

POSSIBILI RISPOSTE AI QUESITI SULLA TEORIA DEI COSTI

LE RISPOSTE CHE SEGUONO SONO TRATTE DAL LIBRO DI ROBERT H. FRANK "POLLI CONTRO BALENE", LONGANESI, 2009.

1. Perché le fotografie a colori costano meno di quelle in bianco e nero?

Nel periodo del *baby boom* fra il 1946 e il 1964, le fotografie a colori costavano il doppio o varie volte di più delle fotografie standard in bianco e nero. Un negozio di fotografia di Ithaca, nello stato di New York, per esempio, chiede oggi 14,99 dollari per sviluppo e stampa di un rullino di pellicola in bianco e nero da 36 pose, ma solo 6,99 dollari per un rullino sempre di 36 pose a colori. A che cosa si deve questa rivoluzione nei prezzi?

Negli anni cinquanta il mercato dei consumatori della fotografia a colori era nella sua infanzia. I processi disponibili per la produzione di stampe da pellicole a colori erano molto più complessi e costosi dei processi corrispondenti per pellicole in bianco e nero. A causa di questa differenza di costo iniziale, la maggior parte delle persone faceva fotografie in bianco e nero, cosa che diede ai negozi un incentivo a specializzarsi in tale mezzo. Al crescere del volume d'affari i guadagni di efficienza risultanti dalla specializzazione ridussero ulteriormente il costo del processo di sviluppo e stampa delle fotografie in bianco e nero.

Finché il bianco e nero continuò a essere la tecnica largamente più diffusa, sviluppo e stampa delle fotografie a colori rimasero un processo intrinsecamente più complesso. Quando però l'aumento del reddito cominciò a orientare i consumatori verso il colore, i produttori crearono nuove macchine ottiche che sviluppavano le pellicole a colori e producevano automaticamente le stampe. Queste macchine, che possono costare fino a 150.000 dollari, erano economiche solo per un grande negozio che sviluppasse e stampasse un numero notevole di foto ogni giorno. Il vantaggio decisivo consisteva nella loro capacità di produrre una elevata quantità di fotografie con poche spese di mano d'opera. E poiché i costi di mano d'opera erano stati la componente più importante dei costi di sviluppo e stampa delle fotografie, i negozi che possedevano le nuove macchine automatiche potevano produrre e vendere stampe a colori a prezzi molto più bassi di quanto venivano a costare le fotografie in bianco e nero.

Perché non si potevano usare le stesse macchine automatizzate per produrre fotografie in bianco e nero? In realtà si poteva, ma solo usando una carta costosa, e la qualità delle stampe così ottenute era peggiore di quella delle stampe ottenute con una lavorazione manuale. Così, nel corso degli anni, la fotografia in bianco e nero divenne sempre più un mercato riservato a professionisti e a dilettanti seri.

Oggi è diventato sempre più la norma l'uso di macchine di sviluppo

e stampa digitali di contro alle macchine ottiche. Poiché le macchine digitali possono stampare fotografie in bianco e nero sulla stessa carta usata per le fotografie a colori, i costi di produzione diventeranno presto essenzialmente gli stessi per i due tipi di fotografie. A questo punto dovrebbe sparire il prezzo maggiorato per le fotografie in bianco e nero.

2. Perché automobili nuove del prezzo di 20.000 dollari si noleggiavano a 40 dollari al giorno, mentre gli smoking, che costano solo 500 dollari, si affittano a una novantina di dollari al giorno?

Le catene nazionali di macchine da noleggio comprano automobili in gran numero e sono quindi in grado di ottenere forti sconti dai produttori. Esse acquistano di solito un'automobile per usarla un paio di anni e poi la rivendono al 75 per cento del prezzo a cui l'hanno pagata. Il loro costo di opportunità del possesso di una macchina è quindi molto minore di quanto sarebbe per un consumatore privato.

Di contro, la maggior parte dei negozi che noleggiavano abiti da cerimonia per uomini hanno proprietari locali e operano a livello locale. Un negozio di media grandezza per l'affitto di smoking avrà di norma un inventario di un migliaio di smoking, e gli acquisti che si fanno ogni anno per sostituire i capi più vecchi non sono abbastanza all'ingrosso per riuscire a ottenere grandi sconti dai produttori. Poiché per gli smoking usati non ci sono molti acquirenti disponibili, gli abiti vengono spesso regalati o svenduti a scuole di teatro e orchestre. Così, mentre i prezzi praticati dalle aziende che noleggiavano automobili devono coprire un quarto circa del prezzo di ogni macchina in un periodo di due anni, i negozi che noleggiavano smoking devono praticare prezzi sufficienti a coprire l'intero prezzo di acquisto di ogni smoking.

Cosa più importante, il parco macchine delle società di noleggio di auto tende a essere più utilizzato dell'inventario di smoking delle aziende che noleggiavano abiti. La maggior parte degli smoking vengono dati a nolo per eventi che cadono di sabato. Un negozio con un inventario di un migliaio di abiti potrebbe noleggiarne un centinaio ogni sabato, mentre in altri giorni della settimana potrebbe considerarsi fortunato se riuscisse a noleggiarne anche solo cinque. Di contro, una parte consistente del parco macchine di una società viene noleggiata ogni giorno.

Un altro fattore è che le società che noleggiavano automobili incassano molto di più delle cifre che compaiono nella loro pubblicità, addebitando ai clienti supplementi di prezzo per cose non previste nel contratto. I sovrappremi sulle assicurazioni, per esempio, superano di molto il prezzo dell'assicurazione base, e i clienti che trascurano di riempire il serbatoio prima di riconsegnare l'automobile si vedono attribuire un prezzo a litro molto superiore di quello praticato dai normali distributori.

Infine, un negozio che affitta smoking deve spesso modificare un abito per adattarlo alle misure del cliente e può quindi incorrere in costi di sartoria quasi altrettanto alti quanto il nolo. Ogni smoking inoltre deve essere lavato a secco prima di poter essere di nuovo dato in prestito, cosa che potrebbe comportare fino a 10 dollari di costi aggiuntivi. Di contro, una società per il noleggio di autovetture deve solo lavare l'automobile prima di consegnarla al cliente successivo.

Così, anche se il prezzo di listino di un'automobile è fino a

quaranta volte maggiore di quello di uno smoking, non sorprende che il nolo giornaliero di un' autovettura sia inferiore alla metà di quello di un abito da cerimonia.

3. Perché molte lavanderie praticano per le camicie da donna prezzi più alti che per quelle da uomo?

La lavanderia di Judd Falls a Ithaca, New York, pratica per lavaggio e stiratura di una camicia di cotone da donna 5 dollari, mentre per quelle da uomo il prezzo è di soli 2 dollari. Si tratta forse di una discriminazione contro le donne? Sappiamo che le donne tendono a pagare più degli uomini per prodotti costosi come le automobili, il cui prezzo di vendita è di solito contrattabile. I servizi di lavanderia non rientrano però in questa categoria. Le lavanderie applicano sempre prezzi diversi per indumenti maschili e femminili, e i clienti non tentano quasi di mai di contrattare sconti.

In generale, quanto più competitiva è un'attività commerciale tanto meno è probabile che sottoponga i clienti a discriminazioni. Persino una città piccola come Ithaca ha nelle Pagine gialle più di una dozzina di lavanderie, numero che dovrebbe essere più che sufficiente per stimolare una forte concorrenza. Se le lavanderie esistenti praticassero prezzi molto più alti dei costi che devono affrontare nel lavaggio e stiratura delle camicie femminili, ci sarebbe del denaro disponibile sul tavolo. A una lavanderia rivale basterebbe affiggere un cartello con la scritta « Nessun sovrapprezzo per le camicie da donna » per conquistare prontamente la maggior parte del mercato femminile.

La persistenza di questi differenziali dei prezzi conferma che essi dipendono dai diversi costi imposti dal lavaggio e stiratura dei due tipi di camicie. Come nella maggior parte delle industrie di servizi, i costi più importanti nelle lavanderie sono quelli della mano d'opera. È difficile immaginare per quale motivo il lavaggio di una camicia da donna dovrebbe avere costi di mano d'opera maggiori di quelli di una camicia da uomo. Dopo tutto, entrambi i tipi di camicie vanno in lavatrice e vengono lavati senza ulteriori interventi da parte del personale. Se c'è una differenza nel costo, essa deve quindi dipendere dalla stiratura. Ogni volta che è possibile, il personale della lavanderia stira le camicie con una normale pressa, che accelera di molto il lavoro. Le camicie non possono essere stirate con questo sistema se sono troppo piccole o se hanno bottoni o ornamenti delicati. La pressa normale stringe inoltre una camicia nella parte bassa, cosa che lascia segni evidenti sull'indumento. Le camicie che non possono essere stirate con una pressa normale devono essere stirate a mano: un processo che comporta chiaramente tempi di lavoro molto più lunghi.

4. Perché campi di allenamento per il golf sorsero dappertutto alla periferia di Washington, D.C., poco dopo il 1990?

In conseguenza delle grandi somme che sono disposti a pagare per i terreni nelle immediate vicinanze della capitale degli Stati Uniti i lobbisti e le associazioni commerciali, i prezzi dei terreni a

Washington, D.C., sono molto alti. Per coprire il costo dell' acquisto di un terreno edificabile su quel mercato, le società immobiliari dovevano chiedere canoni di affitto assai elevati. Ciò comportava inoltre, in generale, la necessità di costruire edifici per uffici o per abitazioni a molti piani. Eppure, dall'inizio degli anni novanta, si cominciarono anche a costruire decine di campi d'allenamento per il golf. Un campo d'allenamento tipico per questo sport poteva attrarre qualche decina di clienti ogni sera. Ognuno di loro era disposto a pagare qualche dollaro per il privilegio di allenarsi a golf di sera, ma il totale incassato ogni mese sarebbe stato troppo piccolo per coprire anche solo l'interesse che si richiedeva per comprare la terra. Perché dunque le società immobiliari usavano il terreno in questo modo?

Nella seconda metà degli anni ottanta le società immobiliari attive nell'area di Washington costruirono nuovi edifici di uffici e appartamenti a un ritmo molto sostenuto. I prezzi delle case e gli affitti degli uffici erano aumentati molto rapidamente e le società immobiliari si erano affrettate a comprare lotti di terreno non sviluppati in attesa di ulteriori aumenti. La conseguenza fu che quando, nel 1991, ebbe inizio la recessione economica, il mercato della terra edificabile a Washington era sostanzialmente sovrasviluppato. Aumentava sempre più il numero degli appartamenti vuoti e gli affitti crollarono. Qualunque società immobiliare che costruisse allora un nuovo palazzo di uffici o di appartamenti poteva attendersi che restasse vuoto per un bel po' di tempo.

Invece di costruire sui loro terreni non edificati, le società immobiliari potevano o venderli a un prezzo molto basso o aspettare finché il mercato avesse recuperato. Quelle che seguirono questa seconda strategia ebbero un chiaro incentivo ad adibire nel frattempo il loro terreno a un uso economico. A questo scopo un campo di allenamento per il golf è quasi ideale. Tutto ciò che si richiede è una quantità di palle da golf usate, un *trailer* da cui prenderne quando ne servono e un golf *cart* elettrico per andarle a raccogliere. Questi erano investimenti minimi e sarebbe stato facile liquidarli una volta che il mercato immobiliare avesse ripreso respiro.

Come potevano le magre entrate di un campo di allenamento da golf giustificare il costo opportunità di conservare un terreno comprato a un prezzo elevato? E chiaro che le società immobiliari non avrebbero mai acquistato il terreno se avessero previsto l'imminente svolta sfavorevole. Ma poiché erano già proprietarie del terreno e avevano deciso di attendere la fine della situazione sfavorevole, erano impegnate a farne per intanto il migliore uso possibile. Per avere un senso economico in queste circostanze, un campo d'allenamento per il golf non doveva necessariamente generare un reddito sufficiente a coprire il costo di opportunità del terreno su cui era costruito. Perché i campi d'allenamento risultassero per la società immobiliare più vantaggiosi che se il terreno fosse stato tenuto non utilizzato bastava che generassero un reddito superiore al costo marginale di gestirli.