

## **Prefazione alla terza edizione**

*Scrivere un libro di testo, almeno per me, è stata un'avventura che mi ha portato negli anni a cercare qua e là tra le molte idee di grandi economisti e a ricomporle in maniera tale da attirare l'attenzione degli studenti in aula per appassionarli all'economia.*

*Non avrei mai pensato di raccogliere in un manuale gli appunti delle mie lezioni del primo anno nei corsi di laurea di Economia e Scienze Politiche all'Università di Roma "Tor Vergata" se non fosse stato per l'insistenza degli stessi studenti e per la testarda pazienza del Dott. Giappichelli. A loro va la responsabilità per avermi indotto al grande passo. La responsabilità del contenuto è ovviamente solo mia. Eventuali inesattezze o precisazioni potranno essere segnalate alla mia mail [gustavo.piga@uniroma2.it](mailto:gustavo.piga@uniroma2.it) e saranno gradite come lo sono state in tutti questi anni di lezioni.*

*A chi, come Emanuele Brancati, Raffaella Coppier, Paolo Paesani e, soprattutto, Annalisa Castelli, mi ha assistito nel limare i contenuti, aggiungere nuove parti e sostenermi con gli studenti un grazie di cuore.*

*Il debito intellettuale maggiore per questo libro l'ho contratto con due pensatori agli antipodi l'uno dell'altro che non ho mai avuto il piacere di conoscere: David Friedman, per l'ottima sintesi dell'approccio marshalliano a riguardo delle scelte nel mercato e Michael Sandel, per la sua attenzione ai pericoli di un passaggio da una "economia di mercato" ad una "società di mercato". La loro lettura mi è stata consigliata da Lorenzo Pecchi, che ringrazio.*

*Con Mario Baldassarri, Mauro Marconi e Michele Bagella, che nel corso del tempo mi hanno spinto ad insegnare corsi di Microeconomia fidandosi ciecamente, ho un debito che fa fatica ad estinguersi.*

*Questo libro è dedicato a Giulia.*

G.P.

Roma, gennaio 2019



**Sommario:** 1. Introduzione. – 1.1. Perché scegliere. – 1.2. La scelta nei regimi di mercato. – 1.3. Cosa avviene in un regime di mercato. – 2. La microeconomia e la curva di domanda. – 2.1. Il valore di un bene. – 2.2. La curva di domanda. – 2.2.1. Leggere una curva di domanda. – 2.2.2. L'importanza della curva di domanda. – 2.2.3. Le variazioni della curva di domanda rispetto al prezzo. – 2.3. Elasticità della curva di domanda. – 3. La curva di offerta e la microeconomia. – 4. Equilibrio e microeconomia.

## 1. *Introduzione*

### 1.1. *Perché scegliere*

La microeconomia è la scienza sociale che si occupa di analizzare, prevedere e valutare (rispetto ad un qualche esito ideale), le scelte individuali e/o le scelte di organizzazioni i cui componenti sono disposti o chiamati a raggiungere un obiettivo comune – come la singola impresa o la singola istituzione (partito, sindacato, squadra di calcio) – in dati contesti normativi/regolatori, sociali e morali in cui interagiscono con altri individui e/o organizzazioni. Per questo spesso ci si riferisce alla microeconomia come alla “teoria sociale delle scelte individuali”, distinguendola dalla macroeconomia che invece analizza, prevede e valuta le scelte – al loro interno e tra di loro – di comunità (città, regioni, nazioni, federazioni, mondo) composte da individui eterogenei, anch'esse per un dato un contesto normativo, sociale e morale<sup>(1)</sup>.

---

<sup>(1)</sup> Il confine è veramente sottile tra queste due branche del sapere. Vero è che la microeconomia si preoccupa poi di rendere coerenti tutti questi comportamenti individuali in quello che viene chiamato equilibrio economico generale (vedi capitolo 5) che, secondo alcuni, riesce a catturare il funzionamento di economie nazionali ed internazionali composte da tanti individui ed organizzazioni. La macroeconomia in questo caso viene detta “micro fondata”. In altri casi lo studio del comportamento di nazioni è svolto nell'ambito microeconomico, soprattutto se siamo capaci di dotare ogni nazione di un obiettivo ben specifico come se fosse un singolo individuo. Si pensi per esempio

Perché la microeconomia sia rilevante, deve dunque essere rilevante il problema della scelta. Per delimitare il perimetro di azione della microeconomia è quindi necessario interrogarsi innanzitutto sulle situazioni in cui sia irrilevante il problema della scelta. C'è chi dichiara questa guerra impari dall'inizio, e forse ha ragione: il Premio Nobel 1915 per la letteratura, Romain Rolland, ebbe modo di sostenere che “noi non scegliamo affatto. Scegli il nostro destino. E la saggezza è di mostrarsi degni della sua scelta, qualunque essa sia”. Ma prima di chiuderla qui ed andare a casa, cerchiamo di capire se dobbiamo proprio essere così fatalisti o se piuttosto possiamo trovarci in una situazione di scelta in cui il libero arbitrio possa avere un ruolo.

In un dizionario leggo che scegliere significa “distinguere tra più persone o cose per ... prendere quella che ci sembra migliore”.

È chiaro dunque che scegliere implica innanzitutto la capacità di distinguere. Ma bisogna intenderci su questa parola, capacità. Potremmo intendere questa capacità come una sorta di razionalità, un tema su cui torneremo. Tuttavia anche un pazzo ha una sua logica, difficile forse per alcuni di noi da comprendere, che lo porta a scegliere. Quindi la microeconomia può anche finire per occuparsi di scelte irrazionali, anche se vedremo che molte volte supporremo agenti razionali (e cercherò di motivarvi il perché). Ma mi preme in questo momento sottolineare come la microeconomia si occupa anche di quei casi della c.d. “illusione di effettuare una scelta”, dove in realtà non si distingue: sono situazioni in cui la complessità o i condizionamenti sono tali che altri finiscono per scegliere per noi, dandoci spesso l'impressione (erronea!) che stiamo esercitando il nostro libero arbitrio (la pubblicità in primis ma anche i nostri limiti di razionalità, come vedremo).

Ma torniamo al dizionario. Perché dalla definizione capiamo che scegliere implica anche: a) avere un obiettivo (prendere ... migliore) ed anche b) rinunciare a qualcosa per ottenere qualcos'altro (più). Dalla scelta appare dunque generarsi un beneficio (prendere ... migliore) ma anche un costo (non prendere qualcosa altro).

**Una definizione  
della micro-  
economia**

È quindi la scarsità di risorse che pone un problema di scelta. Dato che scegliere comporta una rinuncia, in una situazione di infinita abbondanza, come nel giardino dell'Eden, non esisterebbe un problema microeconomico, in quanto non bisognerebbe rinunciare a nulla per ottenere qualcosa in più. Ma non basta. Scegliere, anche in una situazione di scarsità di risorse, non sarebbe rilevante se non avessimo bisogni da soddisfare o scopi da raggiungere. È quindi la soddisfazione di bisogni in presenza di scarsità di risorse che pone un problema microeconomico di scelta.

---

all'analisi microeconomica della Guerra Fredda in cui Stati Uniti e Unione Sovietica dovevano decidere se bombardare la nazione nemica con l'uso di testate nucleari.

Altri prediligono definizioni diverse della microeconomia. Spesso nello scegliere per raggiungere un determinato obiettivo o per il soddisfacimento di certi bisogni dipendiamo comunque dal comportamento altrui (pensate ad un azionista il cui dividendo dipenda dallo sforzo del manager a cui è affidata la gestione dell'azienda o al manager il cui compenso, basato ad esempio sui profitti realizzati, dipenda dallo sforzo dei dipendenti che a lui riportano o ad un elettore la cui soddisfazione dipende da come il partito che vota rappresenterà più o meno bene il mandato ricevuto): ad essi in qualche modo “deleghiamo” in parte o in toto la missione di massimizzare il nostro benessere. Questi “altri” da noi delegati potrebbero avere a loro volta obiettivi diversi dai nostri (il manager potrebbe sforzarsi in una direzione non gradita agli azionisti; i lavoratori sforzarsi troppo poco rispetto a quanto desiderato dal manager; i partiti potrebbero prediligere le loro possibilità di arricchirsi piuttosto che cercare di soddisfare gli obiettivi contenuti nel mandato degli elettori). È dunque naturale e molto diffuso cercare di generare nelle persone da noi delegate i giusti incentivi affinché queste soddisfino, con le loro azioni, il raggiungimento dei nostri obiettivi, non necessariamente collimanti con i loro. Ecco perché spesso la microeconomia viene anche definita come “teoria degli incentivi”<sup>(2)</sup>. I premi ai manager basati sui profitti, i premi di produttività dati ai lavoratori, le elezioni che cercano (ma non sempre riescono) sono appunto meccanismi volti a generare questi incentivi, di desiderare di svolgere un certo tipo di azione, altrimenti mancanti nel comportamento individuale del delegato.

Una seconda  
definizione della  
microeconomia

E tuttavia, bisogna anche saper/voler desiderare. Malattie psicologiche o fisiche impediscono a volte addirittura di voler desiderare. Ma saper desiderare? Da dove proviene questa capacità? Parlare di coscienza a questo stadio può sembrare prematuro ma non se ne analizziamo la definizione: dicesi coscienza “la facoltà immediata di avvertire, comprendere, valutare i fatti che si verificano nella sfera dell'esperienza individuale o si prospettano in un futuro più o meno vicino”. Coscienza come motore del desiderio? Il Nobel per l'economia Aumann ha di recente<sup>(3)</sup> definito la coscienza come la capacità di “provare un'esperienza” – la vista, l'udito, l'olfatto, il tocco, l'essere toccati – ma anche di “provare un sentimento” – odio, amore, rancore, paura, il piacere, dolore – ed agire con volontà. Ma come funziona la coscienza? Non lo sappiamo, dice Aumann, è uno dei grandi misteri rimasti per la scienza: è totalmente soggettiva, la senti dentro di te, ma solo tu. Aumann si è concentrato piuttosto sul perché esiste, e conclude: per far sì che gli incentivi funzionino (così che la catena evolutiva fat-

---

<sup>(2)</sup> Detto anche “*mechanism design*”: l'arte di “disegnare” sistemi/situazioni economici in tal modo da far sì che i partecipanti vogliano fare quel che il “disegnatore” vuole che facciano. Può anche sembrare terrorizzante, vero?

<sup>(3)</sup> Il lettore interessato è invitato ad ascoltare la sua prolusione <https://www.mediatheque.lindau-nobel.org/videos/37250/mechanism-design-consciousness/laureate-aumann>.

ta di nutrimento, riproduzione, auto-preservazione, funzionasse a sua volta). Non si può desiderare senza avere coscienza. Con la coscienza, si desidera e si è portati a fare quello che è nell'interesse non tanto dell'uomo, ma della catena evolutiva, dice sempre Aumann. Quando una persona non è cosciente, non desidera. Con la coscienza si sperimenta il piacere di mangiare ed il dolore di non farlo. Si mangia. Chi non sente il dolore, non sopravvive a lungo: la coscienza del dolore fornisce un incentivo per adoperarsi per rimuovere il dolore. In un'ottica religiosa, che Aumann non sposa nella sua presentazione più neutrale (lasciando indeterminato chi sia "l'evoluzione"), Dio avrebbe piuttosto creato la coscienza per farci desiderare così da porci il problema etico di cosa è giusto fare?

Comunque sia, affinché il problema della scelta sia un problema rilevante, le cose non finiscono qui. Dobbiamo infatti trovarci in un ambiente in cui la scelta sia possibile. George Orwell nel romanzo "1984" oppure il film "Il Pianeta delle Scimmie", ritraggono individui che – anche se non infinitamente ricchi e comunque desiderosi di soddisfare bisogni – non fronteggiano un problema di scelta in quanto "obbligati", da un padrone più o meno umano, a conseguire un solo risultato.

Ma non è sempre vero, si faccia attenzione, che la scelta avvenga solo là dove siano garantite le libertà di scelta. Nella sua bella versione moderna, "l'Alba del pianeta delle scimmie", la scimmia Ceasar sceglie di non seguire il "padre-padrone" fuori dalla prigione e si guadagna la libertà rinunciandovi. È lì dunque che Ceasar effettua la sua prima scelta e diventa per noi oggetto di curiosità intellettuale e di studio. Anche in casi così estremi permane dunque un problema microeconomico e che, come ebbe modo di dire il filosofo Jean-Paul Sartre, vale il "non scegliere è tuttavia una scelta".

Un altro caso rilevante, ma opposto, di scelta "senza libertà" avviene, lo dicevamo sopra all'interno delle scelte complesse, quando questa libertà è condizionata al punto da sembrare irrilevante. Discuteremo più avanti del ruolo della pubblicità e della potenza che stanno acquisendo in questa direzione le moderne tecnologie che sfruttano le informazioni desumibili anche dalla nuvola dei social networks dove molti di voi interagiscono.

**Una terza  
definizione della  
microeconomia**

In generale tuttavia non c'è dubbio che in molti ambienti la scelta è impossibile malgrado sarebbe desiderabile. Nei Gulag sovietici o nei campi di concentramento nazisti la scelta non c'era, se non all'interno di microcosmi ristrettissimi come quelli affrescati in maniera così pregnante da Primo Levi in "Se questo è un uomo". Finiamo quindi per essere spesso interessati al problema della scelta individuale in situazioni istituzionali che permettano la libertà di decisione tra diverse alternative, al fine di raggiungere la soddisfazione di bisogni in presenza di scarsità di risorse.

Istituzioni, preferenze, disponibilità: i tre cardini della microeconomia che si celano, più o meno velatamente, dietro ogni nostra analisi.

Ma non basta. Abbiamo anche parlato di scienza che si occupa di “valutare” le scelte individuali, a seconda del contesto istituzionale che creeremo attorno a questi. Valutare con quale parametro di giudizio? Quella del singolo? Ma vi sono tanti singoli, con preferenze diverse, quale tra questi prediligere? Sommare il benessere di ogni individuo, se mai fosse possibile, per determinare l’esito ottimale, potrebbe significare prediligere l’esito collettivo all’esito per i singoli: se 9.999 cittadini stanno meglio nella situazione A che non nella B ed uno solo sta peggio, possiamo dire con certezza che la situazione A è da preferire a quella B? Così facendo finiremo con l’entrare a gamba tesa in altri campi, come la filosofia, in particolare l’etica, cercando dei criteri per giudicare cosa sia giusto e cosa lo sia meno e come fare per dirimere i dilemmi decisionali che si pongono a chi ha la responsabilità e il potere di stabilire quale contesto creare attorno agli operatori di una economia. E affronteremo anche un apparente paradosso, prendendo atto che – proprio per la complessità di quest’ultimo compito, così soggetto a valutazioni altamente soggettive – la storia di parte del pensiero della storia della microeconomia è stata quella di consigliare sorprendentemente di ... “girarsi dall’altra parte” e di non esprimere valutazioni. Non scegliere spesso, cioè, di dire che cosa è bene e che cosa è male. Un bel paradosso per la scienza delle scelte.

**Tra etica ed economia**

Qualche esempio di problema di scelta microeconomica? La microeconomia si preoccupa di prevedere ed analizzare come un individuo ripartisca il suo scarso tempo a disposizione tra diversi fini alternativi: studiare, lavorare, dedicarsi al tempo libero. Oppure di prevedere la possibile scelta di un consumatore non infinitamente ricco al riguardo di quanti e quali beni acquistare, o di un consumatore non infinitamente ricco al riguardo di quanta assicurazione acquistare per proteggersi da una possibile ma non sicura malattia, o di un individuo che deve scegliere tra quanto risparmiare e quanto consumare e, all’interno della scelta del risparmio, quali attività finanziarie rischiose o non rischiose deve allocare la propria ricchezza. Oppure esaminare la scelta del potenziale ladro che deve decidere se sfondare quella porta e rubare tanti lingotti d’oro rischiando di finire in carcere o tornarsene a casa a mangiare la solita minestra. O del candidato che deve decidere se mentire o meno durante l’intervista per l’assunzione, o piuttosto del dipendente, se rubare il temperamatite prima di tornare a casa la sera. O, ancora, dell’azionista che deve scegliere il modo migliore per remunerare un manager al fine di massimizzare i profitti che gli spettano in forma di dividendi, tenendo conto che bisogna stimolare la voglia del manager a lavorare per lui. O della pubblica amministrazione che spera di trovare il contratto che motivi il dipendente a non oziare o a rifiutare di farsi corrompere. O del prigioniero rinchiuso in una stanza che deve scegliere se confessare o meno il reato commesso, sapendo che nell’altra stanza è in corso l’interrogatorio del suo complice.

**Esempi di scelte microeconomiche**

## 1.2. La scelta nei regimi di mercato

Il filone della microeconomia di cui ci occupiamo in questa prima parte si preoccupa di analizzare e prevedere nel modo migliore possibile le scelte di singoli agenti <sup>(4)</sup> operanti potenzialmente in un regime di mercato <sup>(5)</sup>, quali l'imprenditore o il produttore <sup>(6)</sup> e le sue controparti.

Mercato, regime di mercato, controparti: concetti nuovi. Approfondiamo brevemente.

**Il mercato ...** | Un mercato è un luogo d'incontro dove scambiare volontariamente una certa merce o un determinato servizio con altri individui in cambio di un corrispettivo. Esso presuppone dunque uno sviluppo istituzionale della società, al di là di un mondo primitivo dove ogni individuo consuma le proprie disponibilità ottenute o attraverso l'appropriazione indebita di risorse altrui o attraverso il consumo dei beni ottenuti a loro volta tramite il proprio lavoro (c.d. auto-consumo). L'analisi che verrà sviluppata nel corso di questa prima parte è importante anche in questo senso: nei limiti in cui riusciremo a spiegare perché gli individui finiscono per ricorrere ai mercati, abbandonando un mondo primitivo di auto-consumo o di sopraffazione non sanzionata, per un mondo dove prevale lo scambio volontario di merci e servizi, saremo capaci di comprendere almeno in parte la storia dell'umanità <sup>(7)</sup>. Anticipando la fine del "giallo", vedremo come, in economie di mercato, è spesso vero che si producono più ricchezza e felicità (appropriatamente definite) complessive che non in economie dove il mercato, lo scambio libero e volontario, sono impediti.

Alcuni mercati sono tuttavia vietati; viene cioè vietato lo scambio tra controparti. Spesso lo sono perché caratterizzati, se operanti, da una controparte che

---

<sup>(4)</sup> Quindi non organizzazioni politiche, amministrative, sovranazionali che pure hanno un impatto sull'economia di un paese. Lasciamo in gran parte (vedi nota 1) quest'analisi alla macroeconomia.

<sup>(5)</sup> Il potenzialmente va riferito al fatto che esistono delle situazioni in cui gli operatori di mercato non parteciperanno perché non conviene. A volte la loro assenza è motivata da inefficienza del singolo, altre volte dall'inefficienza del contesto. In quest'ultimo caso, vedremo, questi attori scompaiono letteralmente dai mercati generando per questo danni per la società ed i suoi componenti. In alcuni casi l'assenza di partecipazione in un mercato di, per esempio, un'impresa non esclude che quest'ultima sia comunque rilevante nell'influenzare i comportamenti delle altre imprese presenti, che devono preoccuparsi di non far entrare, di escludere, la prima.

<sup>(6)</sup> Come già potrete aver notato dall'esposizione, imprenditore e produttore non coincidono nella nostra terminologia: il produttore è una figura estrema con la quale tendiamo ad identificare sommariamente il singolo individuo che trasforma prodotti e servizi in un bene finale; la (più realistica) figura dell'imprenditore richiede la presenza di un'impresa, ovvero di un'organizzazione basata su di un insieme complesso di contratti e interrelazioni al suo interno, sulla cui genesi e sviluppo torneremo più avanti in un altro contesto.

<sup>(7)</sup> E capire il perché singoli cittadini accettino di rinunciare a libertà individuali per trasferire potere decisionale ad organizzazioni al di sopra di loro per ovviare a problemi di appropriazione indebita di risorse altrui (tramite leggi, prigioni, polizia, difesa).



parteciperebbe allo scambio contro il proprio volere e ciò viene giudicato in un qualche modo ingiusto dai membri della collettività. Una valutazione morale sottostà dunque a volte all'esistenza/rilevanza o meno di un mercato.

Che la morale giochi un ruolo lo dimostra il fatto che alcuni mercati che ieri esistevano e pareva normale incoraggiare e tutelare oggi non esistono più. Il mercato degli schiavi è forse il più rilevante, ma anche il mercato del lavoro minorile, tutt'oggi esistente ancora in alcune parti del mondo, sono considerati ormai un residuo del passato. Si potrà dire che quelle transazioni non erano volontarie perché l'oggetto dello scambio, il possessore (incatenato) di tempo libero le approvava, certo è che lo approvavano acquirenti e venditori di schiavi e le istituzioni del tempo. Questi mercati sono considerati oggi moralmente riprovevoli e vengono perciò vietati: mercificare e rendere oggetto di profitto persone meritevoli di dignità e rispetto ci impedisce di permettere lo sviluppo di questo mercato. | ... e il non mercato

Ma spesso la componente che entra involontariamente nello scambio non è l'oggetto di questo, quanto una delle controparti: uno scambio tra un bambino indiano che cede il suo rene ad un bambino occidentale più ricco in cambio di denaro, è veramente uno scambio volontario o piuttosto è uno scambio talmente iniquo e con tale sproporzione nel potere contrattuale di una delle due parti da doversi considerare non volontario, ingiusto e moralmente riprovevole? Forse tra 100 anni saranno vietati dei mercati che oggi consideriamo normale tutelare, perché andranno contro la nostra modificata percezione di cosa sia giusto.

Così facendo, notate, stiamo introducendo uno iato tra economia e società: mentre nella prima il concetto di mercato prevale, nella seconda non è detto che sia così. Una società può delimitare il ruolo del mercato e sancire che alcuni oggetti, servizi, non devono essere soggetti di scambio con la consegna di un corrispettivo per esso, anche quando apparentemente le due controparti dello scambio ne guadagnerebbero. Una dimensione morale ne suggerisce a volte il divieto o il calmieramento (pensate alla questione del prestito usurario nel mercato del credito dove spesso transazioni a tassi troppo alti sono vietate). | ... e la società

Eppure la dimensione dei mercati va allargandosi, da economia di mercato stiamo divenendo una società di mercato, ci ricorda il filosofo politico Michael Sandel. Con una dinamica opposta a quella citata poco sopra, si vanno creando dei mercati là dove prima non ne esistevano, perché si riteneva giusto non vi fossero. Per esempio, in maniera crescente facciamo ricorso alla vendita di permessi di cittadinanza al più ricco offerente in cambio di garanzie che quest'ultimo porti con sé un'impresa e nuovi posti di lavoro. La cittadinanza è forse un bene a cui estendere le logiche del mercato, rendendola acquistabile? Mentre in molti paesi vi è il divieto di uccidere animali rari, in Sud Africa si è creato un numero di licenze per uccidere un numero limitato di rinoceronti neri, in via di estinzione, per 150.000 dollari così da dare ai proprietari terrieri un incentivo ad

allevarli e proteggerli. Non vi era altro modo che creare un mercato per ucciderli per salvaguardarne la specie? E quanto costa un utero femminile di una donna indiana per far nascere il figlio di una coppia occidentale? 6.250 dollari, un mercato legale in India. Che troviamo normale autorizzare e proteggere?

Tra le altre implicazioni anche morali dei mercati vi è quella che a volte rendono più drammatiche le disuguaglianze di reddito, tra chi può permettersi certi beni e chi no. Bruce Springsteen, intervenendo a regolare il “suo” mercato, vende i biglietti per i suoi concerti a prezzi spesso molto inferiori a quelli che sarebbero disposti a pagare gli individui più abbienti, perché la sua musica vuole indirizzarsi ad una certa platea, quella della c.d. “classe operaia”.

Ma c'è di più. L'ingresso del mercato nello scambio di un bene, l'introduzione di un corrispettivo, cambia a volte la natura di quel bene, lo “corrompe”. Così la chiesa statunitense ebbe a che ridere quando i biglietti distribuiti gratuitamente nelle parrocchie in occasione della messa per la visita di Benedetto XVI trovarono un ampio mercato a cui si scambiavano per più di 200 dollari: un bene sacro che acquisisce una componente economica perde parte della sua sacralità.

Come vedete, una questione complessa, quella dell'esistenza di un mercato, che non può astrarsi dal contesto sociale in cui si inserisce e dai valori morali che caratterizzano quella determinata società in quel determinato momento storico.

... ed un regime  
di mercato

Un determinato mercato di beni e servizi può essere caratterizzato da un diverso grado di forza contrattuale delle controparti ivi operanti. Il concetto di regime di mercato identifica la forza contrattuale dei suoi partecipanti (daremo più avanti una definizione più rigorosa). Inizialmente studieremo due regimi di mercato: il monopolio, dove vi è un solo potenziale venditore che fronteggia una miriade di potenziali acquirenti, e la concorrenza perfetta, dove vi è una moltitudine di potenziali compratori e venditori. Una volta appropriatamente definiti tali regimi di mercato, scopriremo che in uno scambio i venditori hanno maggiore potere contrattuale nel monopolio piuttosto che in concorrenza perfetta.

Cosa accomuna qualsiasi regime di mercato, per esempio la concorrenza ed il monopolio? Di essere un mercato, dove lo scambio tra controparti è libero da costrizioni, volontario. *In primis* possiamo leggere questa libertà con riferimento alla possibilità di procedere ad uno scambio tra controparti se mutualmente vantaggioso, compatibilmente con le regole esistenti e prevalenti nel contesto in cui si inseriscono i mercati.

Regole e mercati

Le regole possono limitare questi scambi o delimitarne gli ambiti, a volte per un buon motivo, a volte meno. Abbiamo già visto delle regole morali che spesso si pongono l'obiettivo di non “mercificare” un dato rapporto tra individui, impedendo la nascita o limitando lo sviluppo del mercato. Alcune regole, anche queste già menzionate, cercano di tutelare una o più controparti da un rischio eccessivo e/o iniquo (le leggi anti-usura prevenendo scambi a tassi d'interesse troppo alti per tutelare (debitori) in condizioni difficili o disperate).

Prendete il caso di Barbara Harris (così come raccontato in “What Money Can’t Buy”, di Michael Sandel), fondatrice dell’Associazione “Project Prevention” negli Usa. Di fatto essa ha creato un mercato: offre 300 dollari a donne drogate che accettano di sottoporsi a sterilizzazione o ad un controllo anti-concezionale di lungo periodo. Più di 3.000 donne, dall’inizio del programma, sono entrate volontariamente in questo scambio.

Piuttosto che aiutarle ad uscire dalla loro dipendenza, così alcuni critici, il denaro sussidia tale dipendenza. Ma la Harris, che riconosce questa possibilità, lo ritiene un costo da sopportare pur di evitare di dare la nascita a bambini con dipendenze da droga. E poi, argomenta, se queste madri drogate sono così vulnerabili, come attendersi che facciano le scelte giuste sul far crescere ed educare i loro figli?

In realtà critiche più sostanziali, che spiegano anche perché alcuni paesi lo hanno vietato, hanno a che vedere non tanto con una opposizione per motivi economici, come quella menzionata sopra, ma morali, mettendo in chiara evidenza i limiti del ragionar da semplici e meri economisti. Primo, quello della coercizione, specie perché ci si rivolge a donne vulnerabili in quartieri poveri. Esso riguarda dunque le condizioni dello scambio. L’altro, riguarda il considerare il prezzo pagato come una ... mazzetta. Cosa è una mazzetta? Un prezzo che paghiamo per comprare qualcosa che nella società riteniamo non debba essere messo in vendita (un posto pubblico? Un appalto?). Non è dunque tanto un’obiezione sulle condizioni dello scambio quanto un sottolineare la natura del bene scambiato: anche se tale transazione fosse volontaria, come una mazzetta, come la mazzetta essa mette in vendita qualcosa che non potrebbe esserlo (le capacità riproduttive della donna, in questo caso, un posto pubblico per concorso, in caso di corruzione) perché è degradante farlo. Ma cosa è degradante? Delle norme morali devono indicarci se questa transazione possa andare sul mercato o se vada vietata.

Non sempre le cose debbono essere viste sotto questa luce così negativa. Se volete altri esempi, ponetevi interrogativi analoghi sul recente trend di pagare i ragazzi che vivono in contesti disagiati per superare esami di preparazione all’Università, sapendo che molti ragazzi provenienti da contesti economici difficili spesso studiano di più con tali incentivi.

Ma torniamo alle regole. A volte, al rovescio, vi sono talmente tante inutili regole che finiscono per impedire di fatto che questa libertà di scambio, teoricamente possibile, si manifesti (immaginate lacci e laccioli posti dalla burocrazia alle imprese). Un altro esempio di troppo Stato che può distruggere il mercato è dovuto all’esigenza di tassare da parte dello Stato (possibilmente, ma non necessariamente, per trasferire le risorse ottenute, dai più ricchi, ai cittadini più bisognosi), togliendo risorse da alcuni individui che vedranno ridursi l’incentivo a produrre e lavorare, visto che non si approprieranno più di tutti i frutti della loro attività. In una economia dove il reddito d’impresa è tassato al 100%, nes-

suna impresa produrrà e non vi sarà nulla da distribuire, come in un'economia dove la tassazione è pari a zero, dove però il reddito totale disponibile sarà alto<sup>(8)</sup>.

I mercati in realtà non scompaiono quasi mai del tutto. Sono presenti in tutte le economie, anche nei paesi estremamente poveri ed in via di sviluppo. Scendete da un aereo in un paese del Terzo Mondo, infilatevi in un affascinante bazar e troverete una frenetica attività di mercato, dove addirittura i commercianti si offendono se non negoziate fino a sera il prezzo di un bene. Eppure molte di queste economie di mercato funzionano male e producono poca ricchezza rispetto ad altre economie di mercato. Perché? Molte risposte sono possibili, ma è certo che un ruolo importante lo gioca la capacità di tutelare – anche sanzionando comportamenti che deprimono lo scambio – la volontarietà e la possibilità dello svolgimento dello stesso tramite regole ed istituzioni appropriate.

In caso di mancanza di informazione, ad esempio, le regole che la impongono sovente aiutano i mercati a sopravvivere e crescere (un contratto finanziario in cui il titolo può essere venduto solo se accompagnato da adeguata informazione può aiutare affinché vi sia più mercato, nel senso che vietando la moneta cattiva non si caccia quella buona, anzi!). La crisi finanziaria del 2008, e la correlata scomparsa di interi mercati ed imprese, da molti è stata attribuita alla vendita di titoli a famiglie e banche poco informate sul loro valore, a causa di un cattivo controllo dei regolatori. Un mercato può anche morire, come vedremo, per troppo potere di mercato nelle mani di una sola azienda o di cartelli di aziende che effettueranno prezzi troppo alti e l'assenza di una buona Autorità Antitrust.

**I diritti di proprietà** | Abbiamo detto che mentre per definizione non c'è mercato senza libertà di scambio, è anche vero che, di fatto, non c'è mercato (o ce ne è molto poco) là dove non vi è la libertà di rifiutarsi di entrare in uno scambio sgradito, là dove non vi sono cioè regole sufficienti per evitare uno scambio sgradito. Ad esempio, i banditi quando non tenuti alla larga. Questi ottengono risorse senza fornire i corrispettivi desiderati dalla controparte e violandone addirittura i diritti di proprietà (più precisamente i diritti dell'uomo sulla proprietà)<sup>(9)</sup>. Cosa avviene in presenza di tanti banditi? Tanto più in una eco-

---

<sup>(8)</sup> Ogni società stabilisce il suo mix desiderato tra dimensione della torta ("efficienza") e spartizione della stessa ("equità"), avendo in mente che tanto più un'economia è ricca tanto più si potrà portare a termine una determinata redistribuzione di risorse con minore sottrazione percentuale di risorse, generando incentivi a produrre di più.

<sup>(9)</sup> Con diritti di proprietà intendiamo le regole che determinano l'allocazione della proprietà. Questa regola di allocazione si rende necessaria perché: a) gli individui hanno visioni diverse su cosa fare con "le cose" e b) le risorse sono scarse. Un modo per risolvere questo problema è la prevalenza della forza fisica. È un metodo costoso che usano, come dice David Friedman solo "i bambini e le grandi nazioni", p. 4, *The Machine of Freedom*. Si preferisce dunque un insieme di regole per l'uso di queste cose. Se ogni "cosa" è utilizzata da un individuo che ha il potere di trasferirne l'utilizzo ad un altro individuo parliamo di proprietà privata (tipicamente via scambio oppure

nomia vi sono questi comportamenti predatori (in termini di ricchezza sottratta) tanto minore l'incentivo per le vittime a produrre ed a partecipare a scambi commerciali che non le arricchiscono, tanto minore la dimensione del mercato in questa economia senza una reputazione positiva dei suoi partecipanti.

Come si pone rimedio a queste azioni predatorie? In collettività piccole e coese, (opposte a quelle globalizzate) spesso non vi è nemmeno bisogno di leggi che prevedano proibizioni e sanzioni per tali tipi di comportamenti: è sufficiente lo stigma sociale per chi le commette per impedirle. In comunità più popolose ed anonime, comportamenti opportunistici predatori sono più probabili (in città in fondo si ruba di più che in campagna ...). In situazioni dove è più facile sfuggire a queste sanzioni, per esempio in mercati globali e anonimi come quelli che si stanno sviluppando grazie alle nuove tecnologie informatiche (come E-BAY), c'è bisogno di nuove tutele per garantire la crescita di un mercato tramite la fiducia reciproca. Si utilizzano le capacità di comunicazione bi-direzionale che consente Internet per generare artificialmente passaparola di amplissima scala dove le controparti si scambiano opinioni e esperienze su di un insieme vasto di temi, in particolare la qualità dei venditori e dei compratori. E-BAY, in particolare, ha un meccanismo di feedback (di soddisfazione) che permette di ottenere comportamenti onesti e ridurre la disinformazione e dunque facilitare gli scambi tra estranei sull'Internet. Esso è oggetto di accurato studio da parte dei c.d. microeconomisti, o scienziati della microeconomia. Più tipicamente, nelle grandi città, o dove comunque lo scambio comporta il problema di comportamenti opportunistici, ci si dota di istituzioni (polizia, eserciti, tribunali, ecc.) per impedire, o perlomeno rendere molto costosi, tali atteggiamenti predatori<sup>(10)</sup>.

C'è tuttavia chi crede che per tutelare i diritti di proprietà non ci sia bisogno dell'intervento pubblico, ma di semplici arbitri capaci di risolvere le dispute. In parte ciò avviene già e il semplice fatto che esistono tali figure garantisce spesso il rispetto di comportamenti corretti. Nel caso di sanzioni per accordi illeciti come violazioni delle leggi Antitrust molte aziende temono, più che la multa dell'Antitrust (vedi oltre), la causa che gli verrà intentata dall'azienda rivale danneggiata rivolgendosi ad arbitri. Gli arbitrati hanno anche il grande vantaggio di

**La mancanza di un mercato. L'assenza di tutela di diritti di proprietà privata**

---

donazioni o eredità – se riesco a convincerti della bontà dei miei fini). La proprietà pubblica prevede che l'utilizzatore è l'istituzione politica per i suoi fini, imponendo un obiettivo comune a tutti per l'utilizzo di tali "cose".

<sup>(10)</sup>Notate che a volte tali istituzioni possono addirittura prendere il volto "maligno" di organizzazioni criminali radicate sul territorio; quello che queste garantiscono rispetto al bandito erratico di passaggio che depreda la vittima di tutto è, in cambio della protezione da banditi erratici, un "contributo" – non pari al 100%, così da assicurarsi un territorio dove la gente è disposta a commerciare e quindi incrementare scambi e ricchezza. Ciò non è altro che la logica conseguenza del fatto che il criminale radicato sul territorio ha tutto da perdere dal controllare un territorio dove non ci siano incentivi (seppur ridotti) a produrre beni e generare opportunità.

ridurre i costi ed i ritardi del contenzioso dei tribunali pubblici. Essi si basano non tanto sulla forza (anche fisica) dell'arbitro come giudice riconosciuto quanto sul valore che ha la clausola che nel contratto rimanda all'ottemperanza rispetto ad una eventuale decisione di un arbitro: se ci si rifiuta di ottemperare, nessuno vorrà più fare contratti con noi, a causa della mancanza di reputazione che abbiamo generato sulla nostra persona; se si accetta di ottemperare, dunque, si potrà continuare a effettuare scambi.

Il problema vero si pone in quei casi in cui vi sia violazione e non vi sia un contratto in cui possa intervenire un arbitro: un furto per esempio. Come tutelare i diritti di proprietà? Ci vuole il magistrato pubblico e la polizia pubblica? In realtà potrebbero bastare agenzie di sicurezza private: ognuno "compri" la sua. Ma se poi queste agenzie si trovano a dover essere in disaccordo? Avremmo guerre tra polizie? Probabilmente contratti tra agenzie che rinviando ad un arbitro potrebbero essere sufficienti. Si favorirebbero i più ricchi? Forse (un problema, questo, che sussiste comunque anche, in parte, con i tribunali pubblici e gli annessi costi legali di un buon avvocato ...). Ma se così fosse i più poveri non aderirebbero più ad un arbitrato di questo tipo e gli stessi arbitri sparirebbero. In generale tuttavia è vero che il più delle volte la tutela dei diritti di proprietà in questi casi è lasciata alla forza pubblica.

L'esempio di E-Bay, al contrario di quello del bandito, ci ricorda come uno scambio può poi rivelarsi non desiderato non da subito ma durante o al termine dello stesso, a causa di un comportamento scorretto di una controparte che non ottempererà ai suoi doveri contrattuali: anche questa evenienza porterà un mercato ad assottigliarsi in assenza di istituzioni che prevengano comportamenti scorretti.

Molti portali di *user-generated content* – come You Tube (Google) – in questi anni sono stati impegnati in alcune cause rilevanti dove hanno dovuto spiegare al giudice come mai hanno beneficiato gratuitamente di beni altrui ammettendo sulle loro piattaforme spezzoni di video di aziende (nel settore dei media) che non hanno dato il loro assenso a tale scambio e che con tutta probabilità avrebbero richiesto un corrispettivo per tale possibilità. Le aziende che non hanno dato il loro assenso sostengono che in caso di "furti" di questo tipo si perdono gli incentivi a generare costosi video, distruggendo un mercato per mancanza di sufficiente protezione.

Non è nemmeno detto che non sia il settore pubblico stesso a non mantenere i suoi doveri contrattuali. Lo scandaloso esempio dei ritardati pagamenti della Pubblica Amministrazione italiana che paga con ritardi enormi rispetto a quanto promesso è un altro esempio. Tale mancato rispetto dei termini contrattuali di pagare entro 60 giorni distrugge aziende e dunque il mercato stesso (assottigliandolo), dove molte piccole aziende non vorranno più vendere alla Pubblica Amministrazione. La pubblicità ingannevole può essere un altro esempio.

Notate che in tutti gli esempi sopra è di nuovo la (mancata) reputazione di uno degli attori dello scambio a assottigliare il mercato. Come garantire tale re-

putazione delle controparti nel mercato? A volte tramite la creazione di istituzioni per la tutela dei diritti ritenuti essenziali affinché un mercato sopravviva: quelli di vedere rispettati e non mutati gli intendimenti su cui si erano accordate le controparti (polizia, giudici) o che vengano comunicate appropriatamente le comunicazioni a riguardo del prodotto (Autorità AGCM, l'Antitrust italiana). Anche qui i feedback stile E-Bay possono giocare un ruolo rilevante (a quando i feedback sulle pubbliche amministrazioni che non pagano in tempo? E con quale utilità?), tenendo a mente che non sono però privi di difetti: c'è evidenza che non tutti i consumatori forniscono valutazioni ma, piuttosto, escono dal mercato, delusi. Così viene ad essere danneggiata tutta la piattaforma piuttosto che il singolo venditore, come avviene anche in presenza di valutazioni opportunistiche sulla piattaforma stessa da parte di rivali o amici.

Al di là dei casi in cui lo Stato garantisce che i privati popolino un mercato, un mercato può morire per “troppo poco Stato” anche quando i venditori privati non hanno nessun interesse a produrre quel bene. Vi sono dei beni, che hanno due particolari caratteristiche: sono non escludibili, cioè non permettono all'acquirente un consumo che escluda (potenzialmente) altri da goderne dei suoi benefici e sono non rivali e cioè non permettono a chi li consuma di ridurre il consumo altrui (come invece avviene per una mela!). Notate che se il consumo di un bene non è escludibile, nessuno sarà disposto a rinunciare a qualcosa per acquistarlo esso non verrà quindi scambiato, né fornito, da un'impresa: a meno che non intervenga lo Stato, tassando i cittadini e poi “regalandolo” a tutti gli utilizzatori. Un faro, bene non escludibile, non sarà scambiato, in un regime di mercato, se lasciato spontaneamente all'iniziativa degli operatori privati. Ecco perché nasce un faro pubblico, ovvero disponibile per tutti. Lo studio dei c.d. beni pubblici lo verrà spesso studiato nelle materie di Macroeconomia e Scienza delle Finanze.

La tabella sotto mostra come non sia tanto la proprietà pubblica o privata delle imprese che caratterizza un'economia di mercato, dove le due convivono, quanto la possibilità di scambiarsi grazie a regole sociali del gioco efficaci per interagirvi. Dove tali regole sono costruite in maniera imperfetta (istituzioni inefficienti), il mercato funzionerà peggio di là dove tali regole siano invece studiate con attenzione (istituzioni efficienti).

*La mancanza di un mercato. Troppo poco Stato?*

*La mancanza di un mercato. Troppo Stato?*

<i>Settore Pubblico</i>	SI	NO
<i>Settore Privato</i>	<b>Economia di mercato Prevalente nel mondo</b>	<b>Economia di puro mercato</b>  Incentivi a produrre beni pubblici? Tutela dei diritti di proprietà? Incentivi a scambiare?
SI	↑	←
NO	<b>Economia pianificata</b> Incentivi a produrre “bene” (quanto e cosa)?	<b>Banditismo e Prevaricazione</b>

### 1.3. Cosa avviene in un regime di mercato

Affinché gli scambi possano realizzarsi l'imprenditore o produttore interagisce con altri soggetti; in particolare, le controparti dell'imprenditore possono trovarsi: 1) sul mercato dei beni di consumo, col nome di “consumatori”. In questo mercato gli imprenditori (o i produttori), vedremo, esprimeranno una offerta di beni e i consumatori una domanda di beni. Un mercato particolare di consumo è quello del consumo differito nel tempo. In questo mercato (che studieremo più avanti) alcune controparti offriranno “beni presenti”, “domandando” di posticipare il loro consumo (ed effettuando un atto chiamato risparmio) ad altre controparti che domanderanno “beni presenti” per anticipare il loro consumo di beni o servizi produttivi, che altrimenti sarebbe vincolato dalle loro disponibilità odierne e offrendo “consumo futuro” alle controparti creditrici; 2) sul mercato dei servizi per la produzione, col nome di “fattori produttivi”. Così vengono denominate quelle controparti che mettono a disposizione, offrendole, le proprie risorse per creare il prodotto che verrà venduto dall'imprenditore (o dal produttore): lavoratori, detentori di terra o di beni di consumo non consumati immediatamente ma utilizzati per la produzione di altri beni (fattore produttivo capitale). In questo mercato gli imprenditori (o i produttori) esprimeranno una domanda di fattori produttivi volta ad ottenere risorse per produrre e i fattori produttivi esprimeranno una offerta di servizi produttivi. Sul mercato del lavoro ad esempio si incontrano i lavoratori, che esprimo un desiderio di offrire la loro risorsa lavoro, e gli imprenditori che esprimono un desiderio di domandare lavoro.

Imprenditori, consumatori e fattori produttivi si incontrano dunque in questo luogo ideale che chiameremo mercato (ma che non richiede necessariamente la presenza fisica delle controparti) per cercare di effettuare uno scambio. Quando si incontrano potranno portare a termine o meno uno scambio a seconda che i



loro rispettivi desideri siano mutualmente compatibili, data appunto la volontarietà degli scambi tutelata dalle istituzioni (nel mercato del lavoro tale tutela prende anche la forma di leggi anti-schiavitù, leggi sindacali, divieto di lavoro minorile). Le condizioni e gli effetti di questo scambio costituiscono la fase finale del processo di analisi microeconomica. Ad esempio, sul mercato del lavoro lo scambio genera una fornitura di un certo ammontare di ore-lavoro per ricevere in cambio un determinato salario orario. Ma di quante ore-lavoro e quale salario per unità di lavoro? E come misurare il benessere per le due controparti derivante da questo scambio? È compito dell'analisi microeconomica fornire una possibile risposta per capire meglio la realtà che ci circonda e prevederne gli sviluppi.

Per rispondere a queste domande il microeconomista assume che gli agenti abbiano obiettivi ragionevolmente semplici, cioè intuitivi, e che agiscano cercando la maniera giusta per raggiungere tali obiettivi (un'ipotesi quest'ultima da alcuni definita di "razionalità"). Cercheremo quindi di capire come vengano raggiunti questi obiettivi semplici – all'interno di diversi regimi di mercato. Obiettivi semplici, abbiamo detto. Obiettivi complicati sono obiettivi che appaiono difficilmente analizzabili, identificabili e/o generalizzabili e quindi inutili per un'analisi di ampio respiro come la nostra. Possiamo sempre pensare che un consumatore desideri consumare il bene a lui meno gradito perché è masochista, ma quanto impariamo dall'analisi di questo comportamento sul mondo che ci circonda?

*L'assunzione della razionalità*

Non sempre la razionalità prevale nelle nostre scelte. L'evoluzione delle tecnologie (ad esempio la risonanza magnetica funzionale) permette oggi di saperne un po' di più sul funzionamento del processo cognitivo, studiando l'attività del cervello sulla base dei cambiamenti nella concentrazione locale dell'ossigeno nel sangue, un indice forse rilevante dell'attività neuronale. I primi risultati sembrano confermare nel cervello umano l'esistenza di più meccanismi che spesso lavorano insieme, ma a volte entrano in competizione, generando scostamenti nei comportamenti anche rispetto a situazioni che appaiono identiche. In particolare alcune zone del cervello appaiono reagire direttamente ad eventi o ad anticipazione di eventi che ci danno piacere o dolore. A queste zone si avvicina il reame meno razionale, forse, delle emozioni. Altre zone, più razionali e capaci di risolvere problemi ed effettuare ragionamenti astratti sono localizzate altrove nel cervello. Quello che appare lo stesso problema può generare comportamenti diversi a seconda di come viene stimolata la zona delle emozioni, sostengono alcuni scienziati.

Potete immaginare come filosofia e psicologia, con il loro studio di cosa muove il comportamento umano, collaborano sempre più con l'economia. Non a caso le aziende, specie negli Stati Uniti, si rivolgono in maniera crescente verso l'assunzione di laureati in filosofia e psicologia e le facoltà di Economia più all'avanguardia rendono più interdisciplinari i loro programmi. Il lavoro tra psicologia ed economia sta conoscendo in questi ultimi decenni evoluzioni rapide e proficue che aiutano a meglio comprendere le scelte, anche nei mercati del lavoro.

A volte la scienza economica si espone a diventare continua con campi inaspettati, come quelli dello studio della glottologia. Il risparmio degli individui, è stato dimostrato, l'economista comportamentale Keith Chen presenta un modello affascinante derivato dalla sua ricerca secondo la quale le lingue che non hanno marcatori obbligatori per il futuro – “domani piove” invece di “pioverà domani” – sono strettamente correlate con alti tassi di risparmio. Il cervello immagazzina dati incredibili, che condizionano le scelte, non trovate?

Ma torniamo al cervello. Un esempio di comprensione degli obiettivi degli individui legato allo studio del cervello riguarda l'impatto dell'ambiente circostante su questi ultimi, la c.d. nostra volontà di rispettare le norme sociali al nostro crescere nella società. Per esempio l'onestà. Se l'onestà è una virtù che ci fa apprezzare in società, ci dice Freud, il nostro super-ego, tramite i siti di appagamento del nostro cervello, si compiace quando siamo onesti e si rattrista quando non lo siamo. Ecco abbiamo dunque una teoria che l'obiettivo (ragionevolmente semplice) delle persone è, forse, di arricchirsi materialmente ma in maniera onesta.

Eppure come mai gli atti disonesti di impiegati sono così frequenti da superare, nelle aziende americane, i 600 miliardi di dollari l'anno (i costi dei furti e estorsioni arrivando a 16 miliardi di dollari). Forse perché sono piccoli furti. In effetti ampi test (chiamati esperimenti) sulla tendenza degli studenti a copiare mostra come se messi in condizione di farlo tantissimi (e non pochi) studenti copiano, ma non tanto. Il voto medio con possibilità di copiare sale da 3 a 4 domande giuste su 10. Tuttavia la disonestà si ferma qui. Se devono dichiarare loro stessi a quante domande hanno risposto correttamente sempre 4 dicono, non esagerano nelle loro bugie. L'aspetto interessante del test fatto presso le migliori università americane è che quando agli studenti prima di effettuare il test viene richiesto di rammentare e scrivere i dieci comandamenti ... il tasso di risposta torna quello normale senza possibilità di copiare. È dunque vero che non siamo onesti ma che una piccola spinta che ci ricorda dell'importanza di esserlo (un rigo sul compito? un codice etico da firmare? un personaggio esemplare che ci motiva prima del momento in cui potremmo essere disonesti?).

Nel procedere con la nostra analisi, non pretenderemo certo che questi obiettivi semplici e ragionevoli siano sempre quelli effettivamente perseguiti né che imprenditori, produttori, consumatori o fattori produttivi non commettano mai errori: tuttavia l'ipotesi di lavoro della razionalità è considerata dalla grande maggioranza degli economisti come utilissima ai fini di una maggiore comprensione dell'agire dei soggetti economici.

Con obiettivi semplici (e ovviamente anche per questo noti) sapere che un individuo sceglierà quelle azioni che gli permettono di raggiungere tali obiettivi (razionalità), ci permetterà di prevedere il comportamento dell'agente economico; senza razionalità non saremmo nemmeno capaci di prevedere cosa farebbe questo individuo malgrado la semplicità degli obiettivi.

E non è detto che sia interessante saperlo: un individuo che abbia obiettivi

ragionevoli, per esempio che aspiri a diventare manager di un'impresa per massimizzarne i profitti, ma che non sappia come farlo, difficilmente sarà prescelto dagli azionisti della società per divenire manager. Sentivo tempo addietro in TV un allenatore della Lazio calcio dire: "faccio l'allenatore per centrare degli obiettivi". Anche se non l'ha detto, posso presumere che il suo obiettivo sia semplice (massimizzare i suoi guadagni e/o la sua gloria calcistica) e che per perseguirlo metta in atto comportamenti razionali (vincere il campionato schierando la squadra giusta e non, per esempio, mettendo in campo 11 portieri o 11 attaccanti). Altrimenti quell'individuo non farebbe probabilmente l'allenatore della Lazio e analizzare il suo comportamento sarebbe poco rilevante per capire il mondo (il mercato) del calcio.

Assumere che individui irrazionali non giochino un ruolo nel determinare cosa avviene nel mercato è tuttavia semplicistico. Forse l'esempio è calzante per l'allenatore o il manager, ma nel mercato dei beni è più difficilmente escludibile a priori. Nei mercati finanziari DeLong Schleifer e Waldman hanno dimostrato come traders irrazionali che assumono troppi rischi o basano le loro credenze su fattori irrilevanti possono ottenere rendimenti medi più alti e sopravvivere, influenzando i prezzi delle azioni ed i comportamenti altrui, anche di quegli agenti razionali che si vedono obbligati a seguire come una pecora gli altri pur di non perdere (momentaneamente).

Comunque sia, in quanto segue tuttavia, ribadiremo il nostro assunto di razionalità e saremo attenti a farvi notare quando queste assunzioni di razionalità cozzano contro alcune evidenze. Continuando negli studi potrete approfondire meglio questo affascinante filone interdisciplinare.

Cercheremo quindi di capire come vengano raggiunti questi obiettivi semplici – all'interno di diversi regimi di mercato – data una certa struttura istituzionale di partenza. Per struttura istituzionale intendiamo l'esistenza di una serie di norme ed istituzioni (polizia, tribunali, ecc.) che tutelino: il diritto di proprietà e la possibilità del libero scambio; presumiamo cioè in quanto segue, che non vi sia la possibilità da parte di nessuna controparte di poter forzare un'altra controparte ad entrare in un contratto non volontariamente e, in particolare, che non vi sia la possibilità di potere scambiare con un'altra contro-parte ad un determinato prezzo se quella non lo desidera<sup>(11)</sup>.

**La presenza di istituzioni**

---

<sup>(11)</sup>Non che la microeconomia non si occupi di scelte coercitive. Visto che l'esproprio con la forza avviene, specie nei paesi in via di sviluppo, val la pena chiedersi quali variabili riducono il desiderio di esproprio per capire come può crescere un mercato in quei paesi. Robin Hood e le sue scelte sono tuttora un modello interessante per lo studio microeconomico, così come lo sono quelle del viandante che deve decidere se inoltrarsi nella foresta di Sherwood o meno sapendo che c'è una probabilità positiva di esser privato di tutti i propri averi. Tuttavia non saranno oggetto di questa trattazione. L'analisi del comportamento espropriatore (non vogliamo dire criminale per il rispetto che portiamo per Robin Hood) è comunque una branca rilevante della microeconomia.

Da notare che la struttura istituzionale non solo può garantire il funzionamento del mercato ma può determinare la struttura del regime di mercato, ad esempio grazie alla creazione di istituzioni come l'Antitrust – la cui missione istituzionale è anche quella di sospingere un regime di mercato via da situazioni monopolistiche in cui forte è il potere di mercato delle(a) imprese(a) – o a legislazioni come quella sul lavoro, che permette al governo di rafforzare o indebolire il potere delle associazioni di lavoratori tramite leggi e regolamenti.

Cercheremo quindi di capire come vengano raggiunti questi obiettivi semplici – all'interno di diversi regimi di mercato – data una certa struttura istituzionale di partenza, analizzando come sia possibile che lo scambio avvenga, ovvero cos'è che permette di conciliare le (diverse) esigenze delle controparti fino a portarle ad un accordo consensuale. Scopriremo che un ruolo fondamentale a questo riguardo sarà giocato dai prezzi dei beni e dei fattori produttivi.

Scopriremo poi che questo scambio avrebbe potuto avere un esito diverso in condizioni di partenza diverse. Oltre al tipo di regime di mercato, come vedremo, contano, nel determinare l'esito finale dello scambio, sia le dotazioni economiche iniziali dei singoli individui, che i loro gusti, che infine la tecnologia a disposizione di coloro che producono. A diverse distribuzioni iniziali del reddito e dei gusti, nonché a diversi livelli dello scibile tecnologico, saranno associati esiti finali diversi. Vedremo quindi come il comportamento individuale vari al variare delle condizioni dell'ambiente in cui operano gli agenti razionali (variazioni di reddito, gusti, tecnologia e potere di mercato degli agenti ...). Infine cercheremo di valutare le implicazioni che derivano dal processo di scambio tra agenti per il benessere dell'individuo.

Per tornare all'esempio calcistico, studieremo in prima analisi, da cosa dipenda la “domanda di partite di calcio del Milan” in un dato mese da parte dei tifosi e da cosa dipenda l'offerta di partite di calcio in quello stesso mese da parte della società calcistica (se pensate che l'offerta sia data e limitata agli 80.000 posti dello Stadio Meazza, ricredetevi: a parte allargare o restringere la capienza dell'impianto nel lungo periodo, il Consiglio di Amministrazione del Milan può scegliere di allargare tale offerta via Pay-TV o restringerla ritirando l'A.S. Milan dal mercato del calcio). Vedremo se e come variano queste domanda e offerta di prodotto calcistico al variare della ricchezza dei tifosi, del costo dei biglietti della partita, del costo dei biglietti della rivale Inter, del costo mensile di abbonarsi alla Pay-Tv per vedere il Milan, del costo dell'ingaggio di un calciatore, degli assetti proprietari dello sport calcistico (secondo voi, se Berlusconi possedesse tutte le squadre di calcio in serie A, il costo dell'ingaggio per avere un giocatore come Honda sarebbe maggiore o minore di quello attuale in cui Berlusconi deve subire la concorrenza di tanti altri club indipendenti? Ed il costo del biglietto?). Vedremo poi, date certe condizioni, quale dovremmo aspettarci sia il (o i!) prezzo(i) per assistere ad una partita del Milan, ed il numero di spettatori che assisteranno alle partite del Milan ogni mese. Infine analizzeremo i

vantaggi che trae la collettività dall'esistenza di un simile mercato del calcio dove si scambia spettacolo sportivo.

## 2. *La microeconomia e la curva di domanda*

### 2.1. *Il valore di un bene*

Un ruolo fondamentale nell'analisi microeconomica dei regimi di mercato viene svolto dai prezzi dei beni. Il prezzo di un bene esprime il c.d. valore di scambio di quest'ultimo, che ci indica la capacità del bene (se ne siamo in possesso) di permetterci di ottenere altri beni o (se non ne siamo in possesso) la misura della rinuncia ad altri beni che dobbiamo accettare per acquistare una unità del bene in questione. Se il prezzo di un litro di latte è di 1 euro e quello di mezzo chilo di pasta è di 50 centesimi, il rapporto tra il prezzo del latte e quello della pasta, detto anche il prezzo relativo di un litro di latte in termini di mezzo chilo di pasta, e cioè 2, ci dice che possedendo 1 litro di latte possiamo acquisire 2 mezzi chili di pasta o che, per acquistare 1 litro di latte dobbiamo rinunciare a 2 mezzi chili di pasta. Formalmente il prezzo di un bene  $A$  in termini del prezzo del bene  $B$ , o prezzo relativo del bene  $A$  in termini di  $B$ , è dunque l'ammontare di bene  $B$  a cui dobbiamo rinunciare per entrare in possesso di una unità del bene  $A$ .

**Valore di scambio di un bene: i prezzi**

I prezzi, come vedremo, influenzano i comportamenti degli agenti economici e, allo stesso tempo, vengono influenzati dai loro comportamenti. Ma soprattutto i prezzi aiutano ad allocare sia i beni che le risorse, entrambi scarsi, tra gli individui. Sono dunque un meccanismo di allocazione delle risorse. Se un bene fosse disponibile gratuitamente, la domanda di quel bene (la parola "bene" andrà definita meglio più avanti) sarebbe così ampia da non poter essere soddisfatta da nessun livello di offerta, data la scarsità del bene stesso (situazione che chiameremo di eccesso di domanda). I prezzi come vedremo, in questo caso aumentando, limitano queste pretese sui beni scarsi allocandoli, come vedremo, a coloro che gli attribuiscono il valore più alto, appropriatamente definito. Stesso ruolo "segnalatico" svolgono i prezzi per l'allocazione delle risorse produttive: là dove la domanda di un bene è alta rispetto all'offerta, perché non vi sono abbastanza risorse per produrre il bene in questione, un aumento dei prezzi segnala la convenienza per altri imprenditori ad entrare nel mercato, indirizzando le loro risorse produttive alla produzione di quel bene piuttosto che di un altro e allocandole là dove erano più necessarie, così da eliminare l'eccesso di domanda.

Ovviamente altri meccanismi esistono per allocare i beni: le code, il merito, il bisogno, le lotterie o il caso. Ma è vero che il mercato sta spiazzando tanti

meccanismi di allocazione e che tale novità non sempre può essere vissuta in maniera noncurante, come se non avesse significative implicazioni per il benessere di una società. Qualcuno parla ad esempio di una “etica della fila” (il primo arrivato è il primo servito) perché questa non tiene conto del reddito della persona e non dà ad esso priorità. In alcune occasioni (la vendita della mia casa) non c’è ragione per cui si debba vendere la casa al primo venuto. Ma altre occasioni forse sì. Così un concerto pubblico può essere un’occasione di acculturamento e di compagnia tra individui diversi, un valore forse di per sé e forse dare i biglietti in ordine di richiesta e non al più alto offerente ha una ragione di essere. E allora ecco che l’esistenza di bagarini che creano un mercato per biglietti invece gratuiti, finiscono in qualche modo per degradare quel bene.

Ma quali forze determinano il prezzo di una merce?

**Valore d’uso  
di un bene**

A questa domanda non daremo risposta che tra molte pagine. Qui vale la pena ricordare che alla definizione oggettiva di valore di un bene insita nella definizione di valore di scambio, è stata tradizionalmente affiancata o contrapposta una diversa definizione di valore, soggettiva, detta anche del valore d’uso, dove quest’ultimo è definito come “l’importanza che il bene assume per noi, per il fatto che, nel soddisfare i nostri bisogni, noi siamo consapevoli di dipendere dalla disponibilità di tali beni”<sup>(12)</sup>.

Una delle maggiori questioni intellettuali della storia del pensiero economico (con risvolti, come vedremo, assolutamente pratici) è stata quella del legame tra prezzi (valore di scambio) e valore d’uso del bene. Ad una prima analisi, non esiste alcun legame necessario tra i due concetti di valore. Per farvi un esempio concreto e oramai classico (fu posto per la prima volta – in termini assai simili – dall’economista Adam Smith), come mai il prezzo di un litro d’acqua (il suo valore di scambio) è così basso rispetto a quello di un chilo di diamanti? A ben pensarci, se il prezzo di un bene riflettesse il suo valore “per noi” (qualcosa che Smith chiamava valore d’uso), non ci dovrebbe essere nulla di più prezioso “per noi” dell’acqua (anche un re interessato solo alla bellezza della sua corona di diamanti, non potrebbe apprezzare nulla senza acqua, perché morirebbe). Il prezzo di una merce non sembra dunque aver nulla a che fare col suo valore d’uso. Notate (tornerà utile un bel po’ più avanti), che qui equipariamo il concetto di valore d’uso di un bene, con la soddisfazione totale ottenuta dal consumo di quel bene (ad esempio, il valore totale di soddisfazione ottenuto dal consumo di acqua).

A chi dovesse rispondere, per spiegare il basso prezzo relativo dell’acqua rispetto a quello dei diamanti, che i diamanti sono rari e l’acqua no, farei presente che anche un mio saggio scientifico sul concetto di valore è probabilmente più raro di un saggio di Smith sul concetto di valore, ma che nessuno sarebbe dispo-

<sup>(12)</sup> Una definizione data da Menger nel 1892.