

FRIEDRICH VON HAYEK E IL RUOLO DELLA CONOSCENZA NELL'ECONOMIA

Friedrich August von Hayek è stato una delle figure intellettuali più significative nonché uno dei più grandi e influenti scienziati sociali del XX secolo. La sua produzione scientifica si distingue per la molteplicità di argomenti affrontati in discipline così diverse da risultare – a un primo sguardo – lontanissime. Premio Nobel per l'economia nel 1974, Hayek ha apportato un contributo determinante all'aggiornamento della filosofia politica liberale "classica". Se ne ricordano i contributi pionieristici in economia, nella psicologia cognitiva, nella filosofia politica e del diritto, nella storia economica e nella storia delle idee e del pensiero economico, nonché in campo epistemologico.

La riflessione sul ruolo della conoscenza nell'economia si sviluppa a partire dalle conclusioni alle quali Hayek era giunto nel dibattito con i teorici neoclassici socialisti. Hayek, difatti, aveva individuato l'errore intellettuale e scientifico di questi teorici nel non comprendere che l'impossibilità del socialismo, oggetto di uno scontro avviato dal maestro di Hayek, Ludwig von Mises, deriva dal fatto che i modelli sui quali questi teorici si basavano, ossia i modelli di equilibrio economico generale, presupponevano che tutta l'informazione necessaria, relativa alle variabili e ai parametri delle equazioni simultanee che lo costituivano, fosse "data". Ciò che invece Hayek dimostrerà, con i lavori pubblicati negli anni '30 e '40, è proprio il fatto che, nella realtà della vita economica, l'informazione non è mai data, ma è continuamente scoperta e creata da parte di tutti coloro che agiscono, secondo meccanismi che dovrebbero essere al centro dell'indagine teorica degli economisti e che invece, fino a quel momento, erano dati per acquisiti.

Tuttavia non si può dire che queste fossero le conclusioni teoriche del primo Hayek, quello di *Prezzi e Produzione* (1931), essenzialmente un teorico dell'equilibrio. Il campo d'interesse iniziale di Hayek è lo studio dei cicli economici e la necessità di incorporare fenomeni ciclici all'interno della teoria dell'equilibrio economico generale, con la quale essi sono in apparente contraddizione.

Questi primi contributi teorici sono fortemente influenzati dalla teoria dell'equilibrio economico generale walrasiano, tra le cui ipotesi teoriche di partenza troviamo quella del "market clearing" e quella per cui gli agenti agiscono razionalmente nel loro proprio interesse.

La prima ipotesi: i prezzi e le quantità di tutti i mercati sono sempre in equilibrio, sebbene di breve periodo; seconda ipotesi: tutte le opportunità di scambio sono continuamente sfruttate. Per di più, la

razionalità individuale era estesa anche alle aspettative, cosicché le distribuzioni di probabilità soggettive dei prezzi non possano divergere sistematicamente dalla distribuzione oggettiva implicita nel modello.

In particolare, nella concezione hayekiana della teoria dell'equilibrio, era fondamentale il presupposto dell'equilibrio continuo di un'economia non monetaria; Hayek sosteneva: “un cambiamento nei dati conduce direttamente e immediatamente a un cambiamento dei prezzi”.

Per l'economista austriaco, ogni teoria dei cicli economici deve partire da un dato fondamentale: gli imprenditori hanno commesso errori. Tuttavia, in condizioni normali, gli errori imprenditoriali tenderanno a compensarsi a livello aggregato. La domanda fondamentale pertanto è: perché gli imprenditori commettono, tutti e simultaneamente, errori nella stessa direzione? La risposta data da Hayek sta nei segnali distorti inviati dai prezzi: i prezzi sui quali gli imprenditori hanno basato le proprie previsioni sul futuro hanno creato aspettative che devono necessariamente essere disattese. Il segnale di prezzo fondamentale è il tasso di interesse sui prestiti. La differenza tra ciò che Hayek, riprendendo Wicksell, chiama “tasso di interesse naturale” e il tasso vigente sul mercato sotto l'azione delle autorità di politica monetaria induce a investire in progetti che si riveleranno fatalmente inconsistenti rispetto alle scarsità reali e alle preferenze intertemporali.

Tuttavia, durante gli anni '30, Hayek sviluppa una riflessione che lo rende sempre più scettico circa la possibilità di applicare una teoria statica dell'equilibrio a una realtà che invece è ontologicamente dinamica: nutre dubbi circa l'appropriatezza scientifico-metodologica di una analisi dei processi dinamici propri di un'economia monetaria – quali sono i cicli economici, caratterizzati da incertezza e informazione incompleta – che sia affidata a una costruzione teorica, quella dell'equilibrio, in cui viene postulata la previsione perfetta da parte degli agenti.

Hayek acquista consapevolezza della ammissibilità di una previsione perfetta solo entro una costruzione logica quale quella del *tatônnement*, dove simultaneamente (e in anticipo) sono fissati su un singolo mercato tutti i prezzi, compresi quelli dei beni che saranno scambiati in futuro. Ma questo implica che l'ipotesi di previsione perfetta non possa essere utilizzata per capire e analizzare un mondo non governato da tal genere di organizzazione di mercato.

Per capire la svolta teorica di Hayek nell'ambito della riflessione sulla conoscenza va menzionato l'accrescimento della consapevolezza circa i limiti euristici della teoria dell'equilibrio, cui contribuì il suo coinvolgimento diretto nel grande dibattito sull'impossibilità del calcolo economico in un'economia socialista. E' proprio grazie alla riflessione sopra un sistema istituzionale operante in modo totalmente diverso rispetto al sistema di mercato – l'economia pianificata socialista – che Hayek riscopre il problema anticamente sollevato da Adam Smith, poi “addomesticato” tramite l'ipotesi di previsione perfetta e conoscenza completa degli agenti: come può una moltitudine di

agenti, ognuno dei quali coinvolto in una complessa e crescente divisione del lavoro, coordinare con successo le proprie azioni, dal momento che ciascuno possiede solo conoscenza locale, particolare e idiosincratice? Hayek risponde a questo interrogativo, cruciale per la comprensione della realtà economica, con una serie di lavori pionieristici che compariranno nella seconda metà degli anni '30 e negli anni '40.

Il primo di questi lavori scientifici, intitolato "Economia e conoscenza", fu pubblicato nel 1937. Il problema teorico al centro di questo saggio è il seguente: perché possano essere assunte come valide, le ipotesi che la teoria economica avanza circa la previsione e la conoscenza – e dalle quali scaturisce poi una spiegazione causale della realtà – devono essere supportate da una spiegazione circa il modo in cui la conoscenza è acquisita e comunicata.

Il problema centrale dell'economia è quello di capire come si attui il coordinamento tra i piani individuali di una moltitudine di singoli: piani fondati sull'informazione individuale e poi soggettivamente interpretati al fine di trasformarli in informazioni economicamente utilizzabili e in aspettative. Si ha equilibrio quando i piani degli individui condividono la stessa percezione della realtà oggettiva. La teoria standard dell'equilibrio bypassa questo problema semplicemente assumendo che la stessa conoscenza della realtà oggettiva è data a tutti gli agenti. Ma, seguendo le parole dello stesso Hayek, "l'affermazione per cui, se gli individui conoscono tutte le informazioni rilevanti sono in equilibrio è vera semplicemente perché questa è la definizione di equilibrio".

Ciò che la teoria economica deve farsi carico di spiegare è proprio il meccanismo empirico di acquisizione e trasmissione della conoscenza. Da qui una critica ai modelli con agente rappresentativo: se ci focalizziamo solo su un agente rappresentativo e applichiamo la pura logica della scelta, tutti i problemi di coordinamento vengono soppressi.

Il problema, come si pone nella realtà di tutti i giorni a un individuo, è: quali beni produrre e commerciare? Dove? Quando? Con chi? A quali prezzi? Questo problema lo si può cominciare ad affrontare non presupponendo che sia risolto a priori, bensì inoltrandosi nella comprensione di ciò che Hayek chiama, sulla scorta della "divisione del lavoro" di smithiana memoria, il problema della *divisione della conoscenza*, che può essere sintetizzato in: individui diversi conoscono cose diverse.

Il problema centrale dell'economia diventa, pertanto, quello di capire come sia possibile raggiungere l'equilibrio grazie all'interazione spontanea di un numero esorbitante di persone, ognuna delle quali possiede solo "frammenti" di conoscenza. Questo è il compito dell'economia; compito che Hayek riconduce a quello più generale proprio delle scienze sociali: spiegare le conseguenze *non volontarie* di azioni umane *volontarie*.

In questo contesto, Hayek ci dà un ulteriore spunto di riflessione. La teoria economica (NdR: quella non prasseologica) procede partendo da alcuni “dati”, dove col termine “dato” si intende qualcosa di preassegnato. Ma a chi si suppone che questi dati siano noti? All’economista osservatore o agli individui le cui azioni l’economista cerca di spiegare? E, in questo secondo caso, i medesimi dati sono noti a tutti gli individui che compongono il sistema oppure possono essere diversi per soggetti diversi?

Le relazioni di equilibrio non possono dedursi meramente dai fatti oggettivi, in quanto l’analisi dei piani e delle conseguenti azioni individuali non può che prendere le mosse da ciò che è a loro noto. Per mettere definitivamente a fuoco il cuore del problema sollevato da Hayek, conviene rifarsi direttamente alle parole dello stesso autore:

“Il problema che ci proponiamo di risolvere è: in che modo la spontanea interdipendenza di un certo numero di persone, ciascuna delle quali in possesso di un certo ammontare di informazioni, è in grado di determinare uno stato di cose in cui i prezzi corrispondono ai costi, etc, e che può essere realizzato attraverso una coordinazione consapevole solamente da qualcuno che disponga della conoscenza complessiva di tutti questi individui? E l’esperienza ci mostra che qualcosa del genere effettivamente avviene, dal momento che l’osservazione empirica secondo la quale i prezzi tendono a corrispondere ai costi ha costituito l’inizio della nostra scienza. Senonché, nella nostra analisi, anziché mostrare quali pezzi di informazione debbano possedere le differenti persone al fine di determinare quel risultato, ripieghiamo, in effetti, sull’ipotesi che ognuno sia a conoscenza di ogni cosa, escludendo così qualsiasi reale soluzione del problema” (Hayek, 1937, 3.30).

Ma qual è la conoscenza rilevante? Le aspettative di prezzo e la conoscenza dei prezzi correnti sono una porzione del problema della conoscenza. Il punto è capire perché i dati soggettivi a disposizione dei diversi soggetti corrispondano a fatti oggettivi. Questo tipo di conoscenza è dato per pacifico e acquisito dalle analisi di equilibrio e da tutte quelle costruzioni teoriche, quali l’economia del benessere, che usano come pietra di paragone l’equilibrio di concorrenza perfetta.

Il secondo apporto teorico di Hayek circa il ruolo della conoscenza appare nel 1945 con il nome “L’uso della conoscenza nella società”.

Hayek inizia ancora una volta chiedendosi quale sia il problema economico che la società si trova ad affrontare e ricostruendo quale procedura venga usualmente adottata dalla teoria economica per affrontarlo. Questa consiste nel porre delle ipotesi per poi dimostrare, con un procedimento logico-deduttivo, che si perviene all’allocazione ottima delle risorse.

Si parte da alcuni dati:

- tutte le informazioni rilevanti sono disponibili;
- sono date le preferenze e le dotazioni;
- sono date le tecniche di produzione.

Ma in realtà, date queste ipotesi, non rimane più nulla del problema economico, e arrivare all'allocazione ottimale è un puro procedimento logico-matematico che porta all'eguaglianza di tutti i saggi marginali di sostituzione ponderati per i rispettivi prezzi di tutti i beni e i fattori.

Il problema, tuttavia, non è questo, in quanto i “dati” sui quali si basa il calcolo economico non sono mai e mai potranno essere “dati”, per l'intera società, ad una singola mente che possa calcolarne le implicazioni.

“Il carattere particolare del problema di un ordine economico razionale è determinato precisamente dal fatto che la conoscenza delle circostanze di cui ci dobbiamo servire non esiste mai in forma concentrata o integrata, ma solamente sotto la forma di frammenti sparpagliati di conoscenza incompleta e, spesso, contraddittoria, che tutti gli individui possiedono separatamente” (Hayek, 1945, I).

Il problema economico non è pertanto quello di allocare risorse “date”, ma quello di utilizzare al massimo grado possibile la conoscenza che non appartiene a nessuno nella sua totalità. Per giudicare dell'efficienza relativa dei diversi tipi di sistemi e organizzazioni economiche dobbiamo vedere quale di essi consente un uso più esteso della conoscenza esistente. Sono più efficienti decisioni centralizzate o decisioni decentrate?

La conoscenza a cui si riferisce Hayek non è evidentemente quella scientifica, che può essere accentrata – salvo poi porsi il problema di scegliere, in base alla conoscenza di qualche decisore, chi sia veramente più esperto. Il Nostro si occupa di un altro tipo di conoscenza, apparentemente meno importante ma in realtà forse ancor più essenziale, un tipo di conoscenza che non può essere sintetizzata in leggi generali, come invece avviene per la conoscenza scientifica: *la conoscenza delle circostanze particolari di tempo e di luogo*. E' proprio rispetto a questo tipo di conoscenza che praticamente ogni individuo si trova in vantaggio rispetto a tutti gli altri, dal momento che egli possiede informazioni uniche che possono essere utilizzate con profitto solo se le decisioni che da esse dipendono vengono lasciate a lui: si tratta di conoscenza delle persone, delle condizioni locali, d'un uso particolare che si può fare di una macchina, di capacità specifiche di singole persone.

La capacità di un sistema di utilizzare questa mole immensa di conoscenza fa tutta la differenza tra sistemi in grado di contemplare e fronteggiare il cambiamento e sistemi che invece non sono in

grado di farlo. Difatti, ci ricorda Hayek, i problemi economici nascono sempre e solo in conseguenza di cambiamenti.

Il flusso continuo di beni e servizi, così stabile se osservato con le “lenti” degli aggregati statistici, è in realtà il risultato di un brulichio continuo di aggiustamenti deliberati a livello microeconomico, di ristrutturazioni decise alla luce di circostanze fino a ieri sconosciute. Il tipo di conoscenza che induce questi cambiamenti continui è di un genere che per sua natura non può essere condensato in statistiche e che pertanto non può essere trasmesso ad alcuna autorità centrale.

Dal momento che il problema economico della società consiste principalmente nel rapido adattamento ai cambiamenti che intervengono nelle particolari circostanze di tempo e di luogo, le decisioni finali devono essere lasciate alle persone che queste circostanze conoscono: che hanno cioè conoscenza diretta dei cambiamenti rilevanti e delle risorse immediatamente disponibili per farvi fronte. Solo decentrando le decisioni ci assicuriamo che la conoscenza delle particolari circostanze di luogo e di tempo sarà utilizzata con prontezza. Chi agisce localmente ha però la necessità di adattare le proprie decisioni all'intero quadro di cambiamenti del sistema economico.

Quali sono gli avvenimenti rilevanti per un agente economico? Praticamente quasi ogni avvenimento che si verifica in qualche parte del mondo potrebbe avere effetto sulle sue decisioni. Ma egli non ha bisogno di conoscere questi eventi in quanto tali, né tutti i loro effetti né i motivi per cui si verificano. Egli ha bisogno di conoscere quanto più o meno difficile sia diventato procurarsi un prodotto piuttosto che un altro, e con quanta maggiore o minore urgenza siano richieste le cose che produce e utilizza. Come ci spiega Hayek:

“[...] questo problema può essere risolto, e in effetti viene risolto, dal sistema dei prezzi [...]. Il grande contributo della Logica Pura della scelta consiste proprio nell'aver dimostrato, in maniera conclusiva, che perfino una mente singola di questo genere potrebbe risolvere questo tipo di problema solo costruendo o utilizzando continuamente saggi di equivalenza [...], cioè attribuendo a ciascun tipo di risorse scarse un indice numerico che non può essere ricavato da alcuna proprietà caratteristica di quella cosa particolare, ma che riflette, o nel quale è condensata, la sua importanza alla luce dell'intera struttura mezzi-fini” (Hayek, 1945, V).

In un sistema in cui la conoscenza dei fatti rilevanti è dispersa tra molti individui, i prezzi possono servire a coordinare le azioni separate di persone differenti. Il fatto più significativo di questo sistema è sostituito dall'economia della conoscenza con cui esso opera o, in altri termini, da quanto poco devono sapere i partecipanti individuali per essere in grado di agire nel modo giusto. E' un sistema di telecomunicazione che consente ai singoli produttori di sorvegliare solo i movimenti di pochi indicatori per adattare le proprie attività a cambiamenti di cui potrebbero non sapere mai nulla

di più di quanto si riflette nel movimento dei prezzi. Questo sistema è descritto da Hayek come “prodigioso” e lo è tanto più (o forse tanto meno) in quanto non è il prodotto di un disegno, ossia è il prodotto dell’umano agire ma non dell’umano ragionare: è il risultato di un processo a mano invisibile.

Questo sistema consente di estendere il campo di utilizzazione delle risorse al di là dello spettro di controllo di una singola mente, oltre a fornire, assieme al sistema di proprietà privata, gli incentivi che indurranno gli individui a fare le cose desiderate senza che qualcuno debba dire loro cosa fare.

Il sistema dei prezzi, conclude Hayek, rende possibile la più ampia divisione del lavoro e della conoscenza, consentendone il più ampio uso possibile.

Il nucleo teorico di Hayek è ormai ben delineato, e di lì a un anno gli permetterà di pubblicare un saggio in cui, partendo dalle considerazioni fin qui sviluppate, è lo stesso modello di concorrenza perfetta, in tutte le sue ipotesi e le sue “necessità logiche”, ad essere implacabilmente sezionato e criticato.

Il lavoro di cui parliamo è “Il significato della concorrenza”, del 1946, in apertura del quale Hayek punta il dito contro la pratica, che si era venuta diffondendo tra gli economisti, di giudicare i risultati prodotti dalla concorrenza nel mondo reale con i risultati prodotti dalla costruzione genuinamente teorica della concorrenza perfetta.

Il grave difetto della teoria della concorrenza perfetta, ci viene spiegato, è che essa descrive uno stato di cose che si verrebbe a creare quando fossero rispettate certe ipotesi, e che tuttavia ha ben poco da spartire con la concorrenza reale. Il paradosso, così come formulato da Hayek, è che in presenza di “concorrenza perfetta” la concorrenza reale diverrebbe inutile. Scrive il Nostro:

“La teoria moderna della concorrenza si occupa in maniera quasi esclusiva di uno stato, detto di <equilibrio concorrenziale>, in cui si suppone che i dati dei diversi individui si siano già tutti pienamente aggiustati gli uni agli altri, mentre il problema che richiede una spiegazione è quello relativo alla natura del processo attraverso il quale si realizza questo aggiustamento reciproco dei dati” (Hayek, 1946/1948, 1).

La concorrenza è per sua natura un processo dinamico le cui caratteristiche essenziali vengono eliminate dalle ipotesi sottese all’analisi statica.

Vediamo quali sono le condizioni necessarie richieste dalla teoria dell’equilibrio concorrenziale per avere concorrenza perfetta:

1. che una merce omogenea venga offerta e domandata da un grande numero di venditori e compratori relativamente piccoli, ossia che siano price-taker;

2. che vi sia libertà di entrata nel mercato e che non siano presenti altri vincoli al movimento dei prezzi e delle risorse;
3. che tutti coloro che operano nel mercato abbiano una conoscenza completa dei fattori rilevanti.

La terza condizione appare critica e oscura. Ovviamente non la si può interpretare nel senso banale e scorretto secondo cui ogni persona che opera nel mercato possiede una conoscenza perfetta di tutto ciò che accade, poiché sarebbe palesemente irrealistica.

Questa condizione, invece, richiede che i produttori e i venditori di un particolare tipo di bene conoscano qual è il più basso costo al quale si può produrre il bene stesso: ma questo è esattamente il risultato del processo concorrenziale, il quale consente di scoprire fatti prima ignoti, e non può mai rappresentare il punto di partenza di un processo concorrenziale. I dati dipendono dal processo e nascono da questo: non esistono indipendentemente dal processo.

Questa terza ipotesi mette in conto anche l'altra faccia della medaglia: che i produttori siano informati circa i desideri e le richieste dei consumatori, inclusi i tipi di beni e servizi che essi domandano e i prezzi che sono disposti a pagare. Tuttavia questi non possono in alcun modo essere considerati fatti noti, poiché proprio questi sono i fatti che la concorrenza si incarica di scoprire.

Analogo discorso vale per quanto riguarda le conoscenze degli stessi consumatori circa i prodotti desiderati e i relativi prezzi: anche questo è un tipo di conoscenza che non è data a priori ma che emerge solo grazie al dispiegarsi del processo concorrenziale.

Attività autenticamente concorrenziali quali la pubblicità e la competizione tra commercianti per guadagnarsi la fiducia della clientela sono bandite dalla teoria della concorrenza perfetta, secondo la quale l'unica azione concorrenziale è quella di produrre al minimo costo. Ma le relazioni personali con il negoziante o il fatto di affidarsi ad un marchio conosciuto sono scorciatoie informative che ci permettono di economizzare i costi legati alla ricerca dei prodotti.

La stessa differenziazione del prodotto è un risultato della concorrenza reale fortemente auspicabile, in quanto i bisogni individuali sono altamente differenziati; al contrario, da parte della concorrenza perfetta, è vista come tentativo di crearsi un monopolio, giacché andrebbe a soddisfare le condizioni affinché la curva di domanda non risulti più essere orizzontale.

“Le ragioni per cui la concorrenza in questo campo è definita imperfetta non hanno nulla a che vedere con il carattere concorrenziale delle attività di chi vi opera; esse risiedono solo nella natura delle merci o dei servizi stessi” (Hayek, 1946/1948, 2).

Va notato, a questo proposito, che due prodotti sono sempre e necessariamente diversi in quanto, anche se fisicamente uguali, sono prodotti in luoghi diversi e quindi si renderanno disponibili per il consumatore in periodi e a costi diversi: il ruolo della concorrenza è esattamente quello di risolvere i problemi derivanti da queste situazioni. Il mercato è un processo di tentativi ed errori attraverso i quali i singoli agenti apprendono gradualmente le circostanze rilevanti. Oltre ad apprendere, gli agenti stessi creano queste condizioni: ad esempio quando compiono investimenti sbagliati che verranno poi convertiti in capitale complementare per piani di investimento diversi.

“Il termine di confronto, rispetto al quale si dovrebbero giudicare i risultati della concorrenza, non può essere una situazione che differisce dai fatti oggettivi e che non si può ottenere con alcun mezzo noto; dovrebbe, piuttosto, essere la situazione che esisterebbe se si impedisse alla concorrenza di funzionare. La verifica dovrebbe basarsi non sulla capacità di avvicinarsi ad un ideale irraggiungibile e privo di senso, ma piuttosto sulla capacità di realizzare dei miglioramenti rispetto alle condizioni che esisterebbero se non ci fosse concorrenza” (Hayek, 1946/1948, 3).

Pensiamo a cosa succede in una situazione in cui siano solo individui in possesso di autorizzazione a poter produrre determinati beni: questi beni non saranno prodotti da chi, in condizioni di concorrenza reale, li produrrebbe al costo più basso. Ci sarebbe ben poca relazione tra i prezzi effettivi e il costo minimo a cui qualcuno sarebbe in grado di produrre.

Il problema è quello di scoprire quali beni siano in grado di soddisfare i bisogni dei consumatori nella maniera più economica possibile. Se qualcuno può produrre un bene esistente sul mercato al 50% in meno rispetto al costo di produzione, si può già parlare di un notevole guadagno se il prezzo sarà ridotto del 25%: e ciò sarà reso possibile solo dalla concorrenza, in quanto in assenza di concorrenza non si verrebbe a scoprire se qualcuno possa produrre o meno a costi di produzione inferiori del 50%.

A ciò si aggiunge un ulteriore iato tra teoria e realtà, giacché mentre la teoria della concorrenza perfetta stabilisce quale dovrebbe essere il comportamento dell'impresa nel lungo periodo, in realtà il problema economico che si pone continuamente è quello di vedere come l'impresa possa utilizzare nella maniera migliore possibile impianti frutto di investimenti pregressi e capacità acquisite dei propri dipendenti. Il problema sta nell'adattamento continuo a condizioni sempre mutevoli, nel tentativo di sfruttare al meglio risorse esistenti prodotte da “accidenti storici”.

Per dare forza al proprio argomentare, Hayek si rifà all'esempio usato (anche oggi) per illustrare le caratteristiche di un mercato perfettamente concorrenziale, quello del grano. Questo è un mercato altamente organizzato di una merce completamente standardizzata e prodotta da molti agenti. Ma questo, ci dice il Nostro, è anche il campo in cui c'è meno bisogno delle attività

concorrenziali, in quanto c'è ben poco da scoprire. I modi migliori di produrre la merce, le sue caratteristiche e i suoi possibili usi sono più o meno noti a tutti i membri del mercato. La concorrenza è fondamentale quando intervengono cambiamenti, e per le caratteristiche peculiari di questo mercato l'adattamento concorrenziale ai cambiamenti sarà velocissimo.

La concorrenza è tanto più rilevante quanto più "imperfette" sono le condizioni oggettive del mercato in cui essa opera: quando c'è grande varietà di quasi-sostituti, quando ancora si devono scoprire tutti gli usi alternativi del bene, quando ci sono metodi di produzione o risorse più efficienti da utilizzare per produrla.

Le condizioni oggettive richieste dalla teoria della concorrenza perfetta non devono pertanto segnare il discrimine tra situazioni in cui la concorrenza è desiderabile e situazioni in cui non lo è. Sono invece condizioni che, se presenti, produrranno un certo risultato in seguito all'operare della concorrenza: che è poi il risultato previsto dalla stessa teoria. Tuttavia la necessità della concorrenza non è minore: è anzi forse maggiore nelle situazioni in cui essa non può che essere "imperfetta".

Ciò che è davvero fondamentale ai fini del reale operare del meccanismo concorrenziale è l'assenza di vincoli governativi, quali ad esempio quelli che subordinano alla concessione di licenze, o simili, la possibilità di produrre determinati beni.

Il punto è che la distanza tra una situazione di concorrenza e una non di concorrenza è enormemente maggiore rispetto a quella che separa la concorrenza perfetta dalla concorrenza imperfetta. Per tirare le somme, ci affidiamo una volta di più alle parole di Hayek:

“Molto più serio del fatto che i prezzi possano non corrispondere ai costi marginali è il fatto che, con un monopolio ben protetto, è assai probabile che i costi siano molto più alti del necessario. D'altro canto, un monopolio basato su una maggiore efficienza fa relativamente pochi danni, fino a quando vi sia la sicurezza che esso sparirà non appena qualcun altro diventi più efficiente nel soddisfare le esigenze dei consumatori” (Hayek, 1946/1948, 5).

In conclusione, vale ricordare il lavoro, dal titolo "La concorrenza come procedura di scoperta del nuovo", che Hayek pubblica nel 1968 quasi a compendio dei risultati della propria ricerca sul ruolo della conoscenza nel mercato e sulla concorrenza quale procedimento di scoperta.

Hayek riprende qui la sua critica nei confronti del modo in cui la teoria economica ha affrontato il tema della concorrenza, e in apertura di saggio scrive:

“Se qualcuno realmente sapesse tutto ciò che la teoria economica chiama “dati”, la concorrenza sarebbe in effetti un metodo molto inefficiente per assicurare l'aggiustamento rispetto a questi fatti” (Hayek F., 1968, I).

Ciò che Hayek intende è che la concorrenza è giustificabile proprio in quanto noi non conosciamo mai in anticipo le variabili che determinano le azioni di quanti operano nel sistema concorrenziale. La prima conseguenza è che la concorrenza ha valore solo perché, e in quanto, i suoi risultati sono imprevedibili, e nel complesso diversi da quelli che qualcuno si è proposto, o avrebbe potuto proporsi, di raggiungere in maniera deliberata.

Un interessante risvolto metodologico di questa asserzione: i casi in cui l'impiego della concorrenza si rivela interessante sono anche quelli in cui noi non conosciamo in anticipo i fatti che la concorrenza dovrebbe scoprire; pertanto non sappiamo mai quanto questa sia stata efficace nello scoprire fatti che potevano essere scoperti.

La concorrenza condivide questo suo carattere sperimentale (ossia il non poter prevedere cosa andrà a scoprire) con il metodo scientifico, mentre ne differisce in quanto essa mira a scoprire fatti particolari rilevanti per obiettivi temporanei, laddove la scienza mira a scoprire regolarità generali.

La teoria economica parte da un'offerta "data" di beni scarsi, ma in realtà è proprio la concorrenza che deve scoprire quali beni siano scarsi, o quali cose siano beni e quanto essi siano scarsi.

Ciò che fa il sistema dei prezzi è comunicare agli individui cosa è diventato più o meno richiesto: gli dice cosa fare, non tanto il modo in cui farlo.

Ricorriamo ancora, per l'ultima volta, alle parole dello stesso Hayek:

"I prezzi dirigono l'attenzione degli individui verso quello che vale la pena di scoprire su ciò che il mercato offre per quanto riguarda i vari beni e servizi.

[...]

Il mercato garantisce che qualunque cosa venga prodotta sia di fatto prodotta da persone che lo possono fare più a buon mercato di chiunque non produce quella cosa, ed inoltre garantisce che qualunque prodotto venga venduto ad un prezzo più basso di quello a cui chiunque di fatto non lo produce potrebbe offrirlo.

[...]

L'unico punto sulla, o ragionevolmente vicino alla, frontiera delle possibilità di produzione che sappiamo come raggiungere è quello cui arriviamo se lasciamo che sia il mercato a determinarlo"
(Hayek F., 1968, IV).

La teoria della concorrenza perfetta

La teoria della concorrenza perfetta analizza la determinazione dei prezzi e delle quantità nell'ambito di un certo numero di "forme di mercato" alternative.

La concorrenza perfetta è antitetica rispetto alla concorrenza reale in quanto, mentre in quest'ultima gli imprenditori cercano di "superarsi" migliorando continuamente il modo di produrre, vendere, commercializzare, nella prima è perfettamente inutile tentare di realizzare qualcosa in modo migliore, in quanto l'unica scelta possibile è quella di accettare il verdetto del mercato.

La differenza tra le accezioni di concorrenza come "stato" e concorrenza come "processo" risale a quella tra lo Smith interessato alla concorrenza come *processo* attivo e il Cournot interessato agli *effetti* della concorrenza.

Il modello della concorrenza perfetta viene, difatti, definito inizialmente da Cournot, nel suo lavoro del 1838, "Mathematical Principles of the theory of wealth". La definizione che Cournot dà della concorrenza è quella di "una situazione in cui il prezzo non varia con la quantità, in cui la curva di domanda che si trova davanti l'impresa è orizzontale". Da questa definizione risulta come Cournot fosse interessato all'effetto finale del processo concorrenziale, ossia il fatto che ogni impresa alla fine di questo processo non potesse esercitare la benché minima influenza sul prezzo del prodotto, essendo il numero di imprese produttrici dello stesso praticamente illimitato; ogni impresa è price-taker. Questa è la descrizione di una situazione, di uno stato appunto; non di un processo.

Il secondo aspetto centrale della concorrenza perfetta viene definito da Jevons nel 1871, nel suo "The theory of Political Economy", come il possesso da parte di ogni attore del mercato di informazione perfetta. Ciò significa che ogni produttore conosce il prezzo minimo a cui è venduto il dato bene.

E' di Frank H. Knight ("Risk, Uncertainty and Profit", 1921) la definizione canonica delle condizioni necessarie alla concorrenza perfetta:

1. numero infinito di venditori e compratori;
2. mobilità totale delle risorse (affinché sia garantita l'equalizzazione del rendimento di ogni risorsa in ogni possibile uso);
3. conoscenza e previsione perfette;
4. infinità divisibilità dei beni.

I teorici della concorrenza monopolistica, Chamberlin su tutti (Competition as a Dynamic Process, 1961) non sono riusciti a capire che il limite del modello della concorrenza perfetta non sta tanto nel fatto di postulare delle ipotesi troppo poco verosimili, quanto nel considerare tutti i risultati come

già raggiunti a prescindere dal tipo di processo che “intercorre” tra uno stato iniziale in cui valgono le date ipotesi e lo stato finale in cui i risultati sono prodotti. Ossia, anch’essi hanno un modello esclusivamente di equilibrio.

Dal punto di vista della teoria della concorrenza perfetta, per imperfezione della concorrenza generalmente si intende solo assenza di perfetta elasticità delle curve di domanda che i venditori hanno di fronte a sé: ciò che preclude l’assenza di controllo sul prezzo del singolo partecipante al mercato, ossia il suo essere price-taker.

Se ci si riferisce, invece, alla concorrenza come processo non si può individuare un ostacolo alla stessa nella descrizione di tipi particolari di azioni, in quanto non esiste un modello di azioni che, in sé, sia necessariamente incompatibile con il processo di mercato concorrenziale: ciò è vero in quanto un’attività di controllo parziale del prezzo non “inceppa” il meccanismo, il processo di ricerca di nuove opportunità.

Cosa impedisce, invece, questa competizione nella ricerca di nuove opportunità? **La concorrenza, nel senso di processo, è presente, almeno potenzialmente, sino a che non ci sono impedimenti arbitrari all’ingresso.**

La teoria del monopolio

Per quanto riguarda il concetto di monopolio, mentre tradizionalmente questo concetto si riferiva alla condizione di un venditore che ha il controllo dell’offerta ed è protetto dalla possibilità che altri entrino nel mercato, con l’influenza delle teorie della concorrenza imperfetta e monopolistica e la conseguente attenzione posta sul caso opposto della concorrenza perfetta, si è giunti a vedere la presenza di un certo grado di monopolio in tutte le situazioni in cui la curva di domanda che un venditore ha di fronte a sé non è perfettamente orizzontale.

Ma questo concetto di monopolio perde di validità se ci poniamo all’interno della teoria della concorrenza come *processo*. L’attività competitiva può essere bloccata solo se un produttore ha il controllo esclusivo sui fattori necessari, oltre che, ovviamente, da ostacoli posti dall’operatore pubblico. Pertanto, il monopolio non si riferisce alla posizione del produttore che, senza avere controllo sulle risorse, si trova a essere l’unico produttore di un prodotto particolare: tale produttore è completamente soggetto al processo di mercato della concorrenza, dal momento che gli altri imprenditori sono perfettamente liberi di mettersi in concorrenza con lui. La forma della curva di domanda non ha nessuna attinenza col fatto che il produttore sia monopolista.

In realtà neanche il controllo esclusivo della risorsa tutela il monopolista dalla concorrenza in quanto altri imprenditori possono decidere di entrare in campi di attività molto simili (inclusa la produzione dello stesso bene con risorse diverse). Il fatto è che la tranquillità dell'esistenza del monopolista, per la natura stessa della sua posizione, è soggetta all'influenza della turbolenza della concorrenza che circonda la sua attività e interferisce con essa.

La teoria della concorrenza monopolistica fallisce nel capire che la qualità di un prodotto, così come il suo prezzo, è una variabile economica; in una situazione di disequilibrio, così come ci vorrà tempo per arrivare a un prezzo unico, così ci sarà una costellazione di prodotti di qualità diverse: ciò che si presenta chiaramente come un sintomo del processo concorrenziale è stato considerato come una caratteristica della concorrenza monopolistica afferente al monopolio. La teoria non è stata capace di identificare questi come chiari sintomi di "concorrenza in corso", di disequilibrio.

Ma la teoria della concorrenza monopolistica è anche scorretta come teoria dell'equilibrio, in quanto non esiste motivo economico per cui, in presenza di libertà di entrata, un'impresa non possa duplicare e imitare del tutto il prodotto di un'altra impresa che dà profitti positivi e che non detiene il controllo esclusivo delle risorse: le curve di domanda, insomma, diventeranno orizzontali.

Se la struttura iniziale delle risorse ha distribuito una particolare risorsa tra *molti* proprietari, ma un imprenditore lungimirante acquista da solo l'intera offerta, egli avrà acquisito una posizione di monopolio (grazie a un'azione di prontezza imprenditoriale). Nel momento successivo, in cui utilizza la proprietà esclusiva della risorsa, è un monopolio protetto. Se valutiamo i benefici che tale imprenditore trae dal mercato per il fatto di essere l'unico proprietario della risorsa, li attribuiamo alla posizione forte del monopolista; allo stesso tempo, però, possiamo attribuirli al corso dell'azione imprenditoriale, grazie alla quale egli ha raggiunto tale posizione. La situazione finale può essere valutata adottando un punto di vista di breve periodo, in cui la posizione del monopolista è un dato, o da un punto di vista di lungo periodo, in cui l'esistenza stessa di tale posizione si spiega in termini di processo di mercato concorrenziale.

I sunk-cost ci aiutano ad operare una differenziazione tra breve e lungo periodo, riferendoci a questi come definenti diverse prospettive future (di lunghezza temporale diversa) che sono rilevanti per prendere decisioni circa corsi di azioni imprenditoriali. Ciò significa che possiamo ad esempio considerare "di lungo periodo" la decisione di creare ex-novo un impianto con cui produrre scarpe, mentre "di breve periodo" la decisione relativa all'intensità di utilizzazione dell'impianto stesso. I costi che si fronteggiano nelle due decisioni sono radicalmente diversi, dal momento che nella seconda decisione non teniamo in minimo conto dei costi sostenuti per produrre l'impianto.

Lo stesso progetto che viene ora considerato una cattiva proposta dal punto di vista del lungo periodo può tranquillamente rivelarsi conveniente da una prospettiva di breve periodo. La redditività di un progetto può essere valutata solo rispetto alla data di decisione che ha messo in moto il progetto.

La possibilità di valutare gli eventi da più di un punto di vista deriva dalla circostanza che tali eventi non sono il risultato di una singola decisione, ma di una sequenza di decisioni necessarie.

Dal momento che i fenomeni di mercato rappresentano spesso il risultato di una lunga catena di decisioni (in cui ognuna è il presupposto della decisione successiva), un processo di mercato che può apparire concorrenziale da un punto di vista può rivelarsi monopolistico se valutato da un punto di vista diverso.

Consideriamo il caso in cui un produttore, che sia l'unico proprietario di una risorsa particolare, abbia raggiunto la sua posizione monopolistica acquistando tutti i diritti di quella risorsa. Questo produttore utilizza poi questa risorsa in modo monopolistico, attraverso decisioni relative al prezzo e alla quantità. Questa situazione può essere valutata secondo due differenti punti di vista:

1. Se definiamo le decisioni relative alla quantità di prodotto e al prezzo *dal punto di vista di chi considera la proprietà monopolistica della risorsa come data* (ossia da una prospettiva di **breve periodo**), le si definirà semplicemente come decisioni del monopolista.
2. Se invece classifichiamo questo caso dal punto di vista del **lungo periodo**, cioè *dalla data precedente l'acquisto, da parte del nostro "monopolista", dell'intera offerta della risorsa essenziale*, vediamo che prima di questa data l'offerta della risorsa non era in alcun modo monopolista: tutti potevano acquistarla. Il risultato "monopolistico" non è altro che la conseguenza di un processo concorrenziale e i profitti che egli ricaverà lo sono altrettanto.

Quegli stessi introiti che, dal punto di vista del breve periodo, appaiono come rendite monopolistiche, acquisite sfruttando la posizione di proprietà esclusiva delle risorse, si rivelano profitti imprenditoriali puri nella prospettiva di lungo periodo.

A ciò si aggiunga un'altra considerazione di capitale importanza. L'individuazione dei costi del monopolio da una prospettiva di equilibrio concorrenziale si focalizza inevitabilmente ed esclusivamente sulla "perdita secca" in termini di allocazione sub-ottimale in un contesto statico: il costo marginale non è uguale al prezzo e quindi le risorse potrebbero essere utilizzate in modo allocativamente ottimo aumentando la produzione fino a che non sia raggiunta l'eguaglianza tra i due. La prospettiva austriaca, al contrario, focalizza la propria attenzione (e fa derivare le sue indicazioni di policy) sugli effetti dinamici, di processo, di un eventuale intervento pubblico teso a

ricreare le condizioni di concorrenza perfetta – e questi effetti consistono nell’inibire l’innovazione e la sperimentazione di modi di produrre sempre nuovi e sempre migliori rispetto a quelli dei concorrenti, il cui scopo è quello di continuare a godere di un profitto “monopolistico”. Anche se è difficile quantificare la perdita derivante dall’inibizione dei processi innovativi, sembra certo che questa sia molto maggiore della perdita secca “statica”.

Quando si è in presenza di una restrizione monopolistica dell’accesso alle risorse, potrebbe sembrare pertanto che l’interesse dei consumatori sia quello di premere per una politica atta a eliminare il controllo esclusivo della risorsa da parte del monopolista. Ma una politica del genere, sebbene giustificata in un’ottica di breve periodo, può non essere sostenuta da una visione di lungo periodo: l’imprenditore che si è assicurato la proprietà esclusiva della risorsa può aver percepito l’importanza che i consumatori attribuiscono al prodotto a differenza di quanto fatto da tutti gli altri imprenditori. In questo modo il monopolista offre ai consumatori dei prodotti che sono preferiti rispetto a quelli precedentemente offerti e quindi la distribuzione delle risorse è migliorata. L’imprenditore offrirà quel prodotto allettato dalla prospettiva di profitti monopolistici; il suo piano, composto da una sequenza di atti di cui il primo è l’acquisizione esclusiva delle risorse, si basa sull’aspettativa finale di profitti monopolistici. Abrogare i diritti del monopolista non può annullare i vantaggi che i consumatori hanno maturato sin da quando il potenziale monopolista ha compiuto le prime transazioni. Ma una politica economica che arbitrariamente confischi agli imprenditori le posizioni sicure di redditività non può che scoraggiare analoghe azioni imprenditoriali per il futuro. E dato che queste azioni comportano un miglioramento nella distribuzione delle risorse dal punto di vista dei consumatori, qualsiasi atto di scoraggiamento è da condannarsi.

Se si abbandona il modello neoclassico della concorrenza perfetta si può riflettere in modo alternativo sulle conseguenze reali della tendenza al gigantismo delle corporation. Nella concorrenza perfetta, il fatto che queste non siano price-taker e che abbiano un potere di mercato è visto come un grave difetto e un allontanamento dall’equilibrio concorrenziale allocativamente ottimo. Tuttavia queste imprese sono caratterizzate da un alto livello di organizzazione nonché da una presenza integrata in varie branche e settori produttivi, nonché da una struttura finanziaria solida. Avendo capitale investito già in settori diversi e routine organizzative rodute, efficienti e consolidate, queste imprese possono velocemente approfittare di opportunità di investimento sorte nei vari settori e, di certo, lo faranno più velocemente rispetto a chi deve fondare da zero una nuova impresa. Per di più, la loro solidità finanziaria gli permetterà di bypassare i problemi di azzardo morale e informazione asimmetrica che sono all’origine del razionamento del credito nei confronti di chi non può fornire adeguati collaterali.

Molto diverso è il caso in cui un imprenditore è l'unico a produrre un bene perché lo ha fatto per primo ma non è ancora stato imitato da alcuno, senza che tuttavia egli detenga l'accesso esclusivo a risorse limitate. Questo secondo imprenditore rimarrà "monopolista" solo fino a che qualche altro imprenditore non scoprirà come offrire al mercato alternative che non siano meno allettanti di quelle che egli ha già scoperto.

La pubblicità

Gli imprenditori competono l'uno con l'altro, nel senso del processo, cercando di offrire sul mercato opportunità migliori. Ma offrire opportunità migliori non significa solo prezzi più bassi, bensì significa anche offrire qualcosa che i consumatori cercano più intensamente.

Ciò significa che la teoria dell'economia positiva non può fornire alcuno strumento utile per distinguere tra i cosiddetti costi di vendita e i costi di produzione in quanto entrambi si riferiscono a costi che l'imprenditore deve sostenere, nel momento in cui tenta di offrire opportunità che i partecipanti al mercato considerano più allettanti rispetto a quelle disponibili. Il produttore deve non solo vendere il prodotto disponibile al consumatore ma deve anche allertare lo stesso della disponibilità del prodotto.

La differenziazione del prodotto non è più quindi una caratteristica di un mercato non perfettamente concorrenziale in stato di equilibrio, bensì è il tratto distintivo del dispiegarsi della concorrenza in un mercato in disequilibrio. Così come un prezzo può essere spinto in alto o in basso verso il suo livello di equilibrio, altrettanto la qualità del prodotto può essere spinta verso il "prodotto di equilibrio": il prodotto non è un dato conosciuto a priori.

E' la giusta identificazione dei fini e dei mezzi rilevanti (piuttosto che l'utilizzazione efficiente dei mezzi attraverso cui si raggiungono i fini) che fa "buona" la decisione circa la qualità del prodotto.

La pretesa incompatibilità tra gli sforzi di vendita (specialmente la pubblicità) e la concorrenza è stata accettata, per molti anni, quasi unanimemente. Due erano le circostanze che venivano generalmente addotte a sostegno di questa posizione. Da un lato, mettendosi all'interno del framework teorico della concorrenza perfetta, le condizioni caratterizzanti la stessa rendono inutile gli sforzi di vendita: anche in assenza di pubblicità il mercato di concorrenza assorbe, al prezzo di mercato, qualunque quantità le imprese vogliano vendere. Ciò significa che, se nel mercato reale si fa pubblicità, ciò deve essere attribuito alla presenza di elementi monopolistici nella struttura del mercato.

Inoltre la pubblicità è stata considerata anche *responsabile* dell'emergere di caratteristiche monopolistiche nella struttura dei mercati. Gli sforzi di vendita consentirebbero ai produttori di differenziare i loro prodotti agli occhi del pubblico, permettendo quindi ai produttori di ritagliarsi segmenti di mercato in cui la domanda per i propri prodotti non è orizzontale. Allo stesso tempo si è ammesso che la pubblicità viene fatta "competitivamente", per strappare clienti ai concorrenti.

La pubblicità e gli sforzi di vendita sono attività che gli imprenditori compiono nel tentativo di porre davanti al consumatore opportunità più intensamente desiderate. Pertanto sono attività pienamente concorrenziali che non pongono nessun ostacolo al dispiegarsi del processo concorrenziale ma anzi ne sono una chiara manifestazione.

La pubblicità modifica il tipo di opportunità disponibili sul mercato, ossia altera il carattere delle opportunità nell'unico senso che questa parola può avere, ossia nel senso di percezione soggettiva delle opportunità: lo sfruttamento di tali opportunità di profitto, da parte degli imprenditori, è esattamente dello stesso tipo dell'attività imprenditoriale di ricerca del profitto in generale. Questa attività viene necessariamente svolta in modo concorrenziale, cioè procede attraverso i tentativi, da parte di ciascun imprenditore, di offrire al mercato opportunità che, allo stato della sua conoscenza, non sono meno allettanti, per i consumatori, delle opportunità presentate dagli altri. Questo è semplicemente un caso speciale della concorrenza qualitativa.

- *Critica alla pubblicità*: la pubblicità differenzia "monopolisticamente" il prodotto agli occhi del consumatore.
- *Replica austriaca* (basata sul concetto di concorrenza come processo): l'unico elemento dirimente è quello se l'attività pubblicitaria effettuata allo scopo di differenziare il prodotto sia o meno aperta anche ai concorrenti (libertà di entrata).

Le critiche che condannano la pubblicità in quanto spreco hanno come premessa comune l'idea che, nel momento in cui il consumatore paga, per un prodotto, un prezzo abbastanza alto da includere le spese in pubblicità sostenute per la commercializzazione, egli sta pagando più del costo minimo necessario ad assicurare la disponibilità del prodotto.

La critica della pubblicità si appunta anche sul ruolo che essa ha nel cambiare i gusti dei consumatori. Questa critica dà una valutazione negativa della pubblicità:

- a) sulla base dei gusti del consumatore, così come questi emergono dalle curve di domanda dello stesso prima dell'attività pubblicitaria e
- b) sulla base dell'ipotesi che tali gusti fossero già noti, prima di tale attività, a coloro i quali assumono le decisioni.

Da queste premesse segue, logicamente, il giudizio per cui le risorse impiegate in pubblicità sono sprecate perché, dal punto di vista della domanda rilevante del consumatore, esse non possono migliorare la distribuzione delle risorse. Inoltre, nella misura in cui la pubblicità altera le scelte dei consumatori, la distribuzione delle risorse tra i prodotti che ne deriva, se valutata sulla base della struttura della domanda che si è dichiarata rilevante, non può non risultare inefficiente e uno spreco.

Alla base c'è un giudizio di valore, nonché un'errata identificazione della situazione prevalente precedentemente allo sforzo pubblicitario quale situazione di equilibrio. Il giudizio di valore è quello per cui i gusti prevalenti prima della pubblicità siano una rappresentazione più importante della verità rispetto a quelli prevalenti dopo la pubblicità.

Ma queste argomentazioni crollano non appena si ammette l'esistenza della concorrenza imperfetta.

In realtà gli imprenditori non conoscono a priori le curve di domanda dei consumatori bensì implementano dei programmi di produzione e di vendita dei prodotti sulla base di quelle opportunità che loro *prevedono* che saranno cercate dai consumatori: pertanto i bisogni dei consumatori che possono essere considerati rilevanti per la discussione dell'efficienza delle decisioni di produzione sono solo quelli che si manifestano *dopo* che le decisioni di produzione hanno presentato le opportunità davanti ai consumatori.

Il fatto è che, sino a quando non si raggiunge l'equilibrio, i produttori sono costretti a fare congetture sulla qualità precisa del prodotto che susciterà l'interesse dei consumatori. Il processo concorrenziale consiste nel selezionare per tentativi ed errori le opportunità da presentare ai consumatori. La pubblicità è uno dei modi più importanti tramite i quali gli imprenditori scoprono la struttura di domanda dei consumatori. Se si vuole condannare la pubblicità in quanto spreco, lo si può fare solo assumendo la totale onniscienza degli individui. Gli eventuali "sprechi" sono dovuti all'imperfezione della conoscenza e non al tentativo di rimediare.

Critica all'economia del benessere

La critica all'economia del benessere è quella mossa inizialmente da Hayek nella forma:

“nell'impostazione consueta della teoria del benessere il problema da risolvere è quello di trovare il modo migliore di utilizzare le risorse disponibili, nell'ipotesi che noi possediamo tutte le informazioni rilevanti riguardo al sistema dato delle preferenze e ai vari mezzi disponibili”.

Il problema posto in questi termini, tuttavia, è prettamente logico o matematico; la soluzione è implicita negli assunti che lo identificano. Continua Hayek:

“non è assolutamente questo il problema economico che la società deve affrontare [...] i “dati” sui quali si basa il calcolo economico non sono mai, e mia potranno essere, “dati” per l’intera società a una singola mente che possa calcolarne le implicazioni [...]. Il problema economico è quello di utilizzare la conoscenza che, nella sua totalità, non è mai data per nessuno”.

Per l’economia del benessere la funzione sociale del mercato è quella di uno strumento di calcolo che generi le giuste soluzioni per il sistema di equazioni che identificano la distribuzione ottima. Per Hayek, invece, la funzione sociale del mercato è quella di un meccanismo per comunicare informazione, di strumento sociale per mobilitare tutti i frammenti di conoscenza sparsi nell’economia. L’analisi ortodossa del benessere assume che il compito sociale, di importanza cruciale, di rendere disponibile a coloro i quali assumono le decisioni i frammenti sparsi di informazione è già stato portato a termine.

Nella consueta economia del benessere si utilizza la scatola di Edgeworth per mostrare che là dove le curve di indifferenza delle parti si intersecano, c’è spazio per uno scambio che sia vantaggioso per entrambi. Ovviamente, lo scambio può in effetti non aver luogo, nonostante la presenza delle condizioni per uno scambio reciprocamente vantaggioso, perché la conoscenza è imperfetta. Questa situazione crea un’opportunità che può essere sfruttata imprenditorialmente da un’azione che elimini la *mancaza di coordinamento*. È possibile valutare il successo di un sistema di organizzazione sociale nel promuovere il coordinamento delle decisioni dei suoi singoli membri.

In un’economia di mercato, ciascuna opportunità di coordinamento non sfruttata rappresenta un’opportunità di profitto imprenditoriale. Il mondo dell’equilibrio di mercato non può essere valutato sulla base del successo nel coordinare i frammenti di informazione perché per ipotesi non esiste ignoranza.

Lo stato di equilibrio è quello in cui tutte le azioni sono perfettamente coordinate, ciascun partecipante al mercato combina le sue decisioni con quelle che egli (con precisione perfetta) prevede gli altri partecipanti prenderanno.

Nel sistema dei prezzi di equilibrio, ogni individuo che prende le decisioni dispone di una serie di segnali pienamente coordinati che permette a tutti i piani di coincidere. Nel processo di mercato, invece, gli stessi segnali trasmessi dai prezzi si *sviluppano* attraverso un processo di apprendimento che è regolato volta per volta da una serie provvisoria di prezzi. Questo processo di apprendimento spinge i piani verso un coordinamento sempre migliore.

Man mano che il processo di riequilibrio procede, esso identifica situazioni sempre più scoordinate e allo stesso tempo diffonde in aree sempre più ampie del mercato le informazioni percepite grazie all’azione imprenditoriale.

Esistono opportunità di profitto imprenditoriale ogni qual volta c'è spazio per un coordinamento più completo dei piani individuali. Per appurare la mancanza di coordinamento tra i piani dei partecipanti al mercato è sufficiente individuare le opportunità di profitto: i profitti si trovano là dove i frammenti di informazione non sono stati coordinati.

La questione fondamentale in un confronto Stato-mercato deve riguardare la capacità dei due sistemi di sottoporre all'attenzione di chi assume le decisioni le opportunità disponibili. È cioè necessario che siano presenti quegli incentivi necessari non solo a sfruttare le opportunità esistenti, ma anche a scoprire le opportunità teoricamente già disponibili e tuttavia non ancora scoperte. Con una direzione statale, in assenza di onniscienza, non è affatto chiaro quali siano i sostituti dell'incentivo al profitto – non solo per stimolare lo sfruttamento delle opportunità socialmente desiderabili, ma per portare all'attenzione la loro stessa esistenza.

Il pericolo nasce dal fatto che l'economia del benessere ortodossa si concentra sullo stato di cose che è ottimale *una volta raggiunto*, invece che sul *processo* attraverso il quale è possibile migliorare stati sub-ottimali.

L'eliminazione dello scoordinamento tra le decisioni esistenti – ossia l'evoluzione del sistema – costituisce un parametro estremamente adatto per un'impostazione normativa che sia immune dai pericoli del *ragionamento nirvana*, quale è quello adottato dall'economia del benessere (cadendo nella trappola del realismo concettuale) quando confronta la situazione reale con un irrealistico stato di equilibrio pareto-ottimale.

Le esternalità di cui parla l'economia del benessere possono benissimo non essere notate, ovvero, è possibile che non siano presi in considerazione modi per rimediare a queste esternalità: l'economia del benessere dà sempre per scontato che tutta la conoscenza sia disponibile.

L'analisi normativa resta essenzialmente statica. Le implicazioni normative vengono delineate in base al presupposto che il processo di mercato raggiunga velocemente una posizione di equilibrio pre-esistente o pre-determinata.

In realtà non esiste un equilibrio che si raggiunge a prescindere dal processo e il processo dipende dal tipo di istituzione esistenti. Non vi è alcun ordine definito indipendentemente dal processo che lo genera.

L'economia del benessere convenzionale ricava un insieme di condizioni che devono essere soddisfatte al fine di ottenere un'allocazione ottimale delle risorse: queste condizioni richiedono l'uguaglianza al margine dei benefici e dei costi sociali. In condizioni idealizzate, i mercati generano un'allocazione ottimale delle risorse. Se il libero funzionamento dei mercati produce una divergenza tra benefici e costi sociali, sia essa in forma di esternalità, restrizione monopolistica della produzione, o qualunque altra cosa, ciò è da attribuire al “fallimento del mercato”.

La teoria della politica economica prevede tre approcci principali al fallimento del mercato: la tassazione, la regolamentazione e la politica antitrust.

Inquinamento

Le teorie della tassazione ottimale ignorano il fatto che mancheranno sempre le informazioni necessarie per la loro implementazione. Il costo è soggettivo, come ad esempio il costo psichico dell'inquinamento e pertanto non è osservabile direttamente. Per di più, i dati del problema non sono costanti, per cui anche una soluzione buona diventa presto cattiva. *Come potrebbe un pianificatore centrale conoscere il costo soggettivo e il valore marginale di un'azione per milioni di cittadini?*

Se un'aliquota deve essere ottimale, i politici devono conoscere il livello ottimale dell'attività tassata (per esempio, dello scarico di sostanze inquinanti nel mare). Se ciò fosse noto, un sistema di regolamentazione che prescrivesse questo livello di attività non sembrerebbe né inferiore né più costoso dell'imposta alternativa. I requisiti informativi degli approcci della tassazione e della regolamentazione sono formalmente identici. E i requisiti informativi della regolamentazione ottimale sono semplicemente quelli per l'allocazione ottimale delle risorse senza i prezzi.

Le imposte non hanno nulla in comune con i prezzi, se non la loro dimensionalità (monetaria). Difatti esse non derivano da un processo di mercato, né riflettono decisioni allocative dei proprietari delle risorse. Le imposte influiscono sui prezzi, ma non sono di per sé prezzi di mercato che misurino un trade-off economico al margine. L'assenza di mercati e diritti di proprietà impropriamente specificati generano problemi economici. L'assenza assoluta di mercati rilevanti implica, però, l'assenza di ogni capacità di acquisire le informazioni realmente necessarie per correggere il problema. Se i mercati non stanno fornendo segnali agli operatori su tutti i costi di un'azione, anche ai politici mancherà questa informazione. Inoltre, anche dovessero essere in possesso delle informazioni necessarie, i politici avrebbero incentivi diversi da quelli degli imprenditori.

Si è a favore della correzione giudiziaria ispirata ai principi della giustizia risarcitoria, in quanto l'azione giudiziaria può far emergere i reali danni arrecati da una certa azione realmente verificatasi e che quindi ha fatto emergere dei costi reali per l'individuo.

Antitrust

La politica antitrust diminuisce o elimina il valore di mercato dei diritti sui beni e circoscrive i diritti di proprietà privata.

Il problema della politica antitrust è sempre di tipo informativo. Difatti essa rileva dei prezzi di monopolio e li confronta con ipotetici prezzi di mercato. Ma i valori o le allocazioni concorrenziali non esistono “là fuori”, accertabili indipendentemente dai risultati effettivi del mercato. I prezzi e i costi concorrenziali possono essere definiti coerentemente soltanto come risultati di processi concorrenziali. Non ci sono risultati concorrenziali senza concorrenza.

Se le condizioni della teoria della concorrenza perfetta non sono soddisfatte – ed esse non possono esserlo mai del tutto nella realtà – allora la teoria economica formale non può distinguere tra il comportamento di un monopolista che, sebbene conosca il prezzo e le quantità di equilibrio concorrenziale, riduce l’offerta per spuntare un profitto monopolistico e quello di un’impresa in concorrenza, che ha però una domanda negativamente inclinata ma che eguaglia il prezzo al costo marginale. Mancheranno sempre, all’antitrust, le informazioni necessarie.

Per di più, una rendita monopolistica attira l’attenzione degli imprenditori. Se il monopolista applica la discriminazione di prezzo, l’imprenditore potrà effettuare degli arbitraggi; se invece il monopolista offre un servizio uniforme, l’imprenditore può rivolgersi con un servizio migliore alla clientela che attribuisce più valore al servizio.

Le rendite da monopolio non possono sopravvivere a imprenditori determinati a ricercare il profitto. Per conservare la posizione di monopolio, il monopolista deve avere un titolo o un diritto di proprietà su una quota di mercato; solo lo Stato può assicurare tali titoli e garantire tali incentivi.

Massimo Bassetti

Adattamento a cura di Mises Italia

Hayek, F. von, 1937, [Economics and Knowledge](#), *Economica IV* (new ser., 1937), 33-54.

Hayek, F. von, 1945, [The Use of Knowledge in Society](#), *The American Economic Review*, Vol. 35, No. 4.

Hayek, F. von, 1946, [The Meaning of Competition](#), paper delivered at Princeton University.

Hayek, F. von, 1968, [Competition as a Discovery Procedure](#).