

Libertà ed Equaglianza (1991)  
Quant'è considerato corretto il  
mercato? Un'analisi empirica delle  
valutazioni fra la popolazione  
mit Werner W. Pommerehne  
S. 129-151.

Fondazione Rosselli, Torino  
La Rosa Editrice

Quant'è considerato corretto il mercato?  
Un'analisi empirica delle valutazioni  
fra la popolazione\*

di Bruno S. Frey e Werner W. Pommerehne

1. *Sostenitori e oppositori del sistema dei prezzi.*

L'applicazione dei prezzi o il mercato è stato rifiutato per lunghi periodi nella storia del pensiero. Insieme ai marxisti, anche i seguaci delle (allora) «nuove sinistre» (nel senso ampio del termine) furono fino agli anni '70 i più decisi oppositori del sistema dei prezzi (per esempio Horkheimer 1962, o Marcuse 1965). Questo giudizio negativo però non è assolutamente circoscritto agli studiosi di formazione marxista.

Sia conservatori del XVIII secolo, sia intellettuali del XX secolo meno vincolati ideologicamente, come Weber (1920-21), Schumpeter (1942) o Hirsch (1976), non hanno nascosto la loro avversione per il mercato. In tutti questi pensatori (e addirittura anche in Marx) è evidente una certa stima per la produttività del mercato, ma ognuno di loro tuttavia ne sottolinea soprattutto gli effetti dannosi sui valori etici e sulla giustizia nella distribuzione del reddito. Con ciò il mercato distruggerebbe le stesse basi su cui poggia.

La variante più recente di questo rifiuto del sistema dei

\* Gli autori ringraziano Marina Börkey, Beat Gygi, Cornelia Haist, Beat Heggli, Anna Holzgang e Elisabeth Tester per la collaborazione durante l'inchiesta e l'elaborazione dei dati. Si ringraziano Susanne Krebs e Aloys Prinz per gli utili suggerimenti per una prima stesura di questo lavoro. Un particolare ringraziamento va a Giorgio Brosio per i suoi preziosi spunti critici e suggerimenti.

prezzi è l'«economia ecologista» (per esempio Fornallaz 1986, Ekins 1986), alla quale viene attualmente attribuito un notevole significato in vasti circoli. Punto cardine di questa dottrina è, ancora una volta, la tesi dell'autodistruzione del mercato, che conseguentemente distrugge l'ambiente naturale e causa l'esaurimento delle materie prime naturali.

Nel libro *Das Ende der Ökonomie* (La fine dell'economia) Henderson (1985) considera il mercato (e la teoria economica che poggia su di esso) come totalmente incapace di risolvere il problema ecologico; confida, invece, nel «potenziale evolutivo dei cittadini del pianeta nell'epoca solare» (p. 19). Accanto a questi outsider ci sono altri economisti esperti nel campo, come Georgescu-Roegen (1971), Boulding (1979), Kapp (1979) e Schumacher (1977 e 1979) che, sulla base di riflessioni ecologiste, hanno ben poca fiducia nel sistema dei prezzi.

In opposizione a ciò, la fede nelle qualità positive del mercato domina l'economia nazionale come si è oggi consolidata. Essa si occupa prevalentemente, e in alcuni casi addirittura esclusivamente (come ad esempio le correnti con il più alto prestigio scientifico intrinseco, come la teoria dell'equilibrio generale o la teoria dei mercati efficienti), delle qualità del sistema dei prezzi. Il dualismo fra l'equilibrio della concorrenza dei mercati totali e la teoria dell'«ottimo paretiano» può essere considerato come l'elemento centrale della teoria economica. Vengono esaltate le qualità positive della concorrenza dei prezzi così come il risparmio di informazione attraverso la decentralizzazione delle decisioni e l'incremento del progresso e delle trasformazioni attraverso l'incentivazione dei prezzi. Inoltre, attraverso il sistema dei prezzi, verrebbe ampliata la libertà, intesa come possibilità del singolo di scegliere fra diverse fasce di beni.

Correnti più recenti, come la teoria dei diritti di proprietà (Furubotn e Pejovich 1974, o Alchian e Allen 1977) e in modo particolare gli «Austrian economists» americani (per esem-

pio Kirzner 1983), che si rifanno a Menger (1871), Mises (1940), Hayek (1971) e Nozick (1974), o persino i «Libertarians», riconoscono al sistema dei prezzi qualità ancora più positive. Gli inconvenienti sociali vengono attribuiti fondamentalmente agli interventi statali, ai casi in cui lo Stato ostacola la concorrenza oppure non definisce in modo adeguato e/o non applica i diritti di proprietà. Secondo queste opinioni i danni all'ambiente, considerati come gli effetti esterni della produzione e del consumo, si verificano perché i diritti di proprietà non vengono attribuiti con la necessaria chiarezza. Conseguentemente si esige un arretramento dello Stato: ciò renderebbe possibile la concorrenza e renderebbe il sistema dei prezzi efficiente.

Gli studiosi di entrambe le fazioni – sia gli oppositori che i sostenitori del sistema dei prezzi – si sono occupati ben poco delle opinioni predominanti nella popolazione rispetto all'«equità» e alla «correttezza» dell'uso dei prezzi. Così scrive ad esempio Sen nel suo nuovo libro su *Ethics and Economics* (1987): «If one examines the balance of emphases in the publications in modern economics, it is hard not to notice [...] the neglect of the influence of ethical considerations in the characterization of actual behaviour» (p. 7)<sup>1</sup>.

Conoscere le idee della popolazione sulla correttezza e altri valori morali è importante, non solo perché essi influenzano il comportamento del singolo sul mercato, ma anche perché, in una democrazia, il cittadino che gode dei diritti politici deve poter partecipare anche alle decisioni sulla portata del sistema

<sup>1</sup> Altre rare eccezioni, insieme a Sen, sono soprattutto Phelps (1973 e 1975) e Rawls (1979) su *Justice as Fairness*, così come la *Superfairness* di Baumol (1986) che si rifà a Kolm (1972 e 1973) e Foley (1967). Nell'area di lingua tedesca sono da ricordare tra gli altri Giersch (1986) e Stolz (1987).

dei prezzi. Anche la propensione dei politici a limitare l'attività dei mercati non dovrebbe essere ricondotta unilateralmente al «rent seeking» (Buchanan, Tollison e Tullock 1976). Oltre a questo aspetto è opportuno prendere in considerazione il fatto che in campo politico anche i singoli (e non solo i gruppi organizzati) esercitano una richiesta di freno del sistema dei prezzi nel momento in cui lo ritengono scorretto.

Sul fatto che l'applicazione dei prezzi venga considerata scorretta esiste nel frattempo una certa conoscenza empirica: in un sondaggio scritto e anonimo (sondaggio casuale) fra 1750 persone in Germania (Berlino Ovest) e in Svizzera (Canton Zurigo)<sup>2</sup> fu chiesto se l'aumento dei prezzi in una situazione di evidente eccesso della domanda (al prezzo iniziale la quantità di merce richiesta supera quella offerta) venisse valutato come scorretto.

*Domanda 1.* In un punto panoramico, raggiungibile solo a piedi, viene attivata una sorgente d'acqua. In un chiosco l'acqua viene venduta in bottiglia ad escursionisti assetati. Il prezzo è di 1 Marco/Franco la bottiglia. La produzione giornaliera, e conseguentemente la riserva giornaliera, è di 100 bottiglie.

In un giorno particolarmente afoso duecento escursionisti desiderano acquistare una bottiglia d'acqua. Il chiosco alza perciò il prezzo a 2 Marchi/Franchi la bottiglia.

Come giudicate questo aumento del prezzo?

<sup>2</sup> In entrambi i paesi, nell'estate e nell'autunno 1987 erano stati inviati a 200 persone quattro questionari con 4-5 domande ciascuno; in Svizzera fu spedito un ulteriore questionario a 150 persone. La quota di ritorno (per il Canton Zurigo del 43 per cento e a Berlino del 35 per cento) fu alta, trattandosi di un'inchiesta scritta; come controllo alcune domande erano state poste più volte; anche per questo motivo varia il numero di coloro che hanno risposto. Un'esatta relazione su queste inchieste si trova in Frey e Gygi (1988).

A questa domanda risposero 452 persone. Le risposte furono (in percentuale):

Totalmente corretto	5	} 22 Corretto
Accettabile	17	
Scorretto	44	} 78 Scorretto
Molto scorretto	34	
<i>Totale</i>	<u>100</u>	

Più di tre quarti di coloro che hanno risposto alla domanda ritengono scorretto il fatto che l'eccesso della domanda di acqua venga regolato attraverso un aumento del prezzo. Un buon terzo giudica questa procedura molto scorretta; d'altra parte solo il 5 per cento degli interpellati è dell'opinione che, nella situazione presentata, il sistema dei prezzi sia totalmente corretto.

Il risultato di questa domanda, in cui la popolazione giudica scorretto il ricorso al sistema dei prezzi come soluzione a una domanda eccessiva, può essere considerato difficilmente come casuale: due varianti di questa domanda portano a una valutazione ancora più negativa dell'aumento del prezzo. Nella prima variante la domanda in eccesso fu presentata in un altro contesto.

*Domanda 2.* Un negozio di ferramenta vende pale per la neve a 30 Marchi/Franchi l'una.

Un mattino, dopo una forte bufera di neve, il negozio aumenta il prezzo a 40 Marchi/Franchi al pezzo.

Come giudicate questo aumento del prezzo?

Le risposte furono (percentuale su 215 pervenute):

Totalmente corretto	2	} 17 Corretto
Accettabile	15	
Scorretto	41	} 83 Scorretto
Molto scorretto	42	
<i>Totale</i>	<u>100</u>	

In questa situazione addirittura più dei quattro quinti ritengono che sia scorretto l'utilizzo del sistema dei prezzi per raggiungere l'equilibrio fra domanda e offerta. La quota di coloro che sono completamente d'accordo con questa procedura scende a una persona su 50.

Nella seconda variante venne modificato il gruppo degli intervistati: in un'inchiesta telefonica fu posta la stessa domanda a un campione rappresentativo degli abitanti di due città canadesi (Toronto e Vancouver) (Kahneman, Knetsch e Thaler 1986):

*Domanda 3.* A hardware store has been selling snow shovels for \$ 15.

The morning after a heavy snowstorm, the store raises the price to \$ 20.

L'82 per cento degli intervistati (su 107 risposte pervenute) ritenne scorretto l'aumento del prezzo. La stessa domanda, quindi, ha suscitato pressoché la stessa reazione fra la popolazione, sia in Europa (Germania e Svizzera) sia nell'America del Nord (Canada).

Dalle risposte alle domande 1, 2 e 3 si può dedurre che nella popolazione esiste una chiara avversione all'uso dei prezzi, per lo meno quando vengono utilizzati per superare una situazione di domanda in eccesso. Questo risultato non è sorprendente, anzi corrisponde ad esperienze quotidiane. Se infatti viene prospettato un lieve aumento dei prezzi per servizi gestiti da imprese statali (per esempio posta o telefono), si può constatare regolarmente una forte opposizione nell'opinione pubblica.

La reazione alla domanda seguente indica che, se l'offerente è lo Stato, il sistema dei prezzi viene rifiutato in modo ancor più forte di quanto non si faccia con un offerente privato.

*Domanda 4.* Ora la situazione posta è la seguente: la sorgente d'acqua nel punto panoramico è stata rilevata dall'am-

ministrazione pubblica locale e le bottiglie d'acqua vengono vendute in un chiosco gestito dal Comune.

In un giorno particolarmente afoso il prezzo per bottiglia viene aumentato da 1 Marco/Franco a 2 Marchi/Franchi.

Questo aumento del prezzo ritenete che sia:

- più accettabile
- altrettanto accettabile
- meno accettabile

dell'aumento di prezzo praticato da un offerente privato?

Le risposte furono (percentuale su 148 pervenute):

Più accettabile	11
Altrettanto accettabile	29
Meno accettabile	60
<i>Totale</i>	<u>100</u>

Una maggioranza netta del 60 per cento percepisce l'uso dei prezzi per ottenere l'equilibrio di domanda e offerta meno corretto se praticato dallo Stato anziché dai privati. La quota di coloro per i quali gli aumenti dei prezzi da parte dello Stato è meno accettabile è più alta di circa il 50 per cento ( $\Delta = 60\% - 11\% = 49\%$ ) della quota di coloro che lo trovano più accettabile.

In questa domanda le reazioni dei tedeschi si differenziano notevolmente da quelle degli svizzeri. A Berlino il 55 per cento «netto» (nel senso della grandezza  $\Delta$ ) ritiene che gli aumenti dei prezzi da parte dello Stato siano meno accettabili di quelli effettuati dai privati; nel Canton Zurigo, invece, sono solo il 33 per cento. Questa differenza potrebbe essere attribuita all'atteggiamento fondamentalmente più positivo degli svizzeri nei confronti del «loro» Stato (e in particolare modo della loro amministrazione pubblica); ciò, d'altra parte, può essere dovuto alle ben più ampie possibilità di partecipazione democratica diretta (assemblea del consiglio comunale; referendum popolari diretti).

Per gli economisti che sono convinti della superiorità del mercato con funzione di distribuzione<sup>3</sup> questi risultati rappresentano una sfida. Vale la pena di rispondere ad alcune domande: perché il sistema dei prezzi viene considerato spesso scorretto dalla popolazione?<sup>4</sup> Perché i concetti di teoria economica trovano così scarsa risonanza tra i profani?

In questo lavoro si vuole esaminare la prima domanda, attraverso l'analisi dell'evidenza empirica contenuta nella nostra indagine, partendo dalla moderna teoria economica, rinunciando cioè al fatto di voler ricondurre l'avversione riscontrabile nella popolazione nei confronti del sistema dei prezzi a un livello insufficiente di intelligenza, competenza o istruzione. Si va, invece, alla ricerca dei motivi razionali che giustificano questa avversione.

Nel secondo capitolo si analizza l'influsso svolto 1) dall'urgenza del consumo dei beni e 2) dall'informazione sulla situazione di scarsità.

Nel capitolo successivo (il terzo) si analizza l'influenza di alternative: la valutazione del sistema dei prezzi viene confrontata con quella di altri procedimenti (come la tradizione, la distribuzione da parte dello Stato, il caso fortuito) o in situazioni diverse, in cui i consumatori si possono procurare in un altro modo il prodotto in oggetto.

La valutazione del sistema dei prezzi come meccanismo de-

<sup>3</sup> Un'indagine fra economisti professionisti operanti presso università o in studi in paesi europei e dell'America del Nord ha dimostrato nei fatti che questa convinzione è predominante. Però esistono alcune differenze fra i singoli stati: economisti americani, tedeschi e svizzeri sostengono questa opinione in modo più deciso degli economisti francesi e austriaci fra i quali predomina lo statalismo (cfr. Frey, Pommerehne, Schneider e Gilbert 1984).

<sup>4</sup> Cfr. per ulteriori prove empiriche Baumol (1986); Frey (1986); Kahneman, Knetsch e Thaler (1987).

cisivo in confronto a un sistema di razionamento è l'argomento del quarto capitolo.

Il quinto capitolo contiene alcune conclusioni provvisorie.

## 2. Tre elementi che influenzano il giudizio di correttezza dei prezzi.

### a) Correttezza significa assenza di urgenza?

Una distribuzione attraverso i prezzi viene considerata scorretta dalla popolazione quando i consumatori hanno bisogno del prodotto in oggetto secondo un'urgenza differenziata. Questa ipotesi è stata esaminata attraverso la domanda 5, nella quale una parte degli escursionisti ha assolutamente bisogno d'acqua per problemi di salute.

*Domanda 5.* In un giorno particolarmente caldo, a causa dell'afa, alcuni escursionisti hanno un collasso per mancanza d'acqua.

Il chiosco alza il prezzo a 2 Marchi/Franchi la bottiglia. Ritenete questo aumento del prezzo

- più accettabile
- altrettanto accettabile
- meno accettabile

del caso in cui si procede all'aumento del prezzo senza che si verifichi tale situazione di necessità?

Le risposte furono (percentuale su 156 pervenute):

Più accettabile	2
Altrettanto accettabile	17
Meno accettabile	81
<i>Totale</i>	<u>100</u>

L'ipotesi viene confermata: i quattro quinti di coloro che hanno risposto (81 per cento) ritengono che il ricorso ai prezzi

in caso di urgenza sia meno accettabile che in una situazione normale (come nella *domanda 1*). Resta comunque non chiaro se oltre a ciò venga valutato come scorretto il comportamento degli offerenti o la situazione stessa.

b) Esiste correttezza in caso di adeguata informazione sulla situazione di scarsità del prodotto?

Secondo la teoria economica si può supporre che il singolo tenda a considerare la distribuzione attraverso il meccanismo anonimo del prezzo più corretta se ha la possibilità di prepararsi. Se il singolo viene avvisato dell'ostacolo prima che subentri la situazione di eccesso della domanda, allora avrà la possibilità di rifornirsi in anticipo di tale prodotto. Questa ipotesi è stata analizzata attraverso la *domanda 6*.

*Domanda 6.* Considerate ora il seguente caso: gli escursionisti, prima di imboccare il sentiero, vengono avvertiti che talvolta la domanda d'acqua è così elevata che la scorta giornaliera non basta.

Trovate che l'aumento a 2 Marchi/Franchi del prezzo di ogni bottiglia sia

- più accettabile
- altrettanto accettabile
- meno accettabile

del caso in cui gli escursionisti non vengano avvisati di tale evenienza?

A questa domanda risposero 148 persone. Le risposte furono (in percentuale):

Più accettabile	43
Altrettanto accettabile	22
Meno accettabile	35
<i>Totale</i>	<u>100</u>

Secondo l'opinione degli intervistati, in caso di previa informazione, il sistema dei prezzi è considerato più accettabile da quasi la metà (43 per cento), ma anche un buon terzo lo ritiene meno accettabile. Evidentemente la possibilità di adattarsi in anticipo a una situazione non influenza necessariamente la valutazione sul grado di correttezza di un aumento del prezzo. Resta comunque non chiaro se gli intervistati, rispondendo a questa domanda, pensavano a un'alternativa ed eventualmente a quale.

Sono molto sorprendenti le differenze delle risposte fra Zurigo e Berlino. Mentre a Zurigo il 16 per cento netto delle persone percepisce l'aumento del prezzo più accettabile nel caso in cui si venga informati in anticipo, d'altro canto si rileva a Berlino una leggera prevalenza (2 per cento) di coloro che lo ritengono meno accettabile (rispetto a coloro che lo trovano accettabile).

### 3. L'influenza di alternative.

Nelle domande poste finora si è cercato di chiarire quanto fosse considerato corretto il superamento di una situazione di eccesso della domanda attraverso l'aumento del prezzo, senza però far esplicito riferimento ad alternative. Le alternative possono essere significative nella valutazione dei prezzi per due aspetti diversi:

- a) In che modo viene risolta una situazione di domanda in eccesso se non si applica il sistema dei prezzi?
- b) I consumatori hanno un'altra possibilità di procurarsi il prodotto di cui hanno bisogno?

Secondo la dottrina economica liberale dominante, l'introduzione di ulteriori alternative porta tendenzialmente a un aumento del benessere del singolo. Le ulteriori possibilità of-

ferte non debbono necessariamente, ma possono, essere utilizzate dal singolo a proprio vantaggio. Formulato diversamente: il superamento di una situazione di eccesso della domanda attraverso l'aumento del prezzo dovrebbe essere considerato meno scorretto perché al singolo sarebbero possibili altre alternative.

a) La correttezza dipende da procedimenti di distribuzione alternativi?

Nell'indagine fu esplorata, contemporaneamente ed esplicitamente, la correttezza di altri procedimenti con i quali si può pareggiare domanda e offerta.

Come alternativa al sistema dei prezzi (cfr. Frey 1981) vengono presi in considerazione il principio tradizionale del «chi primo arriva meglio alloggia» (tradizione), il principio della casualità matematica<sup>3</sup> o l'assegnazione attraverso l'autorità statale che decide secondo la propria razionalità (amministrazione).

La riflessione comparativa di queste quattro procedure discrezionali è stata formulata nella domanda seguente:

*Domanda 7.* Indicate, per favore, quanto sono corrette secondo voi le seguenti misure per la distribuzione della riserva d'acqua fra gli escursionisti:

- a) l'aumento del prezzo a 2 Marchi/Franchi la bottiglia;
- b) la vendita a 1 Marco/Franco a bottiglia secondo il principio «chi prima arriva meglio alloggia»;
- c) la vendita a 1 Marco/Franco a bottiglia secondo un criterio di casualità (per esempio a tutte le persone il cui cognome inizia con una lettera da A a P);

<sup>3</sup> Le procedure legate alla casualità, come hanno dimostrato in particolare Intriligator (1973) e Müller (1978), hanno qualità positive che, in determinate condizioni, le rendono superiori ad altri meccanismi discrezionali deterministici.

d) l'amministrazione comunale compera tutta l'acqua al prezzo di 1 Marco/Franco la bottiglia e la distribuisce secondo la propria discrezione.

La suddivisione delle risposte (per semplificazione viene data solo la distinzione fra corretto e scorretto e tra parentesi il numero di quelle pervenute) in percentuale fu la seguente:

	Prezzo	Tradizione	Caso	Amministrazione
Corretto	27	76	14	43
Scorretto	73	24	86	57
<i>Totale</i>	100 (293)	100 (299)	100 (288)	100 (289)

Il risultato corrisponde all'ipotesi teorica: il sistema dei prezzi viene considerato comparativamente «più corretto» se vengono presentate esplicitamente altre procedure e se pertanto diventa chiaro che l'eccesso di domanda debba essere superato comunque, in un modo o nell'altro.

Se si pone isolatamente la domanda sulla correttezza del mercato (*domanda 7a*), il 25 per cento lo trova corretto, mentre in un confronto fra le alternative lo giudica corretto il 27 per cento (la differenza tuttavia non è significativa dal punto di vista statistico).

Dalle risposte alla *domanda 7* risulta una chiara successione per quanto riguarda la correttezza delle diverse procedure decisionali.

Ha riscosso la maggior approvazione il procedimento tradizionale del «first come first served». Di fronte alla situazione postulata di eccesso della domanda, questa valutazione non è poi così ovvia: perché dovrebbe essere considerata assolutamente corretta, se l'escursionista che arriva per ultimo al punto panoramico non trova più acqua? Al secondo posto per quanto riguarda la correttezza troviamo la distribuzione attra-

verso l'amministrazione comunale (lo Stato) «secondo la propria discrezione». Solo al terzo posto segue il sistema dei prezzi, mentre il criterio di casualità è considerato come la procedura risolutiva meno corretta in assoluto.

Per verificare se questa sequenza delle valutazioni dipende dal tipo di prodotto, è stata formulata una domanda corrispondente (analoga alla *domanda 7*) relativa a un eccesso di domanda di pale per la neve. Tradizione (con un'adesione del 93 per cento) e amministrazione (con un'adesione del 48 per cento) sono state ancora una volta preferite chiaramente. Per risolvere una situazione di domanda eccessiva di pale per la neve il criterio di casualità (con un'adesione del 27 per cento), questa volta, è stato considerato un po' più accettabile del meccanismo del prezzo (con un'adesione del 23 per cento).

In entrambe le situazioni di eccesso della domanda, il sistema dei prezzi ha avuto una valutazione sfavorevole rispetto ad altre procedure utilizzabili per ottenere un equilibrio fra domanda e offerta: il principio dello stare in coda (tradizione) e il razionamento da parte dell'amministrazione pubblica sono stati scelti con una frequenza rispettivamente 3-4 volte e 1,5-2 volte maggiore rispetto alla possibilità di un aumento del prezzo.

Questo risultato è da attendersi anche dal punto di vista teorico in caso di una certa domanda (con un prezzo non elastico), di una certa offerta (non elastica) e di una diseguale distribuzione del reddito. Soprattutto i più poveri, in un confronto fra il principio di «chi prima arriva meglio alloggia» e l'uso del sistema dei prezzi, preferiranno il primo per motivi razionali (acquisizione di ulteriori quote di consumatori) mentre i ricchi faranno la scelta opposta (cfr. Sah 1987).

b) Si ha più correttezza se esistono possibilità alternative di approvvigionamento?

Nell'inchiesta si analizzò la valutazione di due possibilità di aggirare l'eccesso di domanda: nel primo caso esiste un altro chiosco, nel secondo esiste un'altra bibita; in tal modo il prodotto è disponibile a prezzi costanti.

*Domanda 8.* Ora succede che nelle vicinanze del punto panoramico viene aperto un altro chiosco che offre anch'esso acqua, però al prezzo di 1 Marco/Franco a bottiglia. Trovate l'aumento del prezzo a 2 Marchi/Franchi a bottiglia praticato dal chiosco che si trova nel punto panoramico

- più accettabile
- altrettanto accettabile
- meno accettabile

rispetto alla situazione in cui non esiste il secondo chiosco?

*Domanda 9.* Considerate la seguente situazione: il chiosco vende, oltre all'acqua, una bibita più cara a 5 Marchi/Franchi la bottiglia. In un giorno particolarmente afoso il prezzo della bottiglia più costosa viene alzato a 8 Marchi/Franchi la bottiglia. Trovate questo aumento del prezzo

- più accettabile
- altrettanto accettabile
- meno accettabile

della situazione in cui si ha a disposizione solo acqua e in cui il prezzo dell'acqua subisce un aumento?

A queste domande (149 risposte alla *domanda 8* e 148 alla *domanda 9*) fu risposto nel modo seguente (in percentuale):

	Domanda 8	Domanda 9
Più accettabile	26	26
Altrettanto accettabile	22	19
Meno accettabile	52	55
Totale	100	100

L'ampliamento delle possibilità ha portato in entrambe le domande a reazioni di rifiuto molto simili. Le risposte contraddicono però le concezioni della teoria economica presentate all'inizio, perché con un ampliamento delle alternative il sistema del prezzo avrebbe dovuto essere meglio accettato.

Le risposte ottenute sono difficilmente comprensibili dal punto di vista della teoria tradizionale. Perché l'aumento del prezzo di un prodotto dovrebbe essere meno accettabile se i consumatori possono rivolgersi senza alcuna difficoltà a un altro offerente (*domanda 8*) oppure possono scegliere un'altra bevanda (*domanda 9*)?

Questo risultato inatteso, e assolutamente inconciliabile con la teoria economica tradizionale, si può spiegare solo se si parte da un atteggiamento di base del singolo di tipo normativo.

I consumatori partono da un «prezzo onesto» che in psicologia corrisponde al livello di adattamento (Helson 1964) e all'«ancora» (Kahneman, Slovic e Tversky 1982). Nella teoria delle vendite dell'economia aziendale (cfr. per esempio Emery 1969, Diller 1985) questo concetto è ben noto. Se un offerente aumenta il prezzo di un prodotto, mentre i prezzi di altri prodotti simili o uguali si mantengono costanti sul livello di un presunto «prezzo onesto», l'aumento del prezzo viene considerato una dimostrazione di come i consumatori vengano trattati in modo scorretto. Constatare che gli altri prezzi non vengono aumentati, dà al consumatore l'impressione che l'offerente, che aumenta i prezzi, agisca in modo arbitrario. Infatti non sembra essere costretto a ciò da obblighi esterni, come ad esempio un aumento dei costi all'origine (cfr. Thaler 1985; Kahneman, Knetsch e Thaler 1986). Il fatto di alzare i prezzi in seguito a un aumento della domanda viene considerato illegittimo. I costi dovuti all'opportunità hanno, nella valutazione del consumatore, un altro valore rispetto alla cresci-

ta dei costi all'origine; questa è una distinzione che nella scienza economica tradizionale generalmente viene trascurata.

Una riflessione di tipo normativo (in cui i due tipi di costo siano identici) non dovrebbe quindi essere usata in modo avventato come modello di spiegazione.

#### 4. I prezzi come procedimento di razionamento e come sistema decisionale.

Si può parlare di razionamento nel caso in cui una data offerta debba essere conciliata con una domanda decisamente superiore.

Il razionamento è tipico di una situazione inaspettata e che si verifica una sola volta. L'aumento del prezzo, in questo caso, provoca una diminuzione della quantità richiesta, poiché il singolo con una minore disponibilità marginale di denaro rinuncia (o deve rinunciare) all'acquisto. L'aumento dei prezzi, d'altro canto, non provoca (conformemente alla definizione) nessuno stimolo a un superamento dell'eccesso di domanda attraverso un ampliamento dell'offerta.

I mutamenti dei prezzi sono, d'altra parte, elementi di un sistema decisionale, se la stessa situazione si verifica regolarmente e se, pertanto, non è più inaspettata. Il singolo giudica la validità di un sistema decisionale in base al grado in cui esso riesce a gestire una serie di situazioni (simili). Un aumento dei prezzi, in questo caso, suscita incentivi al guadagno che (in un mercato aperto) portano a un incremento dell'offerta.

Sulla base di queste riflessioni, c'è da attendersi che gli aumenti dei prezzi vengano considerati come procedimenti di razionamento meno corretti che come sistema decisionale. Questa ipotesi è stata esaminata con l'aiuto della *domanda 10*.

*Domanda 10.* Qual è la vostra valutazione nel caso in cui la giornata particolarmente afosa sia del tutto inattesa.

Trovate che l'aumento del prezzo a 2 Marchi/Franchi a bottiglia sia piú, altrettanto o meno accettabile del caso in cui in questa stagione, secondo l'esperienza, ci siano molte giornate particolarmente afose?

Le risposte sono univoche (percentuale su 148 pervenute):

Piú accettabile	8
Altrettanto accettabile	28
Meno accettabile	64
<i>Totale</i>	100

Le aspettative sono confermate: gli aumenti del prezzo vengono considerati particolarmente scorretti nelle situazioni in cui devono assumere una pura funzione di razionamento. Al contrario, c'è da supporre che esiste una minore avversione nei confronti dell'utilizzo del sistema dei prezzi se viene usato con scopi di distribuzione, se si può contare su effetti incentivanti sull'offerta.

##### 5. *Considerazioni conclusive.*

Attraverso un'inchiesta fra 1750 persone in Germania (Berlino) e in Svizzera (Canton Zurigo) sono state raccolte e interpretate, sulla base delle risposte a 10 domande, conoscenze empiriche sulla valutazione dell'applicazione dei prezzi in una situazione di eccesso della domanda. Il sistema dei prezzi è considerato scorretto da circa quattro quinti degli intervistati. Questo risultato è in contrasto con la concezione dominante nella tradizionale economia nazionale, in base alla quale al mercato vengono attribuite essenzialmente qualità positive.

Il concetto di correttezza è strettamente collegato al con-

cetto di giustizia nella distribuzione del reddito, ma va ben oltre. Quanto piú un bene è necessario, tanto meno viene accettato il sistema dei prezzi. Una migliore informazione su una probabile situazione di scarsità riesce a modificare ben poco questa valutazione. Fra le possibilità di soluzione di un eccesso di domanda viene accettato con maggior frequenza un razionamento attraverso procedure tradizionali (fare la coda), seguito da una distribuzione da parte dell'amministrazione dello Stato; solo al terzo posto segue il sistema dei prezzi.

Le valutazioni degli aumenti di prezzo si basano presumibilmente su idee normative riguardanti i «prezzi onesti». Il sistema dei prezzi, come pura procedura di razionamento, viene accettato tendenzialmente con minore frequenza rispetto al suo utilizzo come sistema decisionale (nel quale l'offerta viene ampliata).

I risultati dell'inchiesta intervengono in favore del fatto che i principi morali hanno un notevole significato nella popolazione. Tuttavia, solo nel caso di domanda in eccesso ne è stata presentata un'evidenza empirica. Prima che delle generalizzazioni diventino stabili, devono essere verificate in altre situazioni, in altri settori dell'economia e in altre nazioni. In ciò occorrerà prendere le mosse da un'osservazione comparata di diversi sistemi decisionali. Soprattutto occorre studiarne gli effetti sul comportamento umano (e non solo gli effetti sulla valutazione morale, come è stato fatto qui).

Oltre alle attività nel campo della compravendita sono da considerare anche quelle in campo politico, perché proprio qui vengono prese le decisioni fondamentali su quanto spazio si debba lasciare al mercato e quanto a procedure alternative.

Traduzione di Valeria Gelosa.

## Bibliografia

- Alchian, Armen e Allen, William R.  
1977 *Exchange and Production: Competition, Coordination and Control*, Belmont.
- Baumol, William J.  
1986 *Superfairness. Applications and Theory*, Cambridge (Mass.) - London.
- Boulding, Kenneth E.  
1979 *Ecodynamics*, London.
- Buchanan, James M., Tollison, Robert D. e Tullock, Gordon (a cura di)  
1976 *Towards a Theory of the Rent-Seeking Society*, College Station, Texas.
- Diller, Hermann  
1985 *Preispolitik*, Stuttgart.
- Ekins, Paul  
1986 *The Living Economy. A New Economics in the Making*, London.
- Emery, Fred  
1969 *Some Psychological Aspects of Price*, in Bernard Taylor e Gordon Wills (a cura di), *Pricing Strategy*, London, pp. 98-111.
- Foley, Duncan  
1967 *Resource Allocation and the Public Sector*, in «Yale Economic Essays», n. 7, primavera, pp. 45-98.
- Fornallaz, Paul  
1986 *Die ökologische Wirtschaft. Auf dem Wege zu einer verantworteten Wirtschaftstheorie*, Aarau.
- Frey, Bruno S.  
1981 *Theorie demokratischer Wirtschaftspolitik*, München.  
1986 *Economist Favour the Price System. Who else Does?*, in «Kylos», n. 39, fasc. 4, pp. 537-63.
- Frey, Bruno S. e Gygi, Beat  
1988 *Die Fairness von Preisen*, manoscritto, Institut für empirische Wirtschaftsforschung der Universität Zürich.

- Frey, Bruno S., Pommerehne, Werner W., Schneider, Friedrich e Gilbert, Guy  
1984 *Consensus and Dissension Among Economists: An Empirical Inquiry*, in «American Economic Review», n. 74, pp. 986-94.
- Friedman, Milton e Friedman, Rose  
1980 *Free to Choose*, London.
- Furubotn, Eirik e Pejovich, Svetozar (a cura di)  
1974 *The Economics of Property Rights*, Cambridge (Mass.).
- Georgescu-Roegen, Nicholas  
1971 *The Entropy Law and the Economic Process*, Cambridge (Mass.).
- Giersch, Herbert  
1986 *Zur Ethik der Wirtschaftsfreiheit*, Zürich.
- Hayek, Friedrich A.  
1971 *Die Verfassung der Freiheit*, Tübingen.
- Helson, Harry  
1964 *Adaption Level Theory*, New York.
- Henderson, Hazel  
1985 *Das Ende der Ökonomie. Die ersten Tagen des nach-industriellen Zeitalters*, München.
- Hirsch, Fred  
1976 *The Social Limits to Growth*, Cambridge (Mass.).
- Hirschman, Albert O.  
1982 *Shifting Involvements. Private Interest and Public Actions*, Oxford.
- Horkheimer, Max  
1962 *Zum Begriff der Vernunft*, Frankfurt am Main.
- Intriligator, Michael D.  
1973 *A Probabilistic Model of Social Choice*, in «Review of Economic Studies», xl, pp. 553-60.
- Kahneman, Daniel, Knetsch, Jack e Thaler, Richard  
1986 *Fairness as Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market*, in «American Economic Review», n. 76, pp. 728-41.  
1987 *Fairness and the Assumption of Economics*, in Robin M. Hogarth e Melvin W. Reder (a cura di), *Rational Choice*, Chicago-London, pp. 101-16.

- Kahneman, Daniel, Slovic, Paul e Tversky, Amos  
1982 *Judgement under Uncertainty: Heuristics and Biases*, Cambridge.
- Kapp, William K.  
1979 *Soziale Kosten der Marktwirtschaft*, Frankfurt am Main.
- Kirzner, Israel  
1983 *Die Krise aus «Oesterreichischer» Sicht*, in Daniel Bell e Irving Kristol (a cura di), *Die Krise in der Wirtschaftstheorie*, Berlin, pp. 106-53.
- Kolm, Serge-Christophe  
1972 *Justice et équité*, Paris.  
1973 *Super-équité*, in «Kyklos», n. 26, pp. 841-43.
- Marcuse, Herbert  
1965 *Industrialization and Capitalism*, in «New Left Review».
- Menger, Carl  
1871 *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*, Wien.
- Mises, Ludwig von  
1940 *Nationalökonomie: Theorie des Handelns und Wirtschaftens*, Genf.
- Müller, Dennis C.  
1978 *Voting by Veto*, in «Journal of Public Economics», n. 10, pp. 57-75.
- Nozick, Robert  
1974 *Anarchy, State and Utopia*, Oxford.
- Phelps, Edmund S. (a cura di)  
1973 *Economic Justice*, Harmondsworth.  
1975 *Morality, Altruism and Economic Theory*, New York.
- Rawls, John  
1979 *Eine Theorie der Gerechtigkeit*, Frankfurt am Main.
- Sah, Raaj K.  
1987 *Queues, Rations, and Market Comparison of Outcomes for the Poor and the Rich*, in «American Economic Review», n. 77, pp. 69-77.
- Schumacher, Ernst F.  
1977 *Die Rückkehr zum menschlichen Mass*, Hamburg.

- Schumacher, Ernst F.  
1979 *Rat für die Ratlosen – vom sinnerfüllten Leben*, Hamburg.
- Schumpeter, Joseph  
1942 *Capitalism, Socialism and Democracy*, London (1976').
- Sen, Amartya  
1987 *On Ethics and Economics*, Oxford.
- Stolz, Peter  
1987 *Die Übernahme sozialer Verantwortung durch private Haushalte und Unternehmungen*, in Heinz Buhler (a cura di), *Liberalismus als Verjüngungskur*, Zürich-Wiesbaden, pp. 161-72.
- Thaler, Richard  
1985 *Mental Accounting and Consumer Choice*, in «Marketing Science», n. 4, pp. 199-214.
- Weber, Max  
1920-21 *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, in Id., *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*, Tübingen.
- Wellison, Robert D.  
1982 *Rent Seeking: A Survey*, in «Kyklos», n. 35, fasc. 4, pp. 575-602.