

do un indirizzo che ormai va maturando anche fra noi, e dal quale — come si sa — è lecito attendersi una spinta seria ed efficace allo svecchiamento della nostra cultura politica.

G. MARCHELLO

Siena, Università.

WILES P. Y. D., *Price, Cost and Output.*

Un vol. di pp. 302. Basil Blackwell, Oxford, 1956.

La costruzione della teoria della concorrenza imperfetta apparve ai contemporanei, educati nella tradizione marshaliana, come una delle due rivoluzioni che, dopo il 1930, hanno profondamente mutato la scena intellettuale degli studi economici. Eppure ai tentativi di verifica lo schema della concorrenza imperfetta si rivelò poi altrettanto insoddisfacente di quello della concorrenza perfetta: il volume delle informazioni necessarie per raggiungere una posizione di ottimo è anzi maggiore nel primo che nel secondo caso e comunque tale che nel mondo reale un imprenditore non potrà mai pretendere di possederlo.

Le indagini empiriche, che sono state effettuate sia attraverso l'esame di statistiche aziendali che mediante inchieste dirette con questionari agli imprenditori, hanno univocamente confermato la contraddizione tra i comportamenti reali e quelli 'razionali' descritti dagli economisti. Davanti a questa contraddizione l'atteggiamento degli studiosi è stato assai diverso: per un gruppo l'abbandono dell'ipotesi di concorrenza perfetta o imperfetta toglie all'economia la premessa che le permette di costruirsi come una scienza, e perciò essi continuano ad assumere quelle ipotesi pure nella consapevolezza che essa è contraddetta dai fatti, ovvero si industriano a negare che la contraddizione esiste e tentano quindi di spie-

gare i comportamenti riscontrati empiricamente con le ipotesi di comportamento razionale in un mercato imperfetto. Per un altro gruppo di economisti, invece, il problema deve essere affrontato da capo, costruendo nuove ipotesi che spieghino i comportamenti messi in luce dalle indagini sugli imprenditori; e non si preoccupano poi se queste ipotesi non concordano con il modello dell'imprenditore che razionalmente massimizza il profitto (chi è l'imprenditore e quale il profitto da massimizzare in una moderna grande impresa societaria il cui pacchetto di controllo rappresenta una modesta frazione del capitale complessivo?).

La teoria del *full cost principle*, nonostante le sue debolezze logiche, è stato il cavallo di battaglia di questo secondo gruppo. Peter Wiles in un articolo del 1950 e nella successiva polemica con Edwards, aveva sostenuto la possibilità che tale schema fosse, almeno in principio, compatibile con la massimizzazione del profitto. Nel volume pubblicato ora rimangono soltanto pochi accenni a questa tesi e l'impostazione generale lascia intendere apertamente che nella maggioranza delle situazioni concrete le imprese operano secondo il 'rituale' del « costo pieno » (*full cost principle*), anche quando un diverso prezzo permetterebbe maggiori guadagni.

Le ragioni della diffusione di tale politica, addotte dall'A., sono di diverso ordine: l'ignoranza dell'effettivo andamento del costo marginale, e soprattutto di quello della elasticità della domanda, i residui laicizzati e privati del supporto teologico della concezione del 'giusto prezzo', le convenzioni contabili, le trasformazioni verificatesi nell'ultimo mezzo secolo nella natura dell' 'imprenditore'. Sottolineamo in particolare l'interesse della discussione relativa agli ultimi due punti. La professione del conta-

bile è una professione conservatrice, osserva l'autore; non solo la persistenza di molte convenzioni 'ragioneristiche' interferisce direttamente con il calcolo dei costi ed induce l'imprenditore in grossolane inesattezze, ma il fatto che le rilevazioni di dati sulla gestione aziendale siano quasi esclusivamente effettuate per gli scopi della contabilità, fornisce un materiale raccolto ed elaborato per fini diversi da quelli propri dell'imprenditore che deve valutare *ex ante* la convenienza delle diverse alternative esistenti.

Dal momento che l'A. nega che le diverse categorie di comportamento possano essere costruite *a priori* (abbandonando successivamente, come normalmente fanno i testi scolastici, le limitazioni che definiscono l'ambito della concorrenza perfetta) le particolarità istituzionali e sociologiche entrano come elementi essenziali nella determinazione dei diversi tipi di politiche dei prezzi: così la 'rivoluzione dei tecnici' non può essere ignorata in una teoria 'empirica' delle forme di mercato.

Il dirigente industriale che è il risultato del processo di separazione tra controllo e proprietà dell'impresa tende a preferire le politiche che permettono di allargare il suo potere, di costruire il suo impero personale, anche quando queste soluzioni sono meno profittevoli.

Forse potrebbe essere fruttuoso formalizzare questo punto in un modello dove il prezzo venisse fissato in modo da rendere massimo il saggio di crescita, considerato come funzione di due variabili, l'allargamento del mercato e la disponibilità di fondi interni. Ne risulterebbe un punto di partenza per la teoria dello sviluppo di lungo periodo dell'impresa e per quella della sua politica di investimento che rimane in larga misura ancora da costruire. Ma, come diremo, gli inte-

ressi dell'A. non sono rivolti in questa direzione.

La 'rivoluzione dei tecnici' ha dato anche una spinta alle 'spese di consumo' delle imprese e ne ha rialzato lo 'standard' di sussistenza: Wiles si compiace di innovazioni terminologiche e non solo terminologiche che possono sembrare per lo meno inattese ai suoi colleghi economisti: alcune di esse sono felici, come questo del carattere peculiare di alcune categorie di spese non strettamente necessarie alla produzione.

Eppure l'intera discussione, se è convincente come spiegazione di alcuni aspetti dell'applicazione del principio del costo pieno, come ad esempio, il procedimento attraverso cui normalmente si fissano i prezzi di prodotti congiunti, non dà, a mio parere, la spiegazione della quasi generale adozione da parte delle imprese manifatturiere del principio.

Una coerente spiegazione non può essere trovata se non valutando la politica dei prezzi come fenomeno connesso alla posizione dell'impresa sul mercato nel lungo periodo e alla sua strategia per escludere i concorrenti potenziali, il che naturalmente significa considerare accanto agli adattamenti parziali, anche quelli totali. Peter Wiles, però, costruisce la teoria del principio del costo pieno fondamentalmente in termini di adattamenti parziali: il margine tra il prezzo ed il costo marginale nella prima formulazione della posizione dell'A., quella ora abbandonata, era infatti spiegato come la differenza tra il costo marginale nel lungo periodo (con adattamento parziale) ed il costo marginale nel breve periodo (con adattamento parziale). Sebbene questa spiegazione sia scomparsa, rimane il contesto in cui essa era stata impostata: esso non sembra però felice e il concetto del 'costo marginale di lungo periodo' (con adattamenti parziali);

non appare nel complesso uno strumento utile.

Ma se una spiegazione scientifica del prezzo non può essere che il risultato di indagini empiriche e se la assiomatizzazione impiegata deve essere continuamente verificata nella sua capacità di interpretare i dati della esperienza, che cosa rimane della raffinata costruzione marginalista? Peter Wiles è troppo buon economista per accontentarsi di una fenomenologia aziendalistica ed evitare il giudizio di efficienza: è così che l'intera costruzione viene salvata come teoria del benessere a livello microeconomico. Ma i due corpi di dottrina debbo-

no essere avvicinati e gli studiosi del benessere hanno un compito ben altrimenti interessante ed impegnativo che quello di raffinare i loro strumenti concettuali: questi debbono servire per determinare se i comportamenti delle imprese, quali emergono come punto terminale delle ricerche obbiettive sui diversi tipi di impresa, siano o meno economici. Forse il valore più importante del libro del Wiles è nel contributo che su queste linee esso dà ad una *teoria empirica del benessere*.

N. ANDREATTA

Milano, Università Cattolica.

BANCO AMBROSIANO

Società per azioni - fondata nel 1896

Sede sociale e direzione centrale in Milano

Capitale Interamente Versato L. 1.500.000.000

Riserva Ordinaria L. 675.000.000

BOLOGNA - GENOVA - MILANO - ROMA - TORINO - VENEZIA
 Abbiategrasso - Alessandria - Bergamo - Besana - Casteggio - Como
 Concorezzo - Erba - Fino Mornasco - Lecco - Luino - Marghera - Monza
 Pavia - Piacenza - Seregno - Seveso - Varese - Vigevano

**BANCA AGENTE DELLA BANCA D'ITALIA
 PER IL COMMERCIO DEI CAMBI**

Ogni operazione di banca, cambio, merci, borsa e di credito agrario d'esercizio
 Rilascio benessere per l'importazione e l'esportazione.