**Significato del prezzo. Teorie del valore**

Le teorie del valore hanno lo scopo di spiegare il *valore di scambio* (prezzo) dei beni e dei servizi. Qui verranno esaminate le tre principali teorie del valore: soggettivistica, dei costi e del valore-lavoro.

**Teoria soggettivistica e marginalista** - Da quanto illustrato a proposito della determinazione del prezzo, si evince che il prezzo è determinato dall’utilità (dalle scale di preferenza degli scambianti), ma dall’utilità *al margine*, cioè dall’utilità dell’ultima unità, non dall’utilità *totale*; il che significa che conta anche la quantità disponibile del bene (scarsità relativa)[[1]](#footnote-1). Maggiore è la quantità, minore sarà l’utilità marginale, e dunque minore il prezzo del bene.

Il concetto può essere illustrato partendo dal “paradosso del valore”, che per secoli ha tormentato gli economisti, posto da Adam Smith in questi termini: perché l’acqua, che per l’uomo ha un’utilità (valore d’uso) sicuramente maggiore dei diamanti, beni non essenziali, ha un prezzo generalmente molto più basso?[[2]](#footnote-2) La questione venne risolta dalla Scuola Austriaca[[3]](#footnote-3): nel mondo reale non ci si trova di fronte all’alternativa di scegliere fra “acqua” e “diamanti” *in assoluto*, cioè come categorie astratte, come classi di oggetti, l’acqua “in sé” e i diamanti “in sé”. Non bisogna confondere i concetti di “prodotto totale” e “prodotto marginale”, così come di “utilità totale” e “utilità marginale”. Nessuno sceglie fra “tutta l’acqua del mondo” e “tutti i diamanti del mondo”. Se fossimo costretti a una simile scelta, il prezzo dell’acqua sarebbe molto più alto del prezzo dei diamanti, perché l’acqua, da cui dipende la sopravvivenza degli esseri umani, è complessivamente (mediamente) più utile. Invece bisogna concentrare l’attenzione sulle concrete circostanze di tempo e di luogo: ad esempio, sulla scelta fra un bicchiere d’acqua e un diamante a 10 carati in un luogo particolare, in un tempo specifico e in una particolare concreta circostanza, che potrebbe essere di carenza d’acqua o di abbondanza d’acqua; perché nel mondo reale, individui concreti scelgono fra quantità definite di beni, specifiche unità, o “margini”. L’acqua è, di regola, molto più abbondante dei diamanti; la maggior parte delle persone è normalmente in possesso di una sufficiente quantità d’acqua per estinguere la propria sete e così non attribuisce un grande valore (utilità) a un bicchiere in più; e dunque è più probabile che (è più frequente la circostanza in cui) un bicchiere pieno d’acqua valga molto di meno (quindi abbia un prezzo minore) di un bicchiere pieno di diamanti; perché, come detto, opera la legge dell’utilità marginale decrescente, e quindi le ultime unità di un bene abbondante apporteranno alle persone un’utilità attesa molto bassa. Ma non è un dato assoluto. In una zona della terra in cui gli abitanti soffrano di una grave carenza d’acqua, o in mezzo al deserto, un bicchiere d’acqua potrebbe valere più di un bicchiere di diamanti, nel senso che chi sta morendo di sete sarà probabilmente disposto a pagare un prezzo enorme per il bicchiere d’acqua, data l’elevatissima utilità che gli apporterebbe in quella specifica circostanza. Ecco in che senso il prezzo di un bene è determinato dall’utilità e dalla scarsità relative.

Dunque, se un bene o un servizio apporta molta utilità per gli individui ma è disponibile in quantità limitate, il prezzo di esso sarà molto elevato[[4]](#footnote-4). Proponendo un altro esempio, il prezzo del servizio offerto dagli sportivi di talento o dalle star del cinema o della musica (il loro stipendio) raggiunge livelli molto elevati innanzi tutto perché la loro attività apporta utilità (piacere) agli spettatori, dunque è molto richiesta, e successivamente perché il loro talento non è una qualità diffusa[[5]](#footnote-5). Il prezzo quindi segnala simultaneamente le condizioni della domanda (utilità) e quelle dell’offerta (scarsità); ma si parte sempre dall’utilità.

Infatti, se lo stesso bene, disponibile in quantità molto limitate, non avesse alcuna attrattiva (o perdesse attrattiva) per i potenziali acquirenti, il suo prezzo scenderebbe repentinamente; nei casi più estremi fino a un livello tale da scoraggiare qualsiasi impresa dal produrlo. Il prezzo ci ha informato immediatamente sui gusti degli individui, e dunque sulle condizioni dal lato della domanda (che hanno prevalso sulle condizioni dell’offerta, divenute irrilevanti).

Può verificarsi che il prezzo di un bene sia basso anche se il bene è molto utile per gli individui e dunque molto richiesto. Ciò avviene quando il bene esiste in grandi quantità (l’esempio già visto dell’acqua). In questo caso il prezzo basso, o nullo, ci informa che in quella concreta circostanza la quantità del bene è talmente abbondante che, anche una domanda elevata, non crea difficoltà di approvvigionamento per gli individui. Anche in questo caso i rapporti fra offerta e domanda hanno determinato il prezzo del bene, che dunque ha svolto ancora una volta il compito di sintetico indicatore di quelle condizioni.

Va precisato che le utilità (l’interazione fra le preferenze degli agenti e la scarsità) contribuiscono a determinare il prezzo di un bene, ma quel prezzo non è l’equivalente quantitativo dell’utilità, le unità monetarie costituenti il prezzo *non* misurano l’utilità; il prezzo non coincide con il valore, cioè con l’utilità. Per due motivi: perché il valore è soggettivo (come si è visto, per l’individuo che dà un certo numero di unità monetarie - prezzo - in cambio di un bene, esse complessivamente valgono meno del bene, mentre per il venditore valgono di più); e perché l’utilità non è suscettibile di misurazione cardinale[[6]](#footnote-6).

Dunque non vi è alcuna contraddizione tra “valore d’uso” e “valore di scambio”: un prezzo basso (alto) rappresenta un’utilità bassa (alta) in quella data circostanza di tempo e di luogo.

Invece, per molti secoli, da Aristotele agli economisti classici, si è ritenuto che il valore fosse una qualità intrinseca e oggettiva dei beni da scambiare[[7]](#footnote-7). Ignorando le azioni dei consumatori, si attribuivano i prezzi di mercato esclusivamente a elementi inerenti alla fase della produzione: il costo, o le ore di lavoro necessarie[[8]](#footnote-8).

La **teoria dei costi** rinviene il valore e il prezzo dei beni nel costo di produzione, cioè le spese sostenute per gli *input* (fattori produttivi, materie prime, beni intermedi). Per Adam Smith il prezzo “naturale” (di lungo periodo) di un bene è dato dalla sommatoria di salari, profitti e rendite; dunque dal costo di produzione, perché salari, profitti e rendite sono le remunerazioni dei fattori della produzione lavoro, capitale e terra[[9]](#footnote-9). Secondo A. Marshall il prezzo di un bene nel breve periodo è determinato dall’utilità *e* dal costo (le due lame della forbice), *nel lungo periodo* solo dal costo[[10]](#footnote-10).

L’obiezione alla teoria dei costi parte dalla constatazione, ampiamente suffragata sul piano empirico, secondo cui i prezzi, dunque i valori, di gran parte dei beni si mantengono per lunghi periodi completamente sganciati dai costi, spesso ampiamente al di sopra e a volte al di sotto, a causa delle fluttuazioni della domanda e dell’offerta. Paradigmatico è l’esempio del petrolio, il cui prezzo storicamente è variato in base alle condizioni di domanda e offerta (utilità e scarsità), raggiungendo anche livelli 10 o 100 volte superiori al costo, e talvolta livelli inferiori[[11]](#footnote-11). Ciò avviene perché si trascura il ruolo delle valutazioni soggettive. Se un bene non è utile, se non vi è neanche un consumatore disposto ad acquistarlo, quale che sia il suo costo di produzione, esso è economicamente privo di valore[[12]](#footnote-12). Il valore è una valutazione fatta dal consumatore e i prezzi relativi dei beni sono determinati dall’intensità delle valutazioni dei consumatori.

Inoltre, la teoria dei costi non riesce a rendere conto dei prezzi dei beni non riproducibili, come ad esempio il quadro di un pittore famoso.

Infine c’è un problema di natura metodologica: i costi monetari non sono altro che prezzi; i prezzi dei beni e dei servizi che rappresentano gli input utilizzati nella produzione. Che a loro volta devono essere spiegati, altrimenti non si fa altro che spiegare i prezzi con i prezzi, una tautologia. Se si ricorre ai costi sopportati per produrre gli input, questi sono ancora prezzi e per quanto si risalga all’indietro si rimane intrappolati in un circolo vizioso, perché non esiste un fondamento finale indipendente[[13]](#footnote-13).

I costi di produzione servono solo a stabilire se un produttore realizza profitti, e dunque resta sul mercato, oppure soffre perdite, e allora sarà costretto a interrompere la sua attività e uscire dal mercato. In altri termini: sono i prezzi “offerti” dagli acquirenti (cioè i prezzi che gli acquirenti sono disposti a pagare) che determinano quali costi possono essere sopportati dal produttore e quali no, non viceversa[[14]](#footnote-14) [[15]](#footnote-15).

Il costo non ha influenza diretta sul prezzo del prodotto; ha influenza sulla produzione, nel senso che ha influenza sull’ammontare prodotto, cioè sul grado di utilizzazione dei fattori produttivi[[16]](#footnote-16).

Una teoria che può essere considerata un caso particolare della teoria dei costi, ma con una propria specificità, è la **teoria del valore-lavoro**, accennata da Adam Smith[[17]](#footnote-17), rielaborata da David Ricardo e ripresa successivamente da K. Marx. Secondo tale impostazione, il valore di un bene è determinato dalla quantità di lavoro necessario per produrlo, espresso in termini di ore di lavoro. Dunque se il bene A richiede un numero di ore di lavoro doppio di quello del bene B, il prezzo di A sarà (approssimativamente) doppio di quello di B[[18]](#footnote-18). Nel caso in cui alla produzione contribuiscano anche beni capitali (macchinari, strumenti di lavoro), questi verranno ridotti alle quantità di lavoro necessari per produrli (per una quota pari al deprezzamento)[[19]](#footnote-19). Dunque si risale all’indietro in modo da ridurre tutto a lavoro umano.

Studiosi successivi hanno evidenziato i limiti di tale teoria su cinque fronti: essa non riesce a rendere conto: della rarità dei beni; dell’utilità che apportano; dei prezzi dei beni non riproducibili; della diversa qualità del lavoro; del tempo.

Tali pecche possono essere evidenziate attraverso alcuni esempi. L’economista W. Jevons propose il seguente: un pescatore si tuffa in mare, e può tornare a galla portando con sé o perle o sassolini; la quantità e la qualità del lavoro svolto sono identici, dunque il prezzo dei due beni dovrebbe essere identico; ma sappiamo invece che il prezzo a cui può vendere i due tipi di beni sarà nettamente diverso. Un sostenitore della teoria del valore-lavoro dovrebbe ammettere che, se raccoglie sassi, il lavoro non genera valore. Un altro esempio: la quantità di lavoro necessaria a produrre il pallone (o, dal 1998, i dodici palloni) con cui si gioca la finale del campionato mondiale di calcio è esattamente identica a quella necessaria a produrre un pallone uguale della stessa marca; ma, se messo all’asta, il primo avrà un prezzo molto più alto: la rarità creata dalla circostanza di tempo e di luogo specifica (l’unicità dell’evento) genera un’elevata domanda e il risultato è un prezzo molto alto.

Anche questa teoria non riesce a rendere conto dei prezzi dei beni non riproducibili: se per dipingere un quadro impiego lo stesso tempo impiegato da Botticelli, secondo la teoria in esame i due quadri dovrebbero avere lo stesso valore e quindi lo stesso prezzo: un’ovvia assurdità.

Circa la diversa qualità del lavoro, Bohm-Bawerk ha osservato che «il prodotto quotidiano di uno scultore, di un ebanista, di un fabbricante di violini, di un costruttore di macchine ecc., non ha certamente un valore uguale ma assai superiore al prodotto quotidiano di un comune artigiano o operaio industriale, sebbene in entrambi vi sia “incorporato” un uguale tempo lavorativo»[[20]](#footnote-20).

Infine, il tempo è un fattore che può influenzare i prezzi: il prezzo di un vino invecchiato venti anni è più alto del prezzo di un vino invecchiato dieci anni, eppure la quantità di lavoro svolta dal produttore per realizzare le due bottiglie di vino è identica[[21]](#footnote-21).

Dunque il valore dei beni dipende dal valore attribuito dai singoli soggetti scambianti, e quindi fonte ultima della determinazione dei prezzi sono i giudizi di valore soggettivi. Esso quindi non è un’entità “oggettiva” e stabile, una qualità immutabile contenuta nei beni, misurabile come la lunghezza o il peso, bensì soggettiva, attribuita dagli individui, e l’utilità che orienta il prezzo di un bene è la risultante dell’influenza delle persone concrete che partecipano al mercato di un luogo specifico in un tempo determinato. Il valore resta una caratteristica soggettiva anche quando si considera l’interazione fra gli individui. Ogni individuo, comprando o non comprando, contribuisce per la sua parte alla formazione dei prezzi. Quanto più largo è il mercato tanto minore è il peso del contributo individuale.

Anche i prezzi dei beni di ordine superiore (fattori di produzione) sono determinati dalle preferenze dei consumatori (attraverso i prezzi dei beni di consumo); dunque l’utilità dei beni capitali deriva dall’utilità dei beni di consumo prodotti grazie al contributo dei beni capitali[[22]](#footnote-22).

Da tali considerazioni si deduce anche che il concetto di prezzo “giusto” o “onesto” è privo di qualsiasi significato scientifico. E anche l’idea che un singolo individuo (un manager nel sistema socialista a pianificazione) possa calcolare tutti i valori in maniera oggettiva non ha senso.

Prezzi non di mercato sono una chimera. Non esistono prezzi “ideali”, sganciati dalle azioni e reazioni di compratori e venditori. I propri giudizi di valore (come quelli di un’autorità centrale) non possono essere la voce della verità oggettiva.

Gli imprenditori scoprono discrepanze tra il livello dei prezzi dei fattori produttivi e i prezzi futuri attesi dei prodotti e cercano di avvantaggiarsene. L’azione degli imprenditori produce una tendenza all’uguaglianza dei prezzi degli stessi beni.

Con l’evoluzione della divisione del lavoro e dunque con il moltiplicarsi degli scambi si restringono i margini fra le valutazioni delle parti (compratori e venditori).

**Pregi del mercato**

Dopo aver esaminato il funzionamento del sistema di mercato, è opportuno soffermarsi sulle ragioni che rendono tale sistema più efficiente rispetto a economie controllate (con differenti gradi di ampiezza).

Un mercato puro è in grado di conseguire *performance* superiori nei seguenti campi: maggiore capacità di adattamento (meglio e con maggior velocità) alle preferenze degli individui, qualità, varietà, economicità, innovazione, conservazione del valore. Ciò avviene in seguito a due fattori: 1) l’operare dei prezzi di mercato, che consentono il calcolo economico e 2) gli incentivi al guadagno.

**Prezzi di mercato e calcolo economico**

La proprietà privata è fondamentale perché è lo scambio di proprietà private che consente il formarsi dei prezzi di mercato. Il motivo principale per cui l’esistenza dei prezzi di mercato consente un impiego efficiente delle risorse risiede nella possibilità del calcolo economico. L’unità di misura monetaria consente di rendere omogenei i valori dei beni e dei servizi, entità altrimenti eterogenee (terreni di varie estensioni, ore di lavoro di diversa qualità, quintali di carbone, mele). E i prezzi (monetari) consentono ai soggetti, in particolare agli imprenditori, di effettuare sia le stime *prima* che sia intrapresa una data attività sia la verifica *dopo*. In entrambi i casi si tratta di sommare e sottrarre ricavi e costi (in particolare i prezzi dei beni capitali) e verificare se si conseguono *profitti* o si soffrono *perdite*.

I profitti, in quanto redditi degli imprenditori, sono anch’essi prezzi. Senza la possibilità del calcolo monetario garantito dai prezzi, l’attività economica sarebbe completamente irrazionale e caotica. Il meccanismo dei profitti e delle perdite consente di allocare le risorse nella maniera che soddisfa meglio i consumatori. Infatti, coloro che assecondano le preferenze dei consumatori vengono premiati realizzando i profitti, gli altri puniti soffrendo perdite[[23]](#footnote-23). La perdita segnala che i fattori della produzione (terra, lavoro, capitale) dell’impresa in questione sono utilizzati in maniera inefficiente, sono sprecati, a differenza della situazione degli eventuali concorrenti che sperimentano utili[[24]](#footnote-24). È il comportamento dei consumatori a determinare i profitti e le perdite e quindi a trasferire la proprietà dei mezzi di produzione dai soggetti meno efficienti ai più efficienti. In assenza di profitti e perdite gli imprenditori non saprebbero quali sono i bisogni più urgenti dei consumatori, e quali le tecniche produttive più adeguate ad assecondarli[[25]](#footnote-25).

Ovviamente non si può sapere prima quali attività siano efficienti e quali no, ma il meccanismo *ex post* è un test inconfutabile, che consente continuamente di riallocare le risorse nella maniera più efficiente, cioè nel modo che produce più valore per gli individui[[26]](#footnote-26). Questo è il significato di *coordinamento* svolto dai prezzi: essi, insieme all’attività degli imprenditori, coordinano l’impiego delle risorse fra di loro e con le preferenze dei consumatori, in modo che le risorse siano destinate agli usi cui si attribuisce il maggior valore.

Le informazioni – I prezzi di mercato sono superiori rispetto ai prezzi fissati arbitrariamente da un’eventuale autorità pubblica perché, come si è visto a proposito del significato del prezzo, contengono e trasmettono le informazioni rilevanti: gusti degli individui, fattori produttivi e tecnologie disponibili, cioè utilità e scarsità. Dunque trasmettono informazioni relative alla domanda (preferenze degli individui, dati i redditi), all’offerta (preferenze, disponibilità di risorse e possibilità di produrre i beni) e all’interazione fra domanda e offerta[[27]](#footnote-27). Gusti, fattori e tecnologie rappresentano conoscenze diffuse, disperse, possedute separatamente dai singoli; esse, inoltre, si modificano continuamente[[28]](#footnote-28) e non possono quindi essere mai simultaneamente note a un qualsiasi remoto centro decisionale unico[[29]](#footnote-29). I prezzi, quindi, sono dei segnali[[30]](#footnote-30). La conoscenza qualitativa (gusti, tecnologie, risorse), attraverso l’individuo che agisce (imprenditore), si trasforma in conoscenza quantitativa nel momento in cui si trasfonde nei prezzi.

Qualsiasi cosa impedisca ai prezzi di esprimere liberamente le condizioni di domanda e offerta, interferisce nella trasmissione di informazioni accurate[[31]](#footnote-31).

È questo il motivo per cui le economie socialiste a pianificazione centralizzata erano notevolmente inefficienti. Il pianificatore, in assenza di proprietà private dei fattori produttivi, non dispone dei prezzi di mercato, dunque dei profitti e delle perdite, e quindi non può allocare le risorse in maniera efficiente.

Nel settore dei beni di consumo teoricamente un meccanismo di aggiustamento per tentativi ed errori potrebbe sussistere, grazie al comportamento dei consumatori: il pianificatore fissa i prezzi inizialmente, quindi mette in vendita i beni e verifica se vi sono surplus o scarsità. Nel primo caso riduce il prezzo, nel secondo lo aumenta, finché il mercato è ‘sgombro’, cioè non ci sono più eccessi di offerta o di domanda. Ma il problema non è questo, è la mancanza di prezzi per i fattori produttivi, in quanto manca un meccanismo di domanda e offerta (mercato) per tali beni. I produttori devono utilizzare la terra e i beni capitali per decidere la quantità di beni di consumo da offrire. Nel settore dei beni di produzione lo Stato socialista, monopolista, è al tempo stesso acquirente e venditore in ogni transazione; in un’economia avanzata queste transazioni rappresentano i mercati più vitali e più complessi. Dunque il calcolo economico è impossibile in questo settore, e necessariamente regnerà il caos. In sostanza, il pianificatore non può sapere quali beni ordinare ai lavoratori di produrre; a quale stadio della produzione; quanto prodotto a ogni singolo stadio della produzione; quali tecniche o materie prime utilizzare e quante; a quale luogo assegnare tale produzione; quali sono i costi; quale processo produttivo è o non è efficiente. In un’economia più complessa di quella di livello familiare primitivo, il pianificatore socialista non sa rispondere a tutte queste questioni perché, come detto, manca dello strumento indispensabile di cui dispone invece l’imprenditore privato: un mercato dei mezzi di produzione, che genera prezzi monetari basati sul genuino scambio di tali mezzi da parte dei loro proprietari orientati al profitto[[32]](#footnote-32).

**Incentivi al guadagno** – Il secondo motivo per cui i sistemi di mercato funzionano in maniera più efficiente è la presenza di incentivi. La spinta al guadagno (massimizzazione dei redditi, tra cui i profitti) fa sì che i soggetti siano indotti *a*) a svolgere una data attività (lavoro) e a impegnarsi maggiormente al crescere della retribuzione[[33]](#footnote-33); *b*) a indirizzarsi verso le tipologie di lavoro più richieste, cioè a produrre beni e servizi graditi agli acquirenti, assecondando così le preferenze di questi[[34]](#footnote-34); *c*) a tenere sotto controllo i costi e/o a estendere i ricavi in modo da conseguire un utile; e *d*) a non sbagliare gli acquisti o a correggere rapidamente gli eventuali errori (per conseguire guadagni di utilità)[[35]](#footnote-35).

In un sistema di mercato i produttori, spinti dalla massimizzazione del profitto e dalla concorrenza, cercano di “indovinare” le preferenze dei consumatori, in modo da espandere il più possibile le vendite. In un sistema opposto, a decisioni centralizzate, manca la possibilità che, dal lato dell’offerta, vi sia una pluralità di produttori, e dunque uno sbocciare di creatività e inventiva.

Esempi di incentivi ad assumere comportamenti efficienti tramite prezzi - Se l’elettricità non venisse fatta pagare, i consumatori sarebbero probabilmente indotti a sprecarla (ad esempio lasciando la luce accesa anche quando non serve). Ma poiché l’elettricità è un bene scarso, la cui produzione costa risorse, essa ha un prezzo. Il fatto che i consumatori debbano pagare un prezzo commisurato alla quantità utilizzata spinge questi a un comportamento più razionale ed efficiente, che si traduce in un maggior risparmio nel consumo di corrente elettrica.

Un aumento del prezzo del petrolio, trasferendosi nei prezzi dei beni per la cui produzione esso è necessario, spinge a economizzare l’uso di questa risorsa e a sviluppare l’uso di fonti di energia alternative.

L’aumento dello stipendio (prezzo del lavoro) in un particolare settore spinge alcuni lavoratori a impiegarsi in quel settore, assecondando le richieste dei datori di lavoro.

È questo meccanismo a rendere *latu sensu* più efficiente il sistema di mercato, cioè a far sì che in esso si abbia la miglior soluzione alle seguenti cruciali questioni:

- *quali* beni produrre; come detto, quelli che soddisfano le preferenze degli acquirenti. In questo ambito si può includere la *varietà*: si cerca di individuare sempre nuovi beni che possano interessare i potenziali acquirenti, o ad ampliare la gamma dei beni esistenti. La competizione[[36]](#footnote-36) fra le creatività imprenditoriali rende l’innovazione merceologica continua. Ciò genera un alto grado di specializzazione produttiva e un’ampia differenziazione dei beni e dei servizi, che rendono il sistema di mercato in genere molto sofisticato[[37]](#footnote-37);

- in quale *quantità*;

- la migliore *qualità* (inclusa l’innovazione di prodotto[[38]](#footnote-38)): l’incentivo al guadagno e la concorrenza spingono i produttori a offrire beni qualitativamente non scadenti;

- l’*economicità*: prezzi più bassi; data dall’efficienza tecnica[[39]](#footnote-39): l’imprenditore, in vista del guadagno personale, tenderà a combinare i fattori produttivi in modo tale da comprimere il più possibile i costi, accrescendo l’efficienza e la produttività (quantità prodotta/quantità impiegata del fattore produttivo[[40]](#footnote-40)) dell’impresa e creando i presupposti per una potenziale riduzione del prezzo del bene o del servizio. L’alta produttività è connessa alla proprietà privata, perché chi sa di poter introitare i frutti del proprio lavoro è incentivato a produrre.

La produzione su larga scala dei beni più richiesti (vestiti, pane, automobili) riduce i loro costi e quindi i prezzi, rendendo tali beni accessibili e a buon mercato.

- l’*innovazione* di processo. La pressione della concorrenza spinge verso mutamenti nella combinazione dei fattori produttivi nel senso dell’innovazione tecnologica e organizzativa[[41]](#footnote-41). Inoltre, il progresso tecnologico è una delle cause più importanti del continuo aumento della produzione, e dunque dello sviluppo[[42]](#footnote-42).

- la *conservazione* nel tempo del valore dei fattori produttivi: il proprietario di un fattore produttivo vuole preservarne il valore nel tempo, per garantirsi un guadagno più duraturo; egli ha quindi interesse a essere lungimirante e curare la sua risorsa, non a sfruttarla in maniera intensiva. Se si tratta di una risorsa naturale, non la estrarrà e riverserà tutta sul mercato, perché ciò farebbe crollare il prezzo e comprometterebbe i redditi futuri. Nel centellinare l’offerta della risorsa, ne preserva il valore nel tempo[[43]](#footnote-43).

Consideriamo ora la sequenza causale che si determina in un mercato libero grazie all’operare contemporaneo delle due funzioni dei prezzi.

Supponiamo che si verifichi un aumento di domanda di un certo bene: in un primo momento il prezzo del bene aumenterà per segnalare che la quantità attualmente disponibile è inferiore alla quantità richiesta. Tuttavia questo aumento del prezzo indurrà nuovi produttori a entrare in quel settore, potenzialmente profittevole. L’effetto sarà un aumento della quantità prodotta (preceduto da aumenti anche nelle quantità domandate e prodotte dei fattori produttivi necessari per realizzare il bene), che dunque si adeguerà all’aumento della domanda. Nel periodo di tempo successivo è probabile che, grazie alla concorrenza, il prezzo si riduca. Dunque il mercato, attraverso il segnale del prezzo, ha messo in moto un meccanismo (incentivando alcuni produttori) il cui esito è stato il soddisfacimento delle preferenze espresse inizialmente dai consumatori.

Viceversa, se sul mercato si rendesse disponibile una quantità di un bene maggiore di quella che la gente è disposta ad acquistare, i venditori, impazienti di liberarsi delle loro giacenze, abbasseranno il prezzo. Alcuni produttori ridurranno le quantità prodotte (con parallela riduzione nella produzione degli input), o usciranno dal mercato. Si stabilirà dunque un nuovo equilibrio fra domanda e offerta.

In conclusione, gli individui, siano essi imprenditori, lavoratori, consumatori o risparmiatori, spinti dall’obiettivo di conseguire un vantaggio personale, modificheranno i propri comportamenti in seguito al mutare dei prezzi, e ciò determinerà una condizione di maggiore efficienza e di maggior soddisfacimento delle preferenze per tutto il sistema economico.

In un sistema di mercato, dunque, ognuno agisce per proprio conto, ma le azioni di ognuno tendono alla soddisfazione tanto dei propri bisogni che di quelli degli altri. Il mercato rivela all’individuo ciò che promuove meglio il benessere degli altri, senza costrizione. Le forze che determinano lo stato del mercato sono i giudizi di valore degli individui e le azioni che ne derivano[[44]](#footnote-44).

Sovranità dei produttori o dei consumatori – In genere si ritiene che gli imprenditori controllino la produzione e siano in posizione dominante[[45]](#footnote-45). Tuttavia i produttori sono tenuti a tener conto delle preferenze del consumatore. Se un imprenditore non asseconda le preferenze degli acquirenti fallisce. Gli acquisti e l’astensione dagli acquisti determinano che cosa deve essere prodotto e in quale quantità, e in ultima istanza chi deve possedere e condurre i beni capitali e la terra (cioè quale imprenditore è meritevole). Anche il tipo e la quantità di fattori di produzione acquistati dagli imprenditori è deciso indirettamente dai consumatori; infatti i fattori di produzione sono funzionali alla produzione dei beni di primo ordine, i beni di consumo. Questa condizione è stata erroneamente definita “sovranità dei consumatori”. Esaminando la determinazione del prezzo e della quantità di equilibrio abbiamo visto che le preferenze dell’offerente contano. I consumatori non possono obbligare nessuno a produrre alcunché. I tipi di beni da produrre sono orientati dai consumatori, ma le altre grandezze del sistema economico (ad esempio, i prezzi) non sono “decise” dai consumatori.

A volte, per delegittimare le scelte di mercato e legittimare un intervento pubblico, si afferma che i consumatori possono essere ignoranti o incompetenti o irrazionali e dunque sbagliare le scelte. Il paradosso è che questi stessi che giudicano gli individui incompetenti nelle vesti di consumatori, cioè quando si tratta dei propri affari, proclamano le virtù della democrazia, in cui gli stessi individui votano per persone e politiche che necessariamente conoscono ancora meno. I consumatori sicuramente non sono onniscienti, ma hanno gli strumenti per acquisire conoscenza: provano e correggono i loro errori; acquistano un bene e, se non piace loro, non lo comprano più.

1. La tecnologia esistente in un dato momento influenza la disponibilità di risorse: ad esempio, la scoperta di nuove tecniche di estrazione a maggiori profondità aumenta la disponibilità di una data materia prima. [↑](#footnote-ref-1)
2. Gli economisti classici (Hume, Smith, Ricardo), frustrati dalle difficoltà di tale paradosso, crearono erroneamente due categorie di valore: il “valore d’uso”, dato dall’utilità del bene, e il “valore di scambio”, costituito dal suo prezzo. A parer loro l’economia si occupa del secondo aspetto, e la spiegazione delle difformità di valore di scambio (prezzo) va individuata prevalentemente nei costi: i diamanti sono molto più cari perché è molto più costoso produrre un carato di diamanti che un litro d’acqua. Come si vedrà di seguito, tale spiegazione è erronea. Sarà la distinzione fra valore d’uso e valore di scambio a generare successivamente l’accusa verso l’economia di mercato di indirizzare le risorse verso la “produzione per il profitto” anziché verso la più benefica “produzione per l’uso”. [↑](#footnote-ref-2)
3. Cfr. E. Bohm-Bawerk, *Capital and Interest. A Critical History of Economic Theory* (1884), Libertarian Press, South Holland, IL, 1959; L. von Mises, *Teoria della moneta e dei mezzi di circolazione* (1912), Esi, Napoli, 1999. [↑](#footnote-ref-3)
4. Il concetto di prezzo “elevato”, come quello di prezzo “basso”, va inteso rispetto agli altri prezzi, ad esempio considerando la media dei prezzi esistenti. Infatti, in termini assoluti, i concetti di prezzo “alto” o “basso”, come quelli di prezzo “giusto” o “disonesto”, sono privi di significato scientifico, perché si basano su giudizi soggettivi. Nel prosieguo di questo testo, dunque, ogni volta che verranno utilizzati, per comodità esplicativa, i termini “alto” o “basso” dovranno intendersi come il risultato di un confronto con gli altri prezzi. [↑](#footnote-ref-4)
5. La frequente indignazione per gli stipendi alti goduti da alcune persone nel settore dell’intrattenimento (sport, cinema, tv, musica, web) è intrecciata alla critica dei bisogni “indotti artificialmente” (“falsi bisogni”) e dei consumi “superflui” (il “consumismo”: Herbert Marcuse, Pier Paolo Pasolini, Jean Ziegler, papa Francesco). Entrambe sono però meno fondate di quanto comunemente si pensi: la pretesa di decidere quali beni siano “necessari” e quali “voluttuari” ha una inquietante impronta autoritaria. Nessuno possiede “un punto di vista privilegiato sul mondo”, dunque si lasci scegliere a ciascuno in base alle proprie preferenze. A tale proposito la filosofa Ayn Rand ha osservato: «L'obiezione è di solito espressa da una domanda di questo genere: “perché Elvis Presley dovrebbe guadagnare più denaro di Einstein?” La risposta è: perché gli uomini lavorano allo scopo di preservare e godere le proprie vite, e se molti attribuiscono valore a Elvis Presley, hanno diritto di spendere i propri soldi per il loro piacere. Il patrimonio di Presley non è accumulato a spese di coloro che non si interessano al suo lavoro (io tra loro) né di Einstein - né Elvis ostacola la vita di Einstein - né ad Einstein mancano i giusti riconoscimenti in una società libera». A. Rand, *Capitalismo: l’ideale sconosciuto*, Liberilibri, Macerata, 2022, pp. 38-39. [↑](#footnote-ref-5)
6. Le valutazioni sono quantità intensive, non estensive; dunque non sono suscettibili di misurazione attraverso i numeri cardinali. I “piaceri” provati da un individuo non possono essere trasmessi ad altri al fine di realizzare un confronto e una misurazione intersoggettiva; non è possibile costruire un’unità di misura del valore. Inoltre, anche il valore attribuito da uno stesso individuo a una unità di un bene cambia: se questa unità è la prima il valore attribuitole è maggiore che non se l’unità consumata è la n-esima (utilità marginale decrescente). [↑](#footnote-ref-6)
7. Aristotele, nel libro V dell’*Etica Nicomachea* afferma che il principio comune che determina il valore dei beni, e ne consente la commensurabilità, è un generico “bisogno” (non indagando ulteriormente). Afferma anche, erroneamente, che quando si effettua uno scambio, i due beni scambiati hanno pari valore (mentre, come si è visto, uno scambio avviene perché i due soggetti attribuiscono valore diverso ai beni coinvolti). [↑](#footnote-ref-7)
8. Anche economisti come Wieser e Fisher si convinsero di ciò. [↑](#footnote-ref-8)
9. A. Smith, *La ricchezza delle nazioni* (1776), Utet, Torino, 1987. In realtà in scritti precedenti Smith sembra riuscire a risolvere il succitato paradosso del valore, dell’acqua e dei diamanti, chiamando in causa correttamente le scarsità relative. Tuttavia nella *Ricchezza delle nazioni* questa analisi scompare e anch’egli distingue fra valore d’uso e valore di scambio. [↑](#footnote-ref-9)
10. Gli esponenti della Scuola Austriaca obiettano che il lungo periodo non esiste: è un espediente utile per identificare una tendenza del sistema economico, ma questa tendenza viene continuamente disturbata dai cambiamenti delle variabili, che sono continui. Marshall nei *Principi* *di economia* (1890) ha introdotto la distinzione fra breve e lungo periodo anche a proposito dell’equilibrio di mercato: nel breve le quantità dei beni sono fisse, nel lungo variano. [↑](#footnote-ref-10)
11. Nell’aprile del 2020, in conseguenza del crollo della domanda seguito alla pandemia da coronavirus, il prezzo del petrolio ha raggiunto livelli negativi (un barile – 159 litri – della qualità West Texas Intermediate raggiunse i -40 dollari); cioè i produttori erano disposti a pagare gli acquirenti per ritirare il petrolio, sovrabbondante in una misura tale da non poter essere immagazzinato nei siti di stoccaggio. [↑](#footnote-ref-11)
12. Secondo l’esempio proposto da M.N. Rothbard, si possono impiegare trent’anni per costruire un enorme triciclo a vapore, ma se non si riesce a trovare nemmeno un consumatore disposto a comprare il triciclo, questo è privo di valore economico. Se il produttore non riuscirà a vendere il bene prodotto, la produzione di quel bene si interromperà e quindi, insieme al bene, scomparirà anche il prezzo iniziale, basato sui costi, che il produttore ha fissato. [↑](#footnote-ref-12)
13. A questa obiezione non è soggetta la teoria che si esaminerà fra breve, quella del valore-lavoro, perché in essa il fondamento ultimo indipendente esiste ed è la quantità di lavoro necessaria a produrre i beni, che non è un prezzo. [↑](#footnote-ref-13)
14. Tra l’altro, i costi non sono indipendenti dalla domanda: un aumento della domanda (trasposizione della curva verso destra) innesca un aumento del prezzo, che a sua volta consente una maggiore offerta, perché l’aumento della produzione è sempre accompagnato da un aumento del costo marginale e dunque i produttori hanno bisogno di un prezzo più alto per assorbire il costo più elevato. Dunque le curve di domanda degli acquirenti influenzano il costo di produzione (attraverso l’influenza sulle quantità prodotte). [↑](#footnote-ref-14)
15. L’idea dei ‘prezzi di costo’ è irrealizzabile. Essa significa l’abolizione del profitto, e dunque la scomparsa dell’offerta: il mercato non potrebbe più determinare ciò che dovrebbe o non dovrebbe essere prodotto né a chi i beni e i servizi dovrebbero essere assegnati. [↑](#footnote-ref-15)
16. Se poi il costo è calcolato in termini di *costo-opportunità*, esso è semplicemente l’utilità della migliore alternativa a cui rinuncio; dunque ancora un concetto di utilità. Il costo del produrre una trappola è la rinuncia all’utilità che mi deriverebbe se dedicassi le stesse risorse a cacciare due conigli; quindi il costo di una trappola è la (mancata) utilità di due conigli. [↑](#footnote-ref-16)
17. Ne *La ricchezza delle nazioni* Smith, riferendosi a un’economia primitiva, propone un esempio che configura una teoria pura del valore-lavoro: rimuove la scarsità della terra e l’esistenza del capitale ipotizzando l’attività di caccia: un castoro e un cervo verranno scambiati a un tasso (prezzo relativo) dato dal tempo necessario per catturarli. Successivamente, introducendo la terra e il capitale, perviene di fatto a una teoria del costo di produzione, essendo il prezzo di lungo periodo dato dalla somma di salari, rendite e profitti, le remunerazioni dei tre fattori produttivi. Poi, per trovare un’unità di misura del valore invariabile, aggiunge una diversa ‘teoria del lavoro comandato’: l’unità di misura del prezzo naturale (quindi del valore) è la quantità di lavoro che la merce può acquistare (“lavoro comandato”). [↑](#footnote-ref-17)
18. Marx ne trarrà la conclusione che, se il lavoro è l’unico generatore di valore, allora tutto il ricavato del prodotto venduto dovrebbe andare ai lavoratori; e dunque la quota che va ai proprietari datori di lavoro, il profitto, è illegittima, in quanto è sottratta ai lavoratori, che sono dunque sfruttati. Da tale premessa seguono le implicazioni di teoria politica, con al centro l’auspicio di una rivoluzione violenta il cui esito sia l’abolizione della proprietà privata e delle classi (borghesia e proletariato) da essa generate e una gestione collettivistica dell’economia che conduca alla fase finale del comunismo. Applicando la teoria del prezzo basata sulle utilità soggettive e il teorema dello scambio volontario si evidenzia come la teoria dello sfruttamento sia fallace: «si supponga che Giorgio intenda acquistare un’auto posta in vendita da Carla, e che sia disposto a pagarla al massimo 10000 euro, mentre Carla è disposta a vendere l’auto a un prezzo non inferiore a 5000 euro. Molti sarebbero pronti a sostenere che, in presenza di scambio volontario, Giorgio sfrutta Carla se riesce a strappare un prezzo prossimo a 5000 euro (magari approfittando dello stato di bisogno di Carla), e che Carla sfrutta Giorgio se il prezzo di vendita è prossimo a 10000 euro. Eppure, qualunque sia l'esito della transazione, lo scambio migliora necessariamente la condizione di coloro direttamente coinvolti (Giorgio e Carla). Se così non fosse, lo scambio non avrebbe luogo. Si può dunque concludere che la presenza di ciò che solitamente si definisce “sfruttamento” - il benessere di uno o più attori direttamente coinvolti in  una transazione aumenta significativamente, mentre quello di altri cresce di poco - non esclude che lo scambio benefici tutti i partecipanti. Del resto, se così non fosse, non ci sarebbe scambio e non ci sarebbe neppure il preteso sfruttamento». E. Colombatto, *Liberisti o socialisti? Tertium non datur*, Giappichelli, Torino, 2021, pp. 30-31. [↑](#footnote-ref-18)
19. Ad esempio, se le forbici usate da un barbiere si esauriscono e devono essere sostituite dopo cinquanta tagli di capelli, per ogni taglio di capelli si considera anche un cinquantesimo del tempo necessario per produrre le forbici. [↑](#footnote-ref-19)
20. E. Bohm-Bawerk, *La conclusione del sistema marxiano* (1896), Ibl Libri, Torino, 2020, Kindle e-book, cap. 4. Marx cerca di risolvere questo problema riducendo il lavoro sofisticato e qualitativo a “lavoro semplice”, il dispendio di forza-lavoro che in media ogni uomo comune senza un particolare sviluppo possiede nel proprio organismo. Il lavoro semplice diventa un’unità di misura; per cui un lavoro più complesso vale come lavoro semplice moltiplicato. Bohm-Bawerk ha criticato tale espediente nel seguente modo: se una statuetta di uno scultore si scambia con (ha lo stesso prezzo di) cinque quintali di pietrisco prodotti da un tagliapietre e lo scultore ha impiegato 1 ora per produrre la statuetta e il tagliapietre 5 ore per realizzare il pietrisco, allora Marx deduce che 1 ora di lavoro dello scultore può essere ridotta a 5 ore di lavoro semplice, quello del tagliapietre. Tuttavia tale asserzione è arbitraria e non dimostrabile. Se, successivamente (in conseguenza di mutamenti nell’offerta e/o nella domanda), una statuetta identica venisse scambiata con 3 quintali di pietrisco, Marx direbbe che 1 ora di lavoro complesso si riduce a 3 ore di lavoro semplice. In realtà, conclude Bohm-Bawerk, è evidente che i prodotti dei due individui incorporano *generi diversi* di lavoro in *quantità differenti*, non lavoro dello stesso genere in quantità uguale. [↑](#footnote-ref-20)
21. Marx, rendendosi conto del variare continuo dei prezzi (determinato dalle interazioni fra domanda e offerta), lo giustifica con i cambiamenti nella produttività del lavoro. Tuttavia in questo modo non riesce a spiegare i mutamenti di prezzi che avvengono nel breve periodo, a produttività immutata; che sono spiegabili con gli aumenti o le diminuzioni della domanda. [↑](#footnote-ref-21)
22. Poiché dunque il valore dei fattori della produzione è determinato dal valore dei beni di consumo in cui sono incorporati, ciò significa che anche il valore del fattore di produzione lavoro (i servizi del lavoro) è determinato in ultima istanza dall’utilità (relativa). Dunque è confermato che non è il lavoro a determinare il valore dei beni, e la teoria del valore-lavoro è ulteriormente confutata. [↑](#footnote-ref-22)
23. Di conseguenza è erronea l’affermazione di Montaigne secondo la quale nessuno può guadagnare altro che le perdite degli altri; cioè, se qualcuno consegue un profitto vuol dire che qualcun altro sta soffrendo una perdita. Ciò che produce il profitto è la capacità di rimuovere il disagio delle persone; mentre la fonte delle perdite è l’incapacità di assecondare le loro preferenze. Non c’è conflitto di interessi fra compratori e venditori: entrambi traggono vantaggio dallo scambiare. L’affermazione che il guadagno dell’uno è il danno dell’altro è vero solo nel caso dei furti e delle truffe, non nei commerci. [↑](#footnote-ref-23)
24. «Se, per esempio, risulta che la tessitura artigianale non è più redditizia, ciò vuol dire che nell’industria tessile meccanizzata l’investimento di capitale e di lavoro dà ricavi maggiori, e quindi è antieconomico insistere su un tipo di produzione in cui un identico investimento di capitale e lavoro dà ricavi minori». L. von Mises, *Liberalismo*, Rubbettino, Soveria Mannelli (Cz), 2021, p. 94. [↑](#footnote-ref-24)
25. Anche gli *alti* profitti, spesso accusati di essere la causa di prezzi alti e l’esito di un’ingiusta avidità, sono utili ai fini di una razionale allocazione delle risorse: essi, infatti, attraggono investitori in quel dato ramo, provocando un aumento della produzione e di conseguenza una successiva riduzione dei prezzi. Naturalmente il calcolo economico è realizzato anche dalle altre categorie, non solo dagli imprenditori: ad esempio, i lavoratori dipendenti confrontano i ricavi, rappresentati dallo stipendio, con le spese per beni di consumo, valutando così la sostenibilità o meno di un dato tenore di vita. Un’analisi esaustiva delle critiche rivolte al criterio dei profitti (short-termismo, finanziarizzazione, inquinamento) e delle repliche ad esse è contenuta in F. Debenedetti, *Fare profitti: etica dell’impresa*, Marsilio, Venezia, 2021. [↑](#footnote-ref-25)
26. Dunque anche gli esiti più estremi di una condizione caratterizzata da perdite continue, e cioè il fallimento e la chiusura di un’attività produttiva, per quanto dolorosi, non vanno ostacolati, perché così le risorse non vengono sprecate per attività inefficienti e non gradite ma sono a disposizione per la produzione di beni desiderati. D’altra parte, il fallimento è il gemello inseparabile dell’innovazione: l’innovazione implica sperimentazione, e la sperimentazione per definizione vive nell’incertezza. I produttori procedono per tentativi, errori e correzione degli errori. Il mercato è “antifragile”, per usare il termine coniato dal filosofo Nassim Nicholas Taleb: antifragile è una cosa (organismo, soggetto, impresa, organizzazione, istituzione) che si rafforza grazie alle difficoltà che incontra; l’antifragilità è qualcosa di diverso e migliore rispetto alla robustezza o alla resilienza, perché in queste lo shock esterno è sopportato ma l’entità rimane uguale a sé stessa, mentre con l’antifragilità migliora. Come i genitori iperprotettivi danneggiano i figli, così gli interventi dall’alto minano la capacità di realizzare adattamenti spontanei perché inibiscono l’energia necessaria per reagire agli stress. N.M. Taleb, *Antifragile. Prosperare nel disordine* (2012), Il Saggiatore, Milano, 2013. [↑](#footnote-ref-26)
27. In sintesi, misurano le scarsità relative. [↑](#footnote-ref-27)
28. È questo il motivo per cui in economia le previsioni sono quasi sempre sbagliate. L’estrapolazione a variabili costanti o con andamento costante ha poco senso perché le variabili, ad esempio la tecnologia, mutano grazie alla creatività umana. Quando non si conosceva l’elevata capacità energetica del petrolio, esso era considerato una materia prima inutile o addirittura dannosa per gli agricoltori che vedevano rovinate o impedite le proprie colture. Con il senno di poi quei proprietari terrieri erano ricchissimi, ma è una constatazione che non ha senso dal momento che all’epoca la tecnologia in grado di sfruttare il petrolio non era conosciuta. Successivamente, nessuno aveva previsto che gli Stati Uniti avrebbero raggiunto l’indipendenza energetica sfruttando la tecnologia dello *shale oil*, il petrolio ricavato dalla frantumazione delle rocce di scisto e da successivi processi di lavorazione. In ogni momento storico ci sono beni fisici non utilizzati che in futuro possono trasformarsi in risorse se la scienza scoprirà applicazioni utili. [↑](#footnote-ref-28)
29. F. von Hayek, *L’uso della conoscenza nella società* (1945), in Id., *Conoscenza, mercato, pianificazione*, Il Mulino, Bologna, 1995. I modelli di “concorrenza perfetta” presuppongono che l’informazione sia “perfetta”, cioè che tutti gli operatori conoscano tutti i dati del mercato, e che i mercati possono essere massimamente efficienti solo se, fra gli altri, è presente anche questo requisito. Tuttavia è vero il contrario: non solo nel mondo reale l’informazione è imperfetta, ma è proprio questa condizione che rende il mercato la forma di organizzazione più efficiente, in quanto i prezzi riescono a veicolare molte informazioni delle quali altrimenti si resterebbe privi. [↑](#footnote-ref-29)
30. L’economista Leonard Read illustrò l’intuizione di Adam Smith sui vantaggi della divisione del lavoro e della cooperazione tramite mercato attraverso l’apologo della matita. Si consideri una semplice matita. Nessun singolo individuo o commissione può sapere qual è il miglior legno per l’asta della matita *e* dove trovare gli alberi che forniscono questo legno *e* come realizzare l’ascia che abbatte quegli alberi *e* dove trovare la grafite usata per la matita *e* come costruire i macchinari usati per estrarre la grafite *e* come lavorare la grafite *e* dove trovare e come mescolare la bauxite e l’ossido di alluminio necessari per realizzare la ghiera che regge la gomma per cancellare *e* come estrarre il petrolio *e* come raffinarlo per ottenere la tinta che riveste la matita *e* come compiere tutta la miriade di lavori necessari per la produzione della matita. L’ammontare di conoscenza richiesta per produrre una normale matita è vasta e inaccessibile. Le matite sono prodotte solo perché milioni di persone, ciascuna delle quali in possesso di una conoscenza altamente specializzata in una di queste diverse e innumerevoli parti del processo, cooperano. Questa cooperazione è diretta dai prezzi di mercato, che svolgono un lavoro di coordinamento di gran lunga migliore di quello che saprebbe svolgere un pianificatore centrale. Cfr. L. Read, *I, Pencil*, in “Freeman”, dicembre 1958; trad. it. *Io, la matita*, Istituto Bruno Leoni, Torino, 2015. [↑](#footnote-ref-30)
31. La possibilità che si determini un prezzo alto per beni di prima necessità (ad esempio l’acqua) induce frequentemente a sostenerne la gestione pubblica e/o il prezzo calmierato. Tuttavia, sebbene appaia controintuitivo, l’alto prezzo mette in moto una dinamica che genera una situazione più efficiente della soluzione dirigista. Infatti, il segnale diffuso dal prezzo spinge vari soggetti a entrare nel settore, diventato ora profittevole, aumentando l’offerta e dunque riducendo la scarsità. Il monopolista pubblico non garantisce una pari quantità e qualità a causa della cancellazione delle possibilità di profitto, con gli incentivi a esso connessi. Rimanendo all’esempio dell’acqua, non c’è la spinta a effettuare la manutenzione dei tubi (le perdite della rete idrica italiana sono elevatissime) o a effettuare la depurazione da sostanze insalubri. Inoltre, come si è visto, l’alto prezzo indica che una risorsa (utile) è rara, e dunque non va sprecata. [↑](#footnote-ref-31)
32. L. von Mises, *Il calcolo economico nello Stato socialista* (1920), in AA.VV., *Pianificazione economica collettivistica*, Einaudi, Torino, 1946. Per una sintesi del dibattito sugli schemi di calcolo in un’economia socialista v. P. Vernaglione, *Interferenze coercitive. L’intervento dello Stato*, in Rothbardiana, <https://www.rothbard.it/teoria/intervento-stato.doc>, 31 maggio 2020, par. *Il socialismo*, pp. 55-59. Le più grandi carestie del Novecento hanno avuto luogo in paesi socialisti: tre in Unione Sovietica, nel 1921-22 (1,5 milioni di morti), 1931-33 (7,5 milioni di morti) e 1946-47 (1,5 milioni di morti); una in Cina nel 1958-62 (42 milioni di vittime, la peggiore della storia), il periodo del ‘Grande balzo in avanti’ proclamato da Mao Zedong. I prodotti agricoli sottratti alle campagne per sfamare le città, in rapida espansione, e per l’esportazione, non furono compensati da aumenti della produttività, che la collettivizzazione non generò. Nelle città sovietiche un’immagine frequente era la fila fuori dei negozi di generi di prima necessità o comuni, come le macellerie o i venditori di prodotti per la casa e l’igiene. La coda è il sintomo di una scarsità, di un approvvigionamento insufficiente e discontinuo, dunque dell’incapacità di un sistema economico di far giungere in ogni quartiere beni diffusi ed essenziali. Nelle società umane non è possibile fare esperimenti da laboratorio, ma la divisione dei tedeschi e dei coreani nel 1945 approssima molto un esperimento economico-sociale con la tecnica *ceteris paribus*. Agli stessi popoli, compatti sul piano storico, culturale e linguistico, furono applicati due sistemi diversi, quello di mercato e quello statale pianificato. Dopo alcuni decenni, i risultati in termini di benessere ed efficienza, a favore della Germania occidentale e della Corea del Sud, sono stati evidenti (in Germania per illustrare rapidamente la differenza di qualità si faceva ricorso al confronto tra le Bmw [o le Mercedes o le Volkswagen] e le famigerate Trabant). Esemplare è anche il caso cinese a partire dal 1978, quando il segretario del partito comunista Deng Xiaoping inaugura le riforme che consentono la proprietà privata. L’episodio che rappresenta la rottura avviene a Xiaogang, dove 17 contadini decidono autonomamente di dividersi la terra, abbandonando la proprietà collettiva. “Volevamo solo non morire di fame” racconterà successivamente Anhui Yan Jinchang, uno dei 17 coltivatori di riso dell’epoca. Il cambio di passo avviene nel 1992, con la proclamazione ufficiale dell’economia di mercato al quattordicesimo congresso del Partito Comunista e la conseguente rimozione dei controlli su quasi tutti i prezzi e dei vincoli sulla proprietà pubblica; il riconoscimento ufficiale del diritto di proprietà privata si ha con la nuova costituzione del 2004. [↑](#footnote-ref-32)
33. Nei sistemi collettivistici invece le risorse economiche ricevute da ciascuno sono slegate dalla quantità e qualità del lavoro svolto. Se tutti ricevono lo stesso reddito, saranno scoraggiati dall’impegnarsi. Ai più operosi e abili, infatti, verrà sottratto parte del prodotto del proprio lavoro, mentre i più pigri o meno abili otterranno un reddito superiore al contributo offerto. In entrambi i casi il reddito è indipendente dallo sforzo compiuto, e ciò disincentiva dal lavoro. Un esempio evidente di questo fenomeno fu il settore agricolo in Unione Sovietica: la terra era suddivisa in fattorie collettive; tranne il 3% di essa, che poteva essere detenuta privatamente, e i cui prodotti potevano essere consumati o venduti privatamente. Questa terra privata, nonostante fosse solo il 3%, produceva circa un terzo di tutto il prodotto agricolo. Nella famosa formula marxiana “da ciascuno secondo le proprie capacità, a ciascuno secondo i propri bisogni”, si pone anche un problema relativo alla qualità del lavoro da svolgere, sintetizzabile con la famosa domanda: sotto il socialismo, chi raccoglierà l’immondizia? Cioè manca l’incentivo a svolgere i lavori più dequalificati e a svolgerli bene. [↑](#footnote-ref-33)
34. Come sintetizzato nella celebre frase di Adam Smith: «Non è dalla benevolenza del macellaio, del birraio o del fornaio che ci aspettiamo il nostro desinare, ma dalla cura che essi hanno per il proprio interesse». A. Smith, *La ricchezza delle nazioni* (1776), Utet, Torino, 1987, p. 92. Poiché anche i redditi sono prezzi, si può dire che prezzi di mercato consentono di calcolare razionalmente il valore del contributo di ciascuna attività economica al benessere della società. [↑](#footnote-ref-34)
35. Quando si lascia ai singoli la scelta sui beni e servizi da acquistare (e in generale sulle azioni da compiere) è più probabile che essa sia giusta, in quanto l’interessato sopporta il costo dell’eventuale errore e dunque è più attento a non commetterlo; e, se lo commette, a correggerlo successivamente. “Imparare dai propri errori” è un *feedback* naturale che guida positivamente le azioni degli individui. Quando invece lo Stato sceglie al posto degli individui o non fa ricadere su di loro gli oneri della scelta (spingendoli all’*azzardo morale*) pregiudica i meccanismi di correzione degli errori. [↑](#footnote-ref-35)
36. La *concorrenza* è una condizione molto importante ai fini dell’efficienza del sistema economico, in quanto spinge gli imprenditori a offrire ai consumatori i beni al minor prezzo possibile compatibilmente con la qualità desiderata e/o a migliorare la qualità collocando il prodotto su varie fasce di prezzo. Per l’esistenza della concorrenza è sufficiente la libertà di ingresso nel mercato; non è necessaria l’esistenza di un elevato numero di offerenti, che a volte viene imposta coercitivamente per legge. [↑](#footnote-ref-36)
37. Relativamente a questo aspetto, il sistema di mercato (il “capitalismo”) è spesso accusato di generare il “consumismo”, cioè di stordire le masse con una cornucopia di beni. È interessante notare come gli anticapitalisti in passato (Karl Marx) accusassero il mercato del difetto opposto, cioè di condurre in prospettiva a una miseria via via crescente. [↑](#footnote-ref-37)
38. «Le soluzioni ai problemi […] si trovano sempre prima se molte sono le teste che ci si possono applicare. La politica pretende di dare soluzioni, quando non “salvezza”: in realtà si limita a monopolizzare i problemi. Di norma, meno sono quanti possono potenzialmente applicarsi alla soluzione di un problema e più tempo ci vorrà a trovarla». A. Mingardi, *La verità, vi prego, sul neoliberismo*, Marsilio, Venezia, 2019, Kindle e-book, *Conclusioni*. [↑](#footnote-ref-38)
39. In economia distinta dall’*efficienza economica,* che è la capacità di un sistema economico di soddisfare le preferenze degli individui; in genere identificata con l’“ottimalità paretiana”, che richiede che, all’aumento di benessere per alcuni, non corrisponda una riduzione di benessere anche di un solo altro individuo. Per la scuola Austriaca invece l’efficienza è intesa come la capacità degli individui di utilizzare mezzi che siano coerenti con gli obiettivi soggettivi prefissati; più precisamente, la miglior combinazione dei mezzi per ciascun fine. L’eventuale inefficienza può essere constatata *ex post* (e corretta) solo dall’individuo medesimo, non da un osservatore esterno sulla base di criteri utilitaristici, come avviene nell’approccio neoclassico di Pareto. Tuttavia, poiché gli individui non hanno una *conoscenza perfetta* di tutti i dati (migliori tecnologie, azioni e reazioni future di tutte le persone, eventi naturali futuri e così via) non si potrà mai sapere se l’azione di un individuo è “efficiente” *in assoluto*. L’efficienza è una chimera. [↑](#footnote-ref-39)
40. Nella combinazione dei fattori della produzione esiste un *optimum*, cioè una combinazione tale per cui il prodotto fisico è massimo (*legge dei rendimenti*). Tuttavia, questa è un’asserzione qualitativa che non può essere constatata nel concreto perché anche in questo caso, come evidenziato nella nota precedente, gli individui non hanno *conoscenza perfetta* e dunque non si potrà mai sapere se effettivamente è stata realizzata la combinazione più efficiente *in assoluto*. [↑](#footnote-ref-40)
41. L’innovazione può essere misurata attraverso il numero di brevetti pro capite di un dato Paese. [↑](#footnote-ref-41)
42. Sulla “distruzione creatrice” dell’innovazione v. J. Schumpeter, *Capitalismo, socialismo e democrazia* (1942), Etas, Milano, 2001. [↑](#footnote-ref-42)
43. Se in ogni caso una risorsa comincia a scarseggiare, il suo prezzo salirà, incoraggiando le persone a risparmiarla, a rivolgersi ai depositi meno accessibili o a trovare sostituti meno costosi e più abbondanti. [↑](#footnote-ref-43)
44. «I mercati non sono perfetti, perché perfetti non sono gli esseri umani. Ma, nel mondo del pressapoco in cui viviamo, sono fra le istituzioni che funzionano meno peggio». G. Corbellini, A. Mingardi, *Mercati in corsia*, “Il Foglio”, 12 marzo 2022. [↑](#footnote-ref-44)
45. Tale tesi è spesso associata alle teorie sulla capacità di manipolare e indurre le preferenze dei consumatori, le quali diventano *endogene* e non *esogene*. Una versione positiva del mercato governato dai produttori è quella della filosofa Ayn Rand: i produttori più intelligenti e lungimiranti inventano nuovi beni e servizi e alzano il livello qualitativo del sistema, aumentando la conoscenza del pubblico (es. l’invenzione dell’aereo è una conoscenza in più rispetto all’automobile); quelli che hanno più successo sono coloro che scoprono nuovi campi di produzione. [↑](#footnote-ref-45)