marginale è come il voto che otterrete nel prossimo esame: se il voto che prenderete nel prossimo esame sarà più elevato della media dei voti la stessa media aumenterà; se il voto che meriterete nel prossimo esame sarà inferiore alla vostra media, la media stessa diminuirà. La matematica dei costi medi marginali è esattamente la stessa cosa. La curva del costo marginale interseca il costo medio totale nel punto corrispondente alla dimensione efficiente. Per bassi livelli di produzione la curva del costo marginale è più bassa di quella del costo medio totale quindi è crescente, ma dopo intersezione delle due curve, quella del costo marginale è superiore e, quindi, quella del costo medio totale è crescente;

Costi nel breve e nel lungo periodo

Per molte imprese la suddivisione dei costi fra fissi e variabili dipende dall'orizzonte temporale preso in considerazione. Si pensi per esempio a una azienda automobilistica come la FIAT: in un arco temporale di alcuni mesi, la FIAT non può variare il numero le dimensioni dei propri impianti produttivi e il solo modo che ha per produrre più o meno autovetture è agire sulla manodopera impiegata; il costo di tali impianti è dunque **fisso nel breve periodo**. In un arco di tempo più ampio, invece, la FIAT può aumentare la propria capacità produttiva costruendo nuovi stabilimenti e quindi il costo degli impianti è **variabile nel lungo periodo**. Poiché molti costi sono fissi nel breve periodo ma variabili nel lungo periodo, la curva del costo di lungo periodo di impresa è diversa da quella di breve periodo.

La curva del costo medio totale di lungo periodo ha una forma più appiattita di quelle di breve periodo ed è sempre più bassa di queste. Tali proprietà discendono dal fatto che imprese godono di una maggior flessibilità nel lungo periodo.

Sebbene la curva del costo medio totale di lungo periodo sia più piatta di quella di breve periodo, la forma è sempre a U. Quando la curva di costo di lungo periodo è decrescente al crescere della quantità prodotta, diciamo che si realizzano **economie di scala**; quando è crescente al crescere la quantità prodotta, diciamo che si realizzano **diseconomie di scala**; quando non varia al variare della quantità prodotta, diciamo che si verificano **rendimenti di scala costanti**. Nel nostro esempio la FIAT presenta economie di scala per bassi livelli di produzione, rendimenti di scala costanti per livelli intermedi di produzione e diseconomie di scala per livelli elevati di produzione. Le economie di scala si generano, per esempio, perché le moderne linee di montaggio richiedono la presenza di un gran numero di lavoratori. Le diseconomie di scala possono essere generate, per esempio, dalla difficoltà di gestire un'impresa di dimensioni eccessivamente grandi.

Molte imprese producono più di un bene. Decidere quali beni produrre, in quale quantità e come produrli sono problemi cruciali alcuni beni vengono naturalmente prodotti insieme: essi sono **prodotti congiunti**. Se è meno costoso produrre un insieme di beni congiunti anziché separatamente, gli economisti dicono che vi sono **economie di scopo**.

Gli isoquanti

I modi alternativi di produrre una data quantità di prodotto si possono graficamente rappresentare con gli isoquanti. La prima parte del termine deriva dalla parola greca che significa " stesso ", mentre " quanto " sta per quantità. Gli isoquanti illustrano quindi le varie combinazioni di fattori che producano la stessa quantità.

Un'impresa può adottare tre diverse tecniche per la produzione di telai per auto: la prima è altamente automatizzata, la seconda è che molto meno automatizzata e la terza costituisce una tecnica intermedia. Esse rappresentano tre modi diversi di produrre la stessa quantità. Se lo desidera, l'impresa può realizzare metà della sua produzione con macchine altamente automatizzate e metà con quelle parzialmente automatizzate. Si consideri ora che cosa succede se invece di tre si abbia disponibilità di molte tecniche. L'isoquanto consiste in punti che rappresentano le varie tecniche i piccoli segmenti che collegano questi punti rappresentano combinazioni di due tecniche. Quando sono disponibili moltissime tecniche di produzione, l'isoquanto assomiglia una curva continua. Si possono tracciare diversi isoquanti, ciascuno per ogni dato livello di produzione. Isoquanti più elevati rappresentano livelli di produzione maggiore e viceversa.

Il saggio marginale di sostituzione tecnica

Se un'impresa riduce un fattore di un'unità e parimenti un altro fattore in quantità sufficiente da mantenere invariato il prodotto finale, la quantità di fattore aggiuntivo necessario viene chiamato **saggio marginale di sostituzione tecnica**. Se un'impresa riduce il capitale utilizzato di una macchina, assume due lavoratori aggiuntivi e produce le stesse quantità, allora due lavoratori sostituiscono una macchina. In questo caso il saggio marginale di sostituzione tecnica fra lavoratori e macchine ed è 2/1.

Il saggio marginale di sostituzione tecnica e l'inclinazione dell'isoquanto diventa sempre ripida.

Vi è nella produzione un saggio marginale di **sostituzione tecnica decrescente**.

La minimizzazione dei costi

Le imprese conoscono la tecnologia che usano correntemente possono pensare di cambiarla sostituendo alcuni input con altri. Per decidere se questo e ridurre i costi, esse calcolano il saggio marginale di sostituzione tecnica e confrontano semplicemente il prezzo di mercato del fattore che stanno diminuendo con il prezzo del fattore che stanno aumentando. Se un'impresa ottenere lo stesso prodotto sostituendo una macchina con due lavoratori e se un lavoratore costa 12 milioni di lire all'anno e l'affitto di una macchina 25 milioni all'anno, sostituendo una macchina con due lavoratori, l'impresa può ridurre i costi totali.

Le curve di isocosto

La curva di isocosto rappresenta quelle combinazioni di fattori che hanno lo stesso costo. Essa è analoga al vincolo di bilancio di un individuo. Se un'impresa paga prezzi fissi per i fattori, la curva di isocosto è una retta la cui inclinazione indica i prezzi relativi.

Vi sono molte rette di isocosto, una per ciascun livello di spesa. Rette di isocosto più basse rappresentano spese per i fattori più bassi. Si noti che quando i prezzi dei fattori per le imprese sono i medesimi, e sanno quali rette di isocosto. Gli isoquanti che descrivono l'impresa sono basati sul suo prodotto e sulla tecnologia la conoscenza di essa disponibili. L'isoquanto più elevato possibile incontra la retta di isocosto in un solo punto; le due curve saranno tangenti. Il saggio marginale di sostituzione tecnica deve eguagliare i prezzi relativi.

CAPITOLO 12

LA PRODUZIONE

Il ricavo

La relazione fra ricavo e prodotto è mostrata dalla **curva del ricavo**. Il ricavo aggiuntivo che un'impresa ottiene dalla vendita di 1 unità in più è detto **ricavo marginale**. Una caratteristica fondamentale dei mercati concorrenziali è che le imprese ricevono lo stesso prezzo di mercato per ciascuna unità venduta, indipendentemente dal numero di unità vendute. Pertanto il ricavo aggiuntivo che le imprese in mercati concorrenziali ottengono dalla vendita di un'unità in più è il prezzo di mercato di quell'unità.

Il costo

Il costo marginale è sempre associato con il costo aggiuntivo per produrre una particolare unità di output. I costi medi inizialmente decrescono all'aumentare della produzione, in quanto i costi fissi possono essere suddivisi su più unità di produzione. Ma dopo i costi medi iniziano ad aumentare, in quanto l'effetto dei costi medi variabili crescenti domina l'effetto di costi fissi.

Le condizioni di base dell'offerta concorrenziale

A nella decisione relativa a quanto produrre, un'impresa che massimizzare il profitto compierà le sue decisioni al margine. La decisione non è se produrre o non produrre, ma se produrre un'unità di beni più o meno. La risposta a questo problema è relativamente semplice: l'impresa confronta il ricavo marginale che riceverà dalla produzione di un'unità aggiuntiva, è il prezzo del bene, con il costo aggiuntivo per ridurre quell'unità, il costo marginale. Fin quando il ricavo marginale è superiore al costo marginale, producendo di più l'impresa farà profitti aggiuntivi. Se il ricavo marginale è inferiore al costo marginale, produrre un'unità in più ridurrà profitti e l'impresa diminuirà la produzione. In breve l'impresa produrrà fino al punto in cui costo marginale è uguale al prezzo.

La curva del costo marginale a inclinazione positiva, così come le curve di offerta. La curva del costo marginale di un'impresa è di fatto la curva di offerta. Un'impresa concorrenziale e sceglie quel livello di produzione in corrispondenza del quale il costo per produrre un'unità aggiuntiva è uguale al prezzo di mercato.

Entrata, uscita e offerta di mercato

Si è ora in grado di affrontare la curva di offerta di mercato. A questo scopo occorre sapere qualcosa in più sulla decisione di produzione di ciascuna impresa. Si consideri prima un'impresa che non sta producendo. In quali circostanze dovrebbe essa sostenere i costi fissi per entrare nell'industria? L'impresa osserva la curva del costo medio e il prezzo: se questo supera i costi medi minimi, essa ha convenienza a entrare. E se entra, può vendere le merci prodotte per una somma superiore al loro costo di produzione, ottenendo, pertanto un profitto. Opposta alla decisione di entrare nel mercato e la decisione di impresa già attiva di uscire dal mercato. I **sunk cost** sono **costi non recuperabili** anche nel caso in cui l'impresa cessi l'attività. Per esempio, dopo aver promosso un'ampia campagna pubblicitaria in televisione, il cui costo rappresenta un costo non recuperabile. Se non ci fossero costi non recuperabili, la decisione di entrare e quella di uscire sarebbero speculari. Assumiamo che tutti i costi fissi siano non recuperabili. Per un'impresa che non ha costi fissi, la curva del costo medio coincide con la curva del costo medio variabile. Essa chiuderà appena il prezzo scende al di sotto del costo medio minimo. Ma un'impresa con costi fissi deve prendere la decisione di tipo diverso. Come nel caso in cui non vi sono costi non recuperabili, l'impresa chiude quando il prezzo è più basso dei costi medi variabili. Ma se il prezzo si trova fra i costi medi variabili e i costi medi, l'impresa continuerà a produrre, anche se registra una perdita. Infatti, se cessasse di produrre, subirebbe una perdita ancora maggiore.

Si può ora tracciare la curva di offerta dell'impresa. Per un'impresa che consideri l'eventualità di entrare nel mercato l'offerta è nulla fino a un prezzo critico, corrispondente al costo medio minimo. Pertanto a un prezzo inferiore l'impresa non produce nulla. A prezzi maggiori l'impresa produce fino al punto in cui il prezzo eguaglia il costo marginale: la curva di offerta dell'impresa coincide quindi con la curva del costo marginale. Per un'impresa che ha sostenuto costi non recuperabili la curva di offerta coincide con la curva del costo marginale. Quando il prezzo è inferiore al valore dei costi medi variabili minimi, l'impresa esce dal mercato e l'offerta è nuovamente nulla.

Disponendo di queste informazioni si può derivare la curva di offerta totale di mercato. Tale curva è stata definita come la somma delle quantità che ciascuna impresa è disposta a offrire a ciascun prezzo dato. Se il prezzo cresce, le imprese che sono già presenti nel mercato troveranno conveniente incrementare la loro produzione e le nuove imprese è giudicheranno conveniente fare ingresso nel mercato. Dato che in un mercato concorrenziale prezzi più elevati inducono un maggior numero di imprese a entrare, la risposta dell'offerta del mercato a un aumento del prezzo è maggiore. Ma, allo stesso modo, al diminuire del prezzo vi sono due reazioni del mercato. Le imprese che trovano ancora conveniente produrre diminuiranno la loro produzione, mentre quelle che hanno costi più alti usciranno dal mercato. In questo modo, un mercato concorrenziale assicura che la produzione sia realizzata al costo più basso possibile dalle imprese più efficienti.

L'offerta di lungo e di breve periodo

Come abbiamo visto nel capitolo 11, nel breve periodo l'impresa tipica avrà una curva del costo medio a forma di U e una curva del costo marginale crescente. Ma la sua curva del costo marginale di lungo periodo a un andamento più piatto. Questo perché gli aggiustamenti conseguenti alle variazioni delle condizioni del mercato richiedono tempo. Così, la curva di offerta di lungo periodo di un'impresa è più elastica (più piatta) di quella di breve periodo.

La teoria dei **mercati contendibili** sostiene che anche in un mercato con una sola impresa questa avrà profitti nulli, proprio come in un mercato con molte imprese, se i costi non recuperabili sono bassi. La minaccia che altre imprese entrino è sufficiente a scoraggiare l'impresa ad alzare il prezzo sopra i costi medi. Ma quando vi sono attività importanti che non hanno un uso alternativo, come una centrale nucleare, allora questi costi diventano non recuperabili e la minaccia di concorrenza diminuisce.

Finché non entra nel mercato, e l'impresa ha un vantaggio: non ha sostenuto costi irrecuperabili. Dato lo scenario appena descritto, e essa può benissimo decidere di rinunciare alla lusinga dei più elevati profitti, sapendo che sono come un miraggio: spariranno appena cerca di coglierli entrando nel mercato, ma rimarranno per il limitato numero di imprese già presenti nel mercato.

I costi opportunità

Per calcolare i profitti dell'impresa e come intesi dagli economisti, bisogna detrarre costi opportunità. Non è sempre facile prendere in considerazione i costi opportunità; non è sempre agevole determinare gli usi alternativi delle risorse di impresa. Il tempo impiegato nell'espandere l'impresa in una certa direzione, per

esempio, avrebbe potuto essere speso nel controllo dei costi o nell'espansione dell'impresa in un'altra direzione. Nel prendere decisioni in merito a queste risorse, le imprese dovrebbero chiedersi costantemente quale prezzo le stesse risorse potrebbero ottenere se impiegate in modo diverso.

Ma spesso il calcolo è più difficile: come può, per esempio, un'impresa misurare il costo opportunità del suo vice presidente che non può essere licenziato e andrà in pensione fra cinque anni? Che dire a proposito dei costi associati a una spesa già sostenuta, come nel caso di un edificio di cui l'impresa non ha più veramente bisogno? Il costo opportunità applicabile a questo edificio non è l'originale prezzo d'acquisto o d'affitto, ma il suo valore relativo a usi alternativi, come il guadagno che si potrebbe ottenere affittando ad altre imprese. Il punto fondamentale è che non si possono considerare spese già sostenute per calcolare il costo opportunità.

La rendita economica

La rendita economica è data dalla differenza fra il prezzo è stato effettivamente pagato e il prezzo che si sarebbe disposto a pagare per il bene o servizio che viene prodotto. Le rendite sono pagamenti determinati interamente dalla domanda. Alcune imprese potrebbero essere più efficienti di altre, così che le loro curve del costo medio sarebbero più basse. L'impresa che rimane è super efficiente, così sui costi medi sono molto più bassi di quelli delle altre imprese. Questa infatti sarebbe stata disposta a produrre a un prezzo più basso, cioè al suo costo medio minimo. Ciò che riceve in eccesso a quanto richiesto per indurla produrre sono rendite, rendimenti dovuti alle capacità tecnologiche superiori dell'impresa.

La domanda di fattori

Le imprese definiscono la quantità dei vari fattori da utilizzare, ovvero la **domanda di fattori**, detta anche "domanda derivata" perché deriva da altre decisioni prese dall'impresa che massimizza i profitti. Quando vi è un solo fattore di produzione, il lavoro ad esempio, la decisione in merito a quanto produrre è analoga alla decisione relativa a quanto lavoro assumere. Se si conosce il prezzo del bene, si può calcolare l'offerta a partire dalla curva del costo marginale; e quando si conosce l'output che l'impresa programma di produrre, si sa anche la quantità di lavoro necessaria in base alla funzione di produzione.

C'è un altro modo di derivare la domanda di un settore. Se un'impresa assume un lavoratore più, il costo aggiuntivo è uguale al salario e beneficio aggiuntivo e il prezzo del bene per la quantità di prodotti in più. Il prodotto del nuovo lavoratore è chiamato **prodotto marginale**. il prezzo del bene e così prodotto per il prodotto marginale del lavoro è detto **prodotto marginale in valore del lavoro**. L'impresa assume lavoro fino al punto in cui suo prodotto marginale in valore eguaglia il prezzo, in questo caso salario. Il salario diviso per il prezzo del bene prodotto è il **salario reale**: esso misura quanto le imprese pagano i lavoratori non in termini monetari ma in termini di beni che essi producono.

Una volta costruita la curva di domanda di lavoro di un'impresa, si può derivare la **curva di domanda di lavoro di mercato**: dato un insieme di prezzi, si somma semplicemente la domanda di lavoro di ciascuna impresa a un dato salario. Il totale è appunto la domanda di mercato a quel salario.

CAPITOLO 13

L'EQUILIBRIO CONCORRENZIALE

Analisi di equilibrio generale

Nel capitolo 4, dove è stata introdotta l'idea di un equilibrio di mercato, si è considerato un mercato per volta. Il prezzo di un bene è stato determinato nel punto in cui la domanda del bene eguaglia l'offerta. Il salario è stato determinato nel punto in cui la domanda di lavoro eguaglia l'offerta; il tasso di interesse nel punto in cui la domanda di risparmio eguaglia l'offerta. Questo tipo di analisi è chiamata **analisi di equilibrio parziale** perché, nell'analizzare ciò che succede su un mercato, ignora quel che succede negli altri mercati. L'analisi di equilibrio generale amplia la prospettiva prendendo in considerazione le interazioni e interdipendenze fra le varie parti del sistema economico.

La tassa sul reddito delle società per azioni si configura come una tassa sul capitale poiché un' aliquota rilevante del reddito di tali società è data da utili da capitale investito. Chi sostiene l'onere della tassa? L'analisi di equilibrio parziale mostra chiaramente che gli investitori sopportano solo in parte questo carico. In conseguenza della tassa il loro guadagno si è ridotto, ma non dell'intero ammontare dell'imposta. Ma allora chi sopporta il

peso della tassa? I consumatori sostengono, in ultima analisi, parte dei costi. Se di conseguenza le vendite diminuiscono, la domanda di lavoro può diminuire, e ciò può provocare la caduta dei salari e in questo caso sono i lavoratori a sostenere parte dell'onere.

Bisogna inoltre tener conto delle interazioni fra il capitale investito nel settore societario e quello investito nel settore non societario dell'economia. Se gli investitori trovano meno attraente investire nel settore societario, trasferiranno i loro risparmi verso settore non societario. Alla fluire del capitale in quest'ultimo settore, il rendimento del capitale diminuirà fino al punto in cui eguaglierà quello, inizialmente minore, del capitale investito nel settore societario.

Il modello base di equilibrio concorrenziale

In tale modello si ipotizza che tutti i lavoratori siano di uguale abilità: ignorare le differenze nei livelli di capacità permette di trattare il mercato del lavoro come se tutti i lavoratori ricevessero lo stesso salario. In modo analogo, nell'analisi di mercato di capitali si ignorano tutti gli aspetti relativi a rischio: questo ci permette di considerare un unico tasso di interesse. Si può infine assumere che tutte le imprese producano lo stesso bene: in altre parole il mercato dei prodotti consiste solo in un bene. Abbiamo così una economia composta da tre mercati, (del lavoro, del capitale e dei beni) e possiamo utilizzare l'analisi di equilibrio generale per individuare come questi mercati dipendano l'uno dall'altro.

L'equilibrio sul mercato del lavoro richiede che la domanda di lavoro eguagli l'offerta. Normalmente, quando si tratta alla curva di domanda di lavoro, si assume semplicemente che il prezzo del bene del prodotto e il tasso di interesse siano costanti: così concentriamo l'attenzione solo sul salario, ovvero sul prezzo del lavoro. Questa è una analisi del mercato del lavoro di **equilibrio parziale**.

Anche l'offerta di capitale viene da salari e prezzi, oltre che dal tasso di interesse. Nel cap. 11 si è visto come si deriva la curva di domanda di capitale delle imprese. Anche questa dipende dal tasso di interesse che l'impresa deve pagare, dal prezzo a cui i beni possono essere venduti e dal costo degli altri input. L'equilibrio sul mercato dei capitali si determina nel punto in cui la domanda di capitale eguaglia l'offerta.

Vi è infine il mercato dei prodotti. Nel nostro modello semplificato si può allora pensare che la domanda di beni in corrispondenza di ogni prezzo sia determinata dal reddito della famiglia, che a sua volta dipende dal salario e dal tasso di interesse. Nel capitolo 12 si è studiata la decisione di produzione delle imprese: esse eguagliano il prezzo al costo marginale, che dipende a sua volta dal salario ed al tasso di interesse. *L'equilibrio sul mercato dei prodotti richiede che la domanda di beni eguagli la loro offerta. Il mercato del lavoro è in equilibrio quando la domanda di lavoro eguaglia l'offerta, il mercato dei prodotti quando la domanda di beni eguaglia all'offerta e il mercato dei capitali quando la domanda di capitale eguaglia l'offerta.* L'economia nel suo complesso è in equilibrio solo quando tutti i mercati sono simultaneamente in equilibrio. L'equilibrio generale per una semplice economia come quella qui descritta si determina a quel salario, prezzo e tasso di interesse a cui tutti e tre mercati sono in equilibrio.

Il flusso circolare

L'analisi di equilibrio generale non è l'unico modo di considerare le interrelazioni delle varie parti dell'economia. Un altro modo alternativo è l'esame del flusso di fondi che si svolge attraverso l'economia. Le famiglie acquistano beni e servizi dalle imprese che forniscono loro lavoro e capitale. Il reddito che gli individui ricevono, è speso per acquistare beni che le imprese producono. L'insieme di queste transazioni costituisce il **flusso circolare**.

Come i flussi di fondi da e verso le famiglie e le imprese devono bilanciarsi, anche nel settore statale il flusso di fondi in entrata deve bilanciare il flusso di fondi in uscita. Quando vi è un deficit, cioè quando lo stato spende più di quanto raccoglie attraverso l'imposizione fiscale, i fondi affluiscono allo stato sotto forma di prestiti. In terzo luogo, infine, si è aggiunto anche il flusso di fondi da e verso i paesi stranieri. Le imprese vendono beni all'estero e la prendono anche a prestito fondi. Le famiglie acquistano beni esteri e investono fondi in imprese straniere. Di nuovo ci deve essere un bilanciamento fra i flussi di fondi da e verso l'estero: le esportazioni di un paese sommate a quanto viene preso a prestito dall'estero devono eguagliare le sue importazioni sommate a quanto viene prestato a soggetti di altri paesi.

Equilibrio concorrenziale generale ed efficienza economica

Un cambiamento delle condizioni economiche, quale l'introduzione di un'imposta, una migrazione di lavoro con improvvisa diminuzione a ogni possibile prezzo della quantità offerta di un bene, si introduce in un nuovo

equilibrio per l'economia. Gli economisti sono tuttavia interessati non solo alla descrizione dell'equilibrio di mercato, ma anche alla sua valutazione. I mercati concorrenziali fanno un buon lavoro nell'allocare le risorse? Uno dei risultati più importanti della moderna teoria economica è stato quello di stabilire in che senso e in quali condizioni il mercato è efficiente.

E quando non è possibile migliorare la condizione di nessun individuo senza peggiorare quelle di qualcun altro l'allocazione di risorse si definisce **efficiente in senso paretiano**. Tipicamente, quando gli economisti parlano di efficienza, hanno in mente l'efficienza paretiana. Affermare che un mercato è efficiente è affermare una qualità positiva. Un mercato è efficiente se utilizza tutti gli input disponibili in modo che non esista alcuna possibilità alternativa per ottenere una produzione maggiore. In questo caso, il solo modo di migliorare la condizione di un qualunque individuo consisterebbe solamente nel sottrarre risorse a un qualunque altro individuo, peggiorandone dunque la condizione.

È facile vedere come l'allocazione delle risorse possa non essere efficiente nel senso di Pareto.

Secondo alcuni, tutti mutamenti economici rappresentano nulla più che redistribuzioni. I guadagni di uno sono solo perdite per un altro.

Perché l'economia sia efficiente in senso paretiano, e essa deve soddisfare le condizioni di efficienza nello scambio, nella produzione e nella composizione del prodotto finale.

L'efficienza nello scambio richiede che qualunque cosa produca l'economia debba essere distribuita fra gli individui in modo efficiente. Se a tizio piace il gelato al cioccolato e a Caio quello alla vaniglia, l'efficienza nello scambio richiede che tizio ottenga il cioccolato e Caio la vaniglia.

Quando vi è efficienza nello scambio, viene meno la necessità di compiere ulteriori scambi. Qualsiasi proibizione o restrizione in quest'ambito si traduce in inefficienza. Il sistema dei prezzi assicura che venga raggiunta l'efficienza nello scambio. Nel decidere quanto acquistare di un bene, gli individui bilanciano il beneficio marginale con il costo di quell'unità aggiuntiva, ovvero il suo prezzo.

Si noti che nessun individuo, ha bisogno di sapere chi preferisce il gelato al cioccolato o alla vaniglia per assegnarle alla persona giusta. Nemmeno i negozi di gelati hanno bisogno di conoscere le preferenze individuali: ciascun consumatore con l'appropriazione assicura che sia raggiunta l'efficienza nello scambio. *Si noti anche che, se diversi individui devono pagare diversi prezzi per lo stesso bene, l'economia non sarà in generale efficiente nello scambio. Questo perché la differenza nel prezzo rende possibile scambi ulteriori.*

L'efficienza nella produzione: non deve essere possibile produrre una maggior quantità di alcun bene senza doverne produrre una minore di almeno un altro bene. In altre parole, l'efficienza richiede che l'economia operi lungo la curva delle possibilità produttive.

La terza condizione per l'efficienza è che vi sia **efficienza nella composizione del prodotto finale:** cioè il mix di beni prodotti deve riflettere le preferenze degli individui. L'economia deve produrre lungo la curva delle possibilità produttive nel punto che riflette le preferenze dei consumatori. Il sistema dei prezzi assicura che le condizioni siano soddisfatte. Sia le imprese che famiglie guardano ai trade-off. Le imprese guardano quante arance in più possono produrre riducendo la produzione di mele. Il risultato è dato dal **saggio marginale di trasformazione**. Mutamenti nelle preferenze si riflettono velocemente (attraverso spostamenti delle curve di domanda e offerta) in variazioni dei prezzi. Queste variazioni vengono allora tradotte dalle imprese in mutamenti nella produzione.

I mercati concorrenziali assicurano che tutte e tre le condizioni base per l'efficienza e siano raggiunte: efficienza nello scambio, efficienza nella produzione ed efficienza nella composizione del prodotto finale. In equilibrio concorrenziale gli individui hanno già stabilito tutti gli scambi che sono disposti a fare: nessuno desidera produrre o domandare una maggiore o minore quantità di beni, dati i prezzi. L'efficienza non dice che non vi siano modi di migliorare la posizione di uno o più individui. Ovviamente le risorse potrebbero essere prelevate a qualcuno e date a altri. Gli interventi pubblici sul mercato, ad esempio il controllo degli affitti, beneficiano come si è visto alcuni individui, cioè coloro che sono abbastanza fortunati da ottenere un appartamento ad affitto controllato. Ma qualcuno subisce un peggioramento della Procter situazione.

I mercati concorrenziali e la distribuzione del reddito

L'efficienza è migliore dell'inefficienza, ma non è tutto. Accadere che nell'equilibrio concorrenziale alcuni individui siano molto ricchi e altri vivano in una situazione di tremenda povertà. La concorrenza così da luogo a un'economia efficiente con una distribuzione delle risorse molto iniqua.

Guardando oltre il modello base: i fallimenti del mercato e il ruolo dello stato

Un gruppo di economisti, per la loro fiducia nei mercati liberi da vincoli come meccanismi in grado di condurre all'efficienza economica, si possono definire economisti **fautori del libero mercato**, credono che il modello di concorrenza fornisca normalmente una buona descrizione della maggior parte dei mercati. Dal loro punto di vista l'intervento pubblico dovrebbe limitarsi principalmente al cambiamento di distribuzioni del reddito inaccettabili. Un altro gruppo di economisti, chiamati **economisti del mercato imperfetto**, vede notevoli discrepanze fra il modello concorrenziale base e le condizioni che osserva quando studia consumatori, imprese e mercati effettivi, il che lo porta a chiedersi se i mercati privati, lasciati a se stessi, produrranno risultati economicamente efficienti. Questi economisti tuttavia non scatterebbero il modello concorrenziale: per essi è ancora un'importante base di indagine.

I mercati imperfetti

Da quando due secoli fa Adam Smith affermò che l'agire dei mercati assicura l'efficienza economica, gli economisti hanno dedicato al modello di concorrenza grande attenzione. Niente di ciò che hanno scoperto ha modificato la loro convinzione che mercati siano in linea di massima il modo più efficiente per coordinare un'economia. Tuttavia hanno anche trovato che le economie moderne sono spesso ben diverse dal modello di concorrenza. Le differenze fondamentali sono:

1) **la maggior parte dei mercati non sono concorrenziali** come quelli cui si fa riferimento nel modello base. A prova di ciò si pensi un qualsiasi prodotto e lo si associ a delle **marche**. Il modello concorrenziale di base focalizza l'attenzione su prodotti come il grano e il ferro, per i quali le unità prodotte dalle diverse imprese sono essenzialmente identiche, e dunque sono perfetti sostituti le une delle altre. In tale modello non vi è spazio per le marche. Un'impresa, nel modello concorrenziale perderebbe immediatamente tutti i suoi clienti qualora decidesse di aumentare leggermente il suo prezzo rispetto a quello fissato dai suoi concorrenti; nel mondo reale, ne perderebbe solo qualcuno.

2) **il modello base ignora il progresso tecnologico**. Nel modello base la concorrenza è sui prezzi, mentre nel mondo reale la concorrenza si manifesta soprattutto nello sviluppo di prodotti nuovi e qualitativamente superiori e nei miglioramenti della produzione, dei trasporti e del marketing, che permettono ai prodotti di avere minori costi e quindi prezzi finali più bassi per i consumatori.

3) **gli individui e le imprese descritti nel modello base hanno libero accesso, senza dover sopportare costi aggiuntivi, alle informazioni di cui hanno bisogno** per operare all'interno di qualsiasi mercato. Gli acquirenti conoscono perfettamente il ciò che stanno acquistando. Le imprese conoscono perfettamente la produttività di ogni lavoratore e questi sa precisamente che cosa gli verrà richiesto per guadagnarsi il salario promesso. Le imperfezioni nell'informazione nella concorrenza sono presenti in ogni mercato. Si consideri, ad esempio, il mercato dei beni. I consumatori non sono in grado di appurare le caratteristiche di un prodotto prima di acquistarlo, e devono perciò fare affidamento sulla reputazione di chi lo vende.

4) **il modello concorrenziale assume che i costi che si devono sostenere per produrre un bene siano completamente imputabili al venditore** e che i benefici che derivano dal consumare un bene vadano invece interamente al compratore. Nel capitolo 7 tuttavia si è visto che possono esistere delle esternalità, cioè dei costi e dei benefici addizionali, che non rientrano nei calcoli di mercato. Ci possono essere esternalità positive (come la difesa nazionale) e negative (come l'inquinamento).

5) il modello base risponda alla domanda: " quali beni verranno prodotti e in quale quantità? ", assumendo che **tutti beni desiderati che possono essere offerti sul mercato** vengano poi effettivamente offerti. Ci sono le realtà molti casi nei quali i mercati non sono in grado di fornire beni o servizi che potrebbero essere forniti a un costo che consumatori sono disposti a pagare.

6) **nel modello base tutti i mercati tendono all'equilibrio**. La realtà tuttavia suggerisce che i mercati del lavoro spesso non riescono a garantire questo equilibrio: il risultato è la disoccupazione involontaria, qualche volta su scala molto grande.

7) anche se mercati fossero efficienti, **il modo in cui essi allocano le risorse potrebbe risultare socialmente inaccettabile**; tale questione è stata affrontata nel capitolo 7, discutendo dei modi nei quali lo stato può redistribuire reddito. Nel modello concorrenziale non vi è ampio spazio per l'azione dello stato, perché i mercati assicurano l'efficienza economica. La precedente discussione fa luce sui diversi motivi in base ai quali ci può

essere insoddisfazione circa l'operare dei mercati. In ciascuno di questi casi lo stato può essere chiamato in causa.

CAPITOLO 14

I MONOPOLI E LA CONCORRENZA IMPERFETTA

Nel modello di concorrenza discusso al prezzo di mercato il venditore potrà vendere quanto desidera. Ogni tentativo di ingannare il mercato ha conseguenze drastiche: se per esempio il venditore eleva al suo prezzo al di sopra di quello dei suoi concorrenti le sue vendite cadranno a 0.

Non tutti i mercati, tuttavia, sono pienamente concorrenziali. Alcune imprese hanno posseduto un tale dominio del mercato che loro nome diventato un sinonimo del prodotto, come nel caso dei kleenex per i fazzoletti di carta.

In alcune industrie come quella delle bibite gassate (Coca Cola, Pepsi, ecc.....) un strettissimo gruppo di imprese domina il mercato. Quando una di queste imprese aumenta di poco il suo prezzo, perde alcuni clienti ma certo non tutti. Di conseguenza queste imprese non assumono il prezzo dettato dal mercato, piuttosto esse fanno il prezzo sono cioè **price makers**.

Le strutture di mercato

Quando gli economisti analizzano i mercati, essi esaminano prima di tutto la **struttura di mercato**, e cioè come l'industria è organizzata. La struttura di mercato cui si riferisce il modello base è chiamata concorrenza perfetta. Spesso, la concorrenza non è perfetta, ma limitata. Gli economisti classificano i mercati nei quali la concorrenza è limitata in tre grandi strutture. Nella prima c'è un'unica impresa che fornisce il bene all'intero mercato: questo è il caso del **monopolio**. Le società elettriche ad esempio hanno il monopolio almeno su dei loro mercati locali. Dal momento che ci si aspetterebbe che profitti di cui un monopolista gode attragga nuove imprese, a affinché un'impresa possa mantenere una posizione di monopolio, ci devono essere delle barriere all'entrata.

Nella seconda struttura, chiamata **oligopolio**, vi sono più imprese che forniscono un mercato e vi è perciò una certa concorrenza. La caratteristica principale di un oligopolio è che ognuna delle poche imprese che lo compongono deve preoccuparsi di capire come i rivali possano reagire a ogni azione che essa intraprende. Al contrario un monopolista non ha rivali e perciò, nel prendere in considerazione la possibilità di promuovere una campagna di offerte speciali, valuta soltanto i propri costi e benefici. Nella terza struttura di mercato con concorrenza limitata che occorre prendere in considerazione, il numero delle imprese è superiore a quello dell'oligopolio, ma non a sufficienza da permettere l'instaurarsi della concorrenza perfetta: questa struttura si chiama **concorrenza monopolistica**. Un esempio può essere dato dal mercato dell'abbigliamento con le sue catene di negozi. Ciascuna catena a un suo monopolio per il proprio prodotto, tuttavia i capi di abbigliamento di una catena sono abbastanza simili a quelli offerti dalle altre catene, per cui c'è un certo grado di concorrenza. Anche così sono abbastanza differenti da rendere la concorrenza limitata, cosicché la singola catena non è un price taker. Sia con l'oligopolio che con la concorrenza monopolistica c'è una certa concorrenza, anche se minore rispetto al caso di concorrenza perfetta: queste strutture di mercato intermedie vengono definite di **concorrenza imperfetta**. In questo capitolo ci si occuperà del monopolio e della concorrenza monopolistica.

La quantità prodotta in monopolio

La preoccupazione degli economisti, in presenza di monopoli e di altre forme che limitano la concorrenza, deriva principalmente dall'osservazione che la quantità prodotta offerta delle imprese all'interno di queste strutture di mercato è minore di quelle delle imprese in concorrenza perfetta.

Un monopolista e un'impresa concorrenziale sono simili da alcuni punti di vista. Entrambi provano massimizzare il profitto. Nel determinare la quantità da produrre, essi confrontano il ricavo addizionale che riceverebbero dalla produzione di un'unità aggiuntiva di prodotti in più, con il costo addizionale. *Se il ricavo marginale eccede il costo marginale, conviene espandere la produzione; se ricavo marginale è minore conviene ridurla.* La differenza essenziale fra monopolista e un'impresa concorrenziale risiede nel fatto che quest'ultima considera il prezzo stabilito dal mercato come dato. Quando aumenta la produzione di un unità, il suo ricavo marginale è esattamente uguale al prezzo. Tale differenza può essere illustrata in un altro modo *la*

curva di domanda di un'impresa concorrenziale, è perfettamente orizzontale. Il prezzo è il prezzo di mercato. L'impresa può prendere qualsiasi quantità desiderata a quel determinato prezzo, ma nulla a un prezzo più alto. Al contrario la curva di domanda del monopolista è inclinata negativamente. Per definizione il monopolista controlla l'intera industria, così che un raddoppio della sua produzione equivale a raddoppio della produzione dell'intera industria, e ciò avrà un rilevante effetto sul prezzo. Se l'Alcoa, e i tempi in cui deteneva il monopolio dell'alluminio negli Stati Uniti, avesse aumentato la sua produzione dell'1 per cento, l'offerta totale di alluminio sarebbe aumentata dell'1 per cento.

Il ricavo marginale che un monopolista ottiene dalla produzione di una unità in più può essere distinto in due diverse componenti. La prima è costituita dal ricavo che l'impresa riceve e dalle unità aggiuntive prodotte che è esattamente il prezzo di mercato. Ma ecco la seconda componente, per vendere di più l'impresa deve ridurre il suo prezzo, perché altrimenti non potrebbe vendere il suo prodotto aggiuntivo. Quindi *per un monopolista il ricavo marginale per produrre un'unità in più è sempre minore del prezzo ricevuto per tale unità. Il ricavo marginale è sempre minore del prezzo. Nel caso del monopolio, dato che il ricavo marginale è minore del prezzo e uguale al costo marginale, quest'ultimo risulta minore del prezzo. Questo indica ciò che gli individui sono disposti a pagare per un'unità aggiuntiva del bene; misura perciò il beneficio marginale per il consumatore. Il beneficio marginale di un'unità aggiuntiva eccede quindi il costo marginale. Questa è la ragione fondamentale che spiega perché il monopolio ostacoli il raggiungimento dell'efficienza economica. Di quanto la quantità prodotta venga diminuita dipende dalla grandezza e dalla differenza fra ricavo marginale e il prezzo. Ciò a sua volta dipende dalla forma della curva di domanda. Quando le curve di domanda sono molto elastiche (tendenzialmente piatte) i prezzi non diminuiscono molto all'aumentare del prodotto. Quando le curve di domanda sono meno elastiche, i prezzi possono cadere considerevolmente se aumenta la quantità prodotta. Quanto maggiore è l'elasticità della domanda, tanto minore sarà la divergenza fra ricavo marginale e prezzo. Ad esempio, se l'elasticità della domanda è 2 il ricavo marginale sarà la metà del prezzo. Se essa fosse 10, il ricavo marginale sarebbe 9/10 del prezzo.*

I profitti di monopolio

I monopolisti, come si è visto, massimizzano i loro profitti fissando il ricavo marginale o uguale al costo marginale. Il livello totale dei profitti di monopolio può essere analizzato in due modi: con i ricavi totali e i costi totali, dove la differenza fra i ricavi e i costi ovvero la distanza fra le due curve, rappresentano i profitti. Oppure calcolare i profitti utilizzando il grafico dei costi medi. I profitti totali sono uguali al profitto unitario moltiplicato per il numero di unità prodotte; il profitto unitario è la differenza fra il prezzo unitario e il costo medio. Il monopolista gode di un **extraprofitto** perché è stato in grado di ridurre la quantità prodotta ed aumentare il suo prezzo rispetto al livello di concorrenza perfetta. Questo guadagno è chiamato **profitto puro**. Poi che questo guadagno non va a compensare un maggiore sforzo o una maggiore produzione da parte del monopolista, questi guadagni vengono anche denominati **rendite monopolistiche**.

La discriminazione di prezzo

I monopolisti adottano anche altre pratiche per aumentare i loro profitti. Tra le più importanti vi è la **discriminazione di prezzo**, che significa *stabilire prezzi differenti per clienti diversi o per mercati diversi*. Sebbene il costo marginale sia lo stesso, l'impresa fisserà prezzi diversi per lo stesso bene per due paesi diversi. Se i prezzi fra i due paesi differissero, degli intermediari entrerebbero nel mercato, comperando il prodotto nel paese dove questo costa meno e rivendendolo nell'altro paese. **Un'impresa potrà cercare di ostacolare tali intermediari, imponendo diverse etichette** per i due beni venduti nei due paesi e rifiutandosi di fornire servizi e di onorare eventuali clausole di garanzia al di fuori del paese in cui il bene è stato originariamente venduto. All'interno di uno stesso paese un monopolista può a volte operare una discriminazione di prezzo. Una società elettrica può far sì che la tariffa per chilowattora dipenda dalla quantità di energia utilizzata dal cliente. Se essa teme che i clienti più importanti possano installare un generatore elettrico in proprio oppure scegliere una fonte di energia alternativa, potrà decidere di applicare per loro una tariffa più bassa.

La concorrenza imperfetta

Nella maggior parte dei mercati opera più di un'impresa. Le imprese concorrono, spesso vigorosamente, le une con le altre. Ma ognuna di esse suppone che, se riduce il suo prezzo, riesce a catturare alcuni clienti delle altre imprese, ma non tutti; se invece aumenta il prezzo, sa di poter perdere alcuni clienti, ma non tutti.

Per valutare il livello di concorrenzialità in un particolare mercato bisogna chiedersi che cosa succede se un'impresa aumenta suo prezzo. *Quale percentuale delle sue vendite andrà perduta, o, in altre parole, qual è l'elasticità della domanda rispetto al prezzo? Le imprese in un mercato perfettamente concorrenziale fronteggiano curve di domanda orizzontali. L'elasticità della domanda per il loro bene è infinita.* Non hanno perciò alcun **potere di mercato**, espressione con cui si indica la capacità di un'impresa di fare pesare la sua posizione, così come fa il monopolista. Due fattori influenzano l'elasticità delle curve di domanda: il primo è il numero delle imprese presenti in un'industria; il secondo è il grado di omogeneità fra i beni offerti dalle varie imprese.

È probabile che la concorrenza sia più alta quando vi sono tante imprese in un'industria che quando poche imprese dominano l'industria. La quota di prodotto attribuito alle prime quattro imprese in un'industria è chiamato **rapporto di concentrazione su quattro imprese**, uno degli svariati indicatori attraverso i quali si studia la concentrazione in un'industria. *Quando questa percentuale è alta, le aziende hanno un forte potere di mercato. Quando il rapporto di concentrazione è basso il potere di mercato è debole.*

Oltre al numero di imprese presenti nel mercato, la misura della concorrenza dipende anche da quanto i beni prodotti dalle diverse imprese sono simili. Più spesso però le imprese di un'industria con concorrenza imperfetta producono beni che sono **sostituti imperfetti**, cioè beni sufficientemente simili perché possano venir usati per molti scopi comuni, ma che rimangono abbastanza differenti perché uno possa essere considerato migliore di un altro. Il fatto che prodotti simili siano comunque differenti è chiamato **differenziazione del prodotto**.

Le barriere all'entrata: perché la concorrenza è limitata?

Di norma l'esistenza di profitti incoraggia altre imprese a entrare nel mercato. Perciò, perché un monopolio possa continuare a esistere, vi devono essere fattori che impediscono il sorgere della concorrenza. Tali fattori sono chiamati **barriere all'entrata**. Possono assumere diverse forme, che vanno dalle regole imposte dall'autorità pubblica, alle ragioni tecnologiche che limitano naturalmente il numero di imprese operanti nel mercato, alle strategie di mercato che tengono lontani i potenziali concorrenti.

Le politiche statali : molti monopoli nel passato furono creati dallo stato. Ancora oggi gli stati concedano delle licenze per esercitare un monopolio; per esempio quello dei servizi elettrici e telefonici. I più importanti monopoli concessi attualmente dallo stato sono tuttavia i brevetti. Un brevetto accorda all'inventore il diritto esclusivo di produrre o di concedere licenze per le sue scoperte per un determinato periodo di tempo, normalmente intorno ai vent'anni. Occasionalmente gli stati stabiliscono leggi volte a restringere l'ingresso, permettendo solo una concorrenza limitata. L'obbligatorietà dell'iscrizione a un albo per esercitare alcune professioni (avvocato, medico, commercialista) risponde allo scopo di proteggere i consumatori da praticanti incompetenti.

La proprietà esclusiva di un fattore di produzione essenziale: una altra barriera all'entrata, fonte di potere monopolistico, si manifesta quando un'impresa ha la proprietà esclusiva di un input non producibile. Per esempio, un'impresa che produce alluminio potrebbe tentare di diventare un monopolio comperando tutte le miniere ovvero la materia prima essenziale per tale produzione.

L'informazione: a differenza di quanto ipotizzato dal modello di concorrenza, le informazioni non sono liberamente disponibili nell'economia. In primo luogo le imprese intraprendono delle ricerche per conquistare un vantaggio tecnologico rispetto ai concorrenti. Anche se non riescono a ottenere un brevetto, ci vorrà del tempo perché le nuove conoscenze si diffondano e giungano ai rivali. In secondo luogo i consumatori hanno informazioni imperfette riguardo i prodotti messi in vendita dalle diverse imprese. Se una nuova impresa entra nel mercato, dovrà non solo far conoscere il proprio prodotto, ma anche convincerli che esso è migliore di quello dei rivali. Quando i beni differiscono per caratteristiche non facilmente individuabili, può non essere sufficiente offrirle ad un prezzo più basso. I clienti potrebbero interpretare il prezzo minore come un segnale di qualità inferiore.

Le economie di scala e monopoli naturali: si avrà un monopolio naturale ogni qual volta una singola impresa può produrre la quantità desiderata a un costo più basso di qualsiasi combinazione produttiva con più di un'impresa. Quando i costi medi di produzione cadono all'aumentare della scala di produzione, si dice che esistono economie di scala.

Le economie di scala e la concorrenza imperfetta: motivazioni simili spiegano perché solo un numero limitato di imprese produce ogni varietà di un bene e perché questa è limitata. Per esempio modificare colori per creare

varianti di un modello di auto già esistente può essere molto costoso. Le aziende automobilistiche, perciò, producono auto in una gamma di colori abbastanza limitata.

Le strategie di mercato: molte imprese, la cui iniziale posizione di monopolio poteva essere basata su alcune innovazioni tecnologiche, su brevetti, sono riuscite almeno per un certo tempo a mantenere le loro posizioni dominanti anche dopo che i loro brevetti sono scaduti. L'IBM, la KODAK e la POLAROID ne sono tre tipici esempi: queste imprese hanno mantenuto la loro posizione dominante per mezzo di strategie di deterrenza nei confronti dei potenziali rivali. Al tentativo di entrata l'impresa esistente da inizio a una dura battaglia concorrenziale abbassando i prezzi; in tal caso i profitti scenderebbero drasticamente al momento dell'effettivo ingresso nel mercato del potenziale nuovo arrivato, cosicché questo si convincerà dell'inopportunità di entrare. A queste strategie si fa riferimento con l'espressione **pratiche deterrenti**. *Le più comuni di tali pratiche sono i prezzi predatori, l'eccesso di capacità e il prezzo limite.*

Se in un dato mercato i prezzi scendano in modo drastico ogni qual volta vi è una nuova entrata, i potenziali rivali o entranti mostreranno una certa riluttanza a entrare. Un'impresa esistente può abbassare deliberatamente il proprio prezzo al di sotto del costo di produzione del nuovo entrante per costringerlo ad uscire e scoraggiare tentativi futuri. Questa pratica è chiamata dei **prezzi predatori** ed in genere considerata come una pratica di concorrenza sleale.

Un'altra azione che le imprese possono intraprendere è di costituire un **eccesso di capacità** produttiva rispetto a quella necessaria al momento. Costruendo nuovi impianti, anche se questi verranno sottoutilizzati, un'impresa aggiunge un'ulteriore minaccia e nuovi potenziali entranti.

Una azione deterrente può essere costituita da una strategia di prezzi intelligente. Un potenziale entrante può conoscere il prezzo di mercato e può avere un'idea precisa dei propri costi di produzione, ma è difficile che conosca precisamente le curve di costo dell'impresa già operante. Questa può perciò cercare di persuadere i potenziali entranti che i suoi costi marginali sono bassi, e che potrebbe facilmente ridurli se altre imprese decidessero di entrare nel mercato. Questo è un esempio di una pratica più complessa e che in generale va sotto il nome di **prezzo limite**: le imprese stabiliscono un prezzo inferiore a quello del monopolio ordinario e producono un livello superiore a quello in cui il ricavo marginale eguaglia il costo marginale perché temono che con i prezzi più alti l'entrata verrebbe incoraggiata.

CAPITOLO 15

L'OLIGOPOLIO

Nei mercati caratterizzati dalla concorrenza monopolistica vi è un numero sufficiente di operatori da far ritenere ogni singola impresa che le proprie azioni non incidano su quelle dei concorrenti. Ma in molti mercati, chiamati **cartelli**, il numero delle imprese presenti è sufficientemente basso da far sì che ognuna debba preoccuparsi delle reazioni dei rivali. Ciò è vero nel caso delle compagnie aeree, nei mercati delle sigarette, dell'alluminio, delle automobili e in molti altri. Per esempio, le compagnie aeree che offrono sconti e clienti abituali possono attendersi che i concorrenti replicano con offerte simili. Peggio ancora, un concorrente potrà reagire a una riduzione dei prezzi intraprendendo una vera e propria guerra dei prezzi, abbassandoli ulteriormente.

L'oligopolista è sempre combattuto fra il desiderio di sconfiggere i concorrenti e la consapevolezza del fatto che, colludendo con gli altri oligopolisti per ridurre la quantità prodotta, può guadagnare una parte dei più alti profitti dell'industria.

La collusione

In alcuni casi gli oligopolisti cercano di colludere per massimizzare i propri profitti. Essi conducono azioni congiunte come se fossero un monopolio e si suddividono i profitti realizzati. Un gruppo di aziende che formalmente agisce collusivamente è chiamato **cartello**. L'organizzazione dei paesi esportatori di petrolio, per esempio, agisce in collusione per ridurre la quantità prodotta di petrolio, in modo da aumentarne il prezzo e così accrescere i profitti degli stati membri. Ma se da una parte cartelli aumentano i profitti dell'industria, dall'altra è difficile mantenere il comportamento cooperativo richiesto. Vedremo ora tre problemi che i cartelli devono affrontare.

1) *il problema dell'autodisciplina*: la difficoltà centrale da affrontare è data dal fatto che può essere conveniente per ogni singolo membro del cartello tentare di barare; cioè, se tutti gli altri membri limitano la loro produzione in modo che il prezzo superi il costo marginale, è conveniente per l'ultimo membro del cartello aumentare la sua produzione e trarre vantaggio dal più alto prezzo. Si dice che questa impresa è un **free rider** all'interno del cartello: le altre imprese pagano il prezzo della collusione limitando la loro produzione, mentre il free rider ne acquisisce i vantaggi, il prezzo più alto, senza rinunciare ad alcuna delle vendite. Ogni operatore pensa di poter barare e farla franca. Se diminuisce il suo prezzo poco al di sotto e aumenta la sua produzione, realizzerà un profitto approssimativamente uguale al prezzo meno il costo marginale di quell'unità addizionale. Con un ampio divario fra il prezzo e il costo marginale esistono forti incentivi a barare.

Un altro fattore che può incoraggiare alcuni membri del cartello a barare è rappresentato dal fatto che frequentemente uno o più membri ritengono che non sia stata loro riconosciuta una giusta quota. Coloro che credono di essere stati trattati ingiustamente con più probabilità cercheranno di barare, sottraendosi agli accordi. In conclusione, il principale problema di un cartello è di far rispettare l'accordo collusivo. Quello dell'autodisciplina è un problema critico perché molti stati hanno approvato diverse leggi anti monopolistiche (o antitrust) che proibiscono i comportamenti conclusivi.

2) *il problema del coordinamento*: negli stati dove la collusione esplicita è illegale, i membri di un oligopolio intenzionati a trarre vantaggio dal loro potere di mercato devono fare assegnamento sulla **collusione tacita**. Si tratta di un accordo implicito per favorire gli interessi dell'oligopolio evitando la concorrenza più intensa. Tuttavia gli interessi delle diverse singole imprese possono non coincidere fra loro esattamente. Quando i costi e le curve di domanda si spostano per i cambiamenti nella tecnologia con i gusti dei consumatori, i membri del cartello hanno bisogno di incontrarsi per accordarsi sulle modifiche appropriate da apportare alle quantità prodotte nei prezzi. Naturalmente, se gli oligopolisti potessero contrattare apertamente, sarebbero in grado di trovare presto un'intesa. Ma dato che questo tipo di accordi è illegale, gli oligopolisti più fantasiosi e innovativi hanno sviluppato diverse tecniche per aggirare questi problemi di coordinamento. Una soluzione è rappresentata dal caso in cui un'impresa, assume il ruolo di **price leader**, vale a dire determina il prezzo di vendita per l'intero settore.

Un'altra soluzione è consistita nello sviluppo di una serie di pratiche atte a rendere più facile la collusione. Un esempio è la clausola del "**meeting the competition**" attraverso la quale alcuni membri dell'oligopolio prendono l'impegno, spesso per mezzo del canale pubblicitario, di stabilire prezzi non superiori a quelli della concorrenza. In molti casi gli oligopolisti creano una varietà di intese cooperative, che includono la condivisione delle scorte, dei risultati delle ricerche o di altre informazioni. Nell'elettronica e nelle altre industrie high - tech lo scambio di informazioni sulle ricerche è particolarmente importante. Un'impresa che barasse sulle intese collusive e sul prezzo si troverebbe immediatamente tagliata fuori da questo tipo di cooperazione.

3) *il problema dell'entrata*: il terzo problema fondamentale che i cartelli devono affrontare è simile a quello che incontra il monopolista: gli altri profitti raccolti dei membri del cartello attrarranno nuove imprese che tenteranno di entrare nel mercato oppure spingeranno coloro che sono esterni al cartello ad espandere la produzione. Alcuni economisti, per esempio William Baumol, hanno osservato che in alcuni mercati la sola minaccia di entrata può essere così forte da mantenere i prezzi bassi anche i settori in cui un'impresa controlla attorno al 90% del mercato. In questi casi la concorrenza potenziale, la possibilità di entrata, è sufficiente a tenere i prezzi bassi, e la concorrenza effettiva non è essenziale. Tali mercati, in cui la concorrenza potenziale è sufficiente a garantire i prezzi concorrenziali, sono chiamati **contendibili**. I sostenitori della teoria dei mercati contendibili usano il caso delle compagnie aeree come esempio tipico di ingresso contendibile. Una compagnia aerea può facilmente entrare in un mercato in cui il prezzo eccede i costi e quindi la concorrenza potenziale dovrebbe garantire prezzi bassi. Alla fine degli anni '80, all'aumentare vertiginoso delle tariffe aeree, la concorrenza potenziale non apparve però abbastanza forte da tenere prezzi bassi. I potenziali entranti erano consapevoli del fatto che c'erano significativi costi nell'entrata in un determinato mercato. L'esperienza aveva insegnato loro che, una volta entrati nel mercato, i prezzi sarebbero caduti. Ciò suggerisce che, se le barriere all'entrata discusse nel capitolo 14 sono abbastanza forti, come sembra nella maggior parte dei casi, l'entrata potenziale può non costituire una minaccia sufficiente a impedire alle imprese di imporre prezzi superiori ai costi marginali.

La teoria dei giochi: il dilemma del prigioniero

In anni recenti gli economisti hanno utilizzato una branca della matematica chiamata **teoria dei giochi** per studiare la collusione fra oligopolisti. I partecipanti al gioco hanno la possibilità di effettuare determinate mosse. Il risultato finale, ciò che ogni partecipante riceve, è definito come suo pagamento o guadagno e dipende dalle mosse effettuate. Ogni partecipante sceglie una strategia e decide la mossa da fare. La teoria dei giochi si basa sull'assunzione che ogni giocatore sia razionale e sappia che anche i due rivali lo sono. Ognuno cerca di massimizzare il suo guadagno. La risposta dipende dalle regole del gioco e dei potenziali pagamenti. Un esempio di tali giochi è il noto **dilemma del prigioniero**. Due prigionieri, A e B, accusati di essere complici in un crimine, vengono messi in due stanze separate. Un ufficiale di polizia va in ogni stanza e fa questo breve discorso: " bene, la situazione è questa. Se il tuo complice confessa e tu non parli, ti prendi cinque anni di galera. Ma se il tuo complice confessa e anche tu confessi, avrai solo tre anni. D'altro canto forse il tuo complice non parlerà e se anche tu resterai muto, possiamo dare solo un anno a entrambi. Ma se il tuo complice non confessa e tu parli, ti lasceremo libero fra tre mesi. Perciò, qualunque cosa faccia il tuo complice, a te conviene comunque confessare. Cosa spetti dunque a parlare? ". Questa proposta viene presentata a entrambi i prigionieri.

Dall'analisi delle combinazioni possibili si deduce subito che la migliore opzione sarebbe che entrambi scegliessero il silenzio accettando un anno di prigione. Ma l'interesse personale di ogni prigioniero dice che confessare è meglio. Tuttavia, se entrambi seguono l'interesse personale e confessano, finiscono svantaggiati, con una condanna a tre anni. Il dilemma del prigioniero è un gioco in cui tutte e due parti sono svantaggiate. Per entrambi sarebbe invece conveniente giungere a un accordo per raccontare la stessa storia e stabilire una sanzione nei confronti di chi non rispetta l'accordo. Il gioco può essere direttamente applicato alla collusione fra due oligopolisti. Si supponga che due imprese si accordino per ridurre la produzione, cosicché i prezzi salgano facendo aumentare i profitti. Ma ogni oligopolista ragiona nel seguente modo. Che il mio rivale bari o meno, a me conviene aumentare la produzione. Siccome tutte e due le imprese ragionano nello stesso modo, la produzione si espanderà e i prezzi diminuiranno al di sotto del livello di massimizzazione dei profitti congiunti. Gli economisti hanno cercato di sperimentare in laboratorio alcune situazioni tipo, così come si usa fare nelle altre scienze, per studiare il comportamento effettivo degli individui in contesti differenti. Il vantaggio di questa branca dell'economia, chiamata **economia sperimentale**, è che il ricercatore può modificare in ogni momento uno degli aspetti del comportamento per cercare di capirne le determinanti cruciali. Una serie di esperimenti ha ovviamente riguardato il caso classico del dilemma del prigioniero. Questi esperimenti mostrano che i partecipanti seguono spesso semplici strategie. Una strategia molto comune è quella cosiddetta del **tit for tat**: se tu aumenti la produzione io farò lo stesso, anche se così facendo non massimizzo i miei profitti. Se l'impresa rivale crede a questa minaccia e, specialmente dopo che stata attuata un paio di volte, il rivale può decidere che è più profittevole cooperare e mantenere bassa la produzione piuttosto che barare.

Le pratiche restrittive

Se i membri di un oligopolio potessero facilmente incontrarsi e colludere, non esiterebbero farlo; il loro profitto risulterebbe aumentato. Rimarrebbe il problema di come suddividersi, ma ogni membro si avvantaggerà sempre e comunque. Per questo, se i membri di un'industria non possono colludere per annullare la concorrenza e non possono impedire le entrate, potranno quantomeno agire per ridurre la concorrenza ed ostacolare le entrate. Si esamineranno ora le strategie messe in atto dalle stesse imprese per ridurre la concorrenza. Sebbene queste strategie, dette **pratiche restrittive**, possano non essere efficaci quanto le intese collusive, sono però senza dubbio efficaci nel garantire prezzi più alti.

Quando fra impresa produttrice e impresa acquirente si stabilisce un legame verticale, si parla di solito di **restrizioni verticali**; viceversa gli accordi conclusi fra produttori o tra rivenditori in uno stesso mercato per fissare il prezzo sono definiti **restrizioni orizzontali**. Un esempio di restrizione verticale è quella della **zona esclusiva**, con la quale i produttori concedono a un venditore all'ingrosso o ad un dettagliante il diritto esclusivo per la vendita di un bene in una determinata regione.

Un altro esempio di pratica restrittiva è dato dal caso dei **contratti di vendita esclusiva**, con i quali il produttore cerca di obbligare il concessionario del suo prodotto a non vendere quello dei suoi rivali.

Un terzo esempio di pratica restrittiva è quello dei **contratti vincolanti**, in forza dei quali il consumatore che compra un prodotto deve comperarne anche un altro.

Un ultimo esempio di pratica restrittiva è il cosiddetto **prezzo al dettaglio imposto**, con il quale il produttore impone che ogni prodotto venga venduto al prezzo di listino.

Le conseguenze delle pratiche restrittive

Le imprese che mettono in atto le pratiche restrittive giustificano il proprio comportamento con l'intenzione di promuovere l'efficienza economica. Il sistema delle zone esclusive, affermano, assicura alle aziende un potente incentivo a " curare " il loro territorio. Tuttavia in molti casi le pratiche restrittive finiscono proprio per ridurre l'efficienza economica. Ad esempio, la strategia delle zone esclusive ha limitato le capacità produttive delle imprese, che costrette ad avere depositi in diverse regioni, non possono creare una struttura centralizzata. Inoltre possono portare a prezzi più alti i prodotti da loro offerti.

Concorrenza sul prezzo e sulla quantità prodotta

Anche limitandosi agli aspetti dei problemi affrontati fin qui, la vita di un oligopolista appare molto complessa. Ha davanti a sé una curva di domanda che specifica quanta produzione può attendere a ciascun prezzo praticato, e dunque crede di poter determinare sulla base di essa quanto incasserà se cerca di vendere una certa quantità. L'oligopolista sceglie lungo tale curva di domanda il punto in cui i suoi profitti sono massimizzati. Ma sebbene sia vera, questa affermazione nasconde tutte le reali difficoltà in un'analisi dell'oligopolio. Ciò che l'oligopolista venderà dipende da ciò che faranno i rivali.

Gli economisti hanno indagato il comportamento degli oligopoli sotto differenti ipotesi :

- 1) **la concorrenza alla Carnot**: la concorrenza in cui un'impresa oligopolista ipotizza che i livelli di produzione dei rivali siano fissi.
- 2) **la concorrenza alla Bertrand**: nella concorrenza alla Carnot ogni impresa tende a massimizzare i profitti decidendo la quantità che intende produrre. Questo assunto, come si è visto, è plausibile per quelle industrie in cui aggiustare le capacità di produzione degli impianti richiede molto tempo. Ma in molte industrie è facile espandere la capacità. Le imprese delle stesse industrie in genere sceglieranno il prezzo e adegueranno la produzione alla domanda corrispondente a quel prezzo. La scelta è fatta in modo da massimizzare profitti, date le aspettative, sul possibile comportamento dei rivali. In tal caso si parla di oligopoli soggetti alla concorrenza alla Bertrand. Se i rivali tengono fermi i prezzi, allora l'oligopolista potrà sottrarre loro molti clienti. Ma nella misura in cui i beni prodotti dei due rivali sono sostituiti imperfetti, quando l'impresa fissa il suo prezzo al di sotto di quello del rivale, non cattura tutti i clienti.

CAPITOLO 16

LE POLITICHE PER LA CONCORRENZA

Gli inconvenienti del monopolio e della concorrenza perfetta

L'esistenza di monopoli e di concorrenza imperfetta comportano quattro importanti fonti di inefficienza economica: il ridotto livello di produzione, l'inefficienza manageriale, l'insufficiente attenzione alla ricerca e sviluppo e comportamenti che mirano all'acquisizione di rendite parassitarie.

1) **Il ridotto livello di produzione**: come le imprese concorrenziali i monopolisti sono in affari per fare profitti e a questo scopo producono quel tipo di beni e di servizi che sono desiderati dei clienti. Essi, peraltro, possono realizzare profitti anche in altri modi. Un modo è quello di elevare il prezzo. I consumatori, scegliendo di acquistare il bene del monopolista, rivelano di preferire questa situazione a una di penuria o mancanza del bene. Tuttavia devono pagare un prezzo più alto. Un monopolista che fissa il ricavo marginale uguale al costo marginale produce una quantità inferiore a quella che si determinerebbe nel mercato di concorrenza perfetta. Per definizione il prezzo di un bene misura quanto un individuo è disposto pagare per unità di beni più; misura in altre parole il beneficio marginale. In concorrenza perfetta il prezzo eguaglia il costo marginale. *In corrispondenza della minor quantità prodotta dal monopolista, il beneficio marginale supera il costo marginale.*

2) **L'inefficienza manageriale**: le imprese che realizzano comunque grandi profitti grazie alla scarsa concorrenza effettivamente non hanno forti incentivi a ridurre il più possibile i propri costi. La mancanza di efficienza che si realizza quando le imprese sono protette rispetto alle pressioni della concorrenza è chiamata

inefficienza manageriale. In assenza di concorrenza può esser difficile stabilire se i managers sono efficienti oppure no.

3) **L'insufficienza della ricerca e sviluppo**: la concorrenza stimola le imprese a sviluppare nuovi prodotti e ricercare modi di produzione meno costosi. Un monopolio al contrario potrebbe desiderare di mantenere la situazione acquisita e lasciare che i profitti continuino ad arrivare senza preoccuparsi di perseguire con energia il progresso tecnologico.

4) **La ricerca di rendite parassitarie**: l'ultima causa di inefficienza economica è determinata dal monopolio e dalla tentazione esistente per i monopolisti di impiegare le risorse in modo economicamente improduttivo. Dato che i profitti ricevuti dal monopolista sono chiamati rendite monopolistiche, si parla di ricerca di rendite parassitarie per indicare il tentativo di acquisire o mantenere vantaggi preesistenti attraverso iniziative che mirano a consolidare o creare posizioni di monopolio. Qualche volta la posizione di monopolio di un'impresa è almeno in parte il risultato della protezione statale. In tali circostanze le imprese pagheranno politici e burocrati perché le regolamentazioni che limitano la concorrenza vengano mantenute, in modo che esse possano continuare a ricevere alti profitti. Queste attività si traducono in sprechi dal punto di vista sociale. Risorse reali (incluso lavoro) vengono utilizzate per strappare regole più favorevoli e non per produrre beni e servizi.

Le politiche nei confronti dei monopoli naturali: Se la concorrenza imperfetta è così svantaggiosa come mai la società non interviene per liberarsene una volta per tutte? Una ragione risiede nelle concessioni di brevetti da parte dello stato. I profitti di monopolio forniscono guadagno agli inventori e agli innovatori che sono necessarie per stimolare attività vitali per un'economia capitalistica. Una seconda ragione risiede nel fatto che i costi di produzione possono essere più bassi quando vi è un'unica impresa nel mercato. Questo il caso del monopolio naturale. I **monopoli naturali** costituiscono una difficile questione politica. Come ogni altra impresa, anche il monopolista naturale produrrà a livello in corrispondenza del quale il ricavo marginale eguaglia il costo marginale. In questo paragrafo vengono descritte **tre diverse soluzioni adottate dallo stato** per risolvere il problema del monopolio naturale.

1) **la proprietà pubblica**: in molti paesi lo stato semplicemente possiede monopoli naturali quali l'industria delle elettricità, del gas e dell'acqua. La proprietà pubblica presenta però alcuni problemi. Innanzitutto l'impresa pubblica non è particolarmente efficiente. I managers spesso non hanno incentivi adeguati per abbassare i costi e modernizzare col dovuto vigore l'impresa. Ancora, la proprietà pubblica porta con sé svariate pressioni politiche. Per esempio, queste possono influire sulla localizzazione di un nuovo impianto e su eventuali tagli all'occupazione per migliorare l'efficienza dell'impresa. Le imprese di proprietà dello stato possono anche subire pressioni politiche perché offrano servizi a un prezzo molto al di sotto del costo marginale, compensando il deficit con i guadagni ottenuti in altra attività, praticando c'è quello che si definisce **sussidio incrociato**. Un caso tipico di sussidio incrociato si verifica nel monopolio del servizio postale, che pratica la stessa tariffa per spedire la corrispondenza da un piccolo paese sperduto o da una grande città, sebbene vi siano grosse differenze di costi.

2) **la regolamentazione**: alcuni paesi lasciano i monopoli naturali ai privati, ma li regolamentano. Questo è generalmente il comportamento degli Stati Uniti: i servizi locali, per esempio, rimangono privati, ma le loro tariffe sono regolamentate dai vari stati; lo scopo della regolamentazione è di mantenere il prezzo al più basso livello possibile. In altre parole cerca di mantenere il prezzo uguale al costo medio, dove i costi medi includono un rendimento "normale" rispetto a quanti proprietari dell'impresa hanno investito nell'impresa stessa. Se i **regolatori** riescono, il monopolio naturale non guadagnerà profitti di monopolio. Varie critiche vengono in genere sollevate contro la regolamentazione. La prima è che essa è spesso inefficiente. La seconda critica si riferisce al fatto che i regolatori perdono di vista il pubblico interesse. La teoria della **cattura del regolatore** sostiene che i regolatori passano di frequente dalla parte di coloro che devono essere regolati. Ciò avviene con atti di corruzione e mediante pagamento di tangenti.

3) **incoraggiare la concorrenza**: l'ultimo tipo di intervento pubblico per risolvere il problema dei monopoli naturali è quello di incoraggiare la concorrenza, anche se imperfetta.

Le politiche anti monopolistiche

Solo alcuni dei fallimenti della concorrenza sono dovute alla presenza di monopoli naturali. Altre imperfezioni sono, come si è visto, il risultato di precise strategie imprenditoriali volte ad accaparrarsi potere di mercato scoraggiando l'entrata di nuovi concorrenti. Quando le strategie finalizzate a incoraggiare la concorrenza non

portino a buoni frutti, talvolta lo stato ricorre al rafforzamento della concorrenza attraverso le politiche anti monopolistiche. Come si vedrà, queste politiche sono state spesso oggetto di acceso dibattito. Per esempio, supponiamo che un'impresa ritenga che il modo più efficiente per distribuire i suoi prodotti sia quello di garantire zone esclusive ai suoi distributori. Tuttavia l'impresa potrebbe avere il timore che questa pratica venga considerata illegale in base alla legislazione antimonopolistica. L'impresa potrebbe dunque adottare un metodo di distribuzione meno efficiente. _