I fallimenti del mercato

Cosa è la politica agraria?

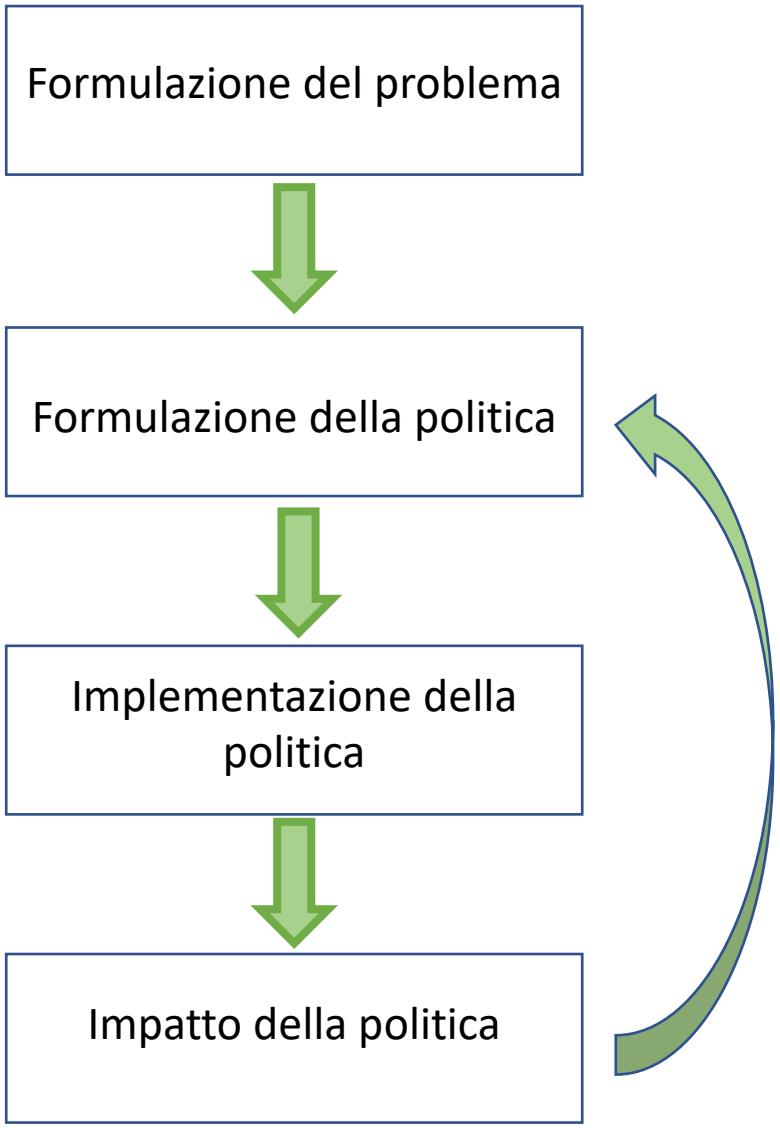
- Politica economica del settore agricolo
- Politica economica
  - «Disciplina che cerca le regole di condotta tendenti ad influire sui fenomeni economici per orientarli in un senso desiderato» (Caffè, 1978)

Individuazione dei fini

Modo per perseguire tali fini

Esito dell'eventuale intervento

Il processo di costruzione dell'intervento



Quali sono i problemi?

Quali sono gli obiettivi della politica? Sono in conflitto tra loro?

Quali strumenti devono essere utilizzati per mettere in atto la politica?

Quali sono gli effetti degli strumenti? Consentono di risolvere i problemi di partenza?

Gli obiettivi dell'intervento

INTERVENTO PUBBLICO

Obiettivi di efficienza
Obiettivi di equità

Obiettivi macroeconomici
Obiettivi microeconomici
Obiettivi redistributivi

Libero mercato ed efficienza paretiana

Equilibrio del consumatore $\frac{Um_x}{Um_y} = \frac{P_x}{P_y}$

Mercato dei prodotti

$$\frac{MC_x}{MC_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

Equilibrio del produttore

$$\frac{Um_x}{Um_y} = \frac{MC_x}{MC_y}$$

Mercato dei fattori

$$\frac{MP_{xL}}{MP_{xK}} = \frac{P_L}{P_K}$$

$$\frac{MP_{yL}}{MP_{yK}} = \frac{P_L}{P_K}$$

$$\frac{MP_{xL}}{MP_{xK}} = \frac{MP_{yL}}{MP_{yK}} = \frac{P_L}{P_K}$$

I mercati concorrenziali

- I mercati coordinano le scelte individuali
- Nel mercato i movimenti dei prezzi portano ad un equilibrio tra domanda ed offerta e trasmettono le informazioni sui costi e benefici dei beni
- I mercati di concorrenza perfetta massimizzano il benessere privato ma anche il benessere sociale

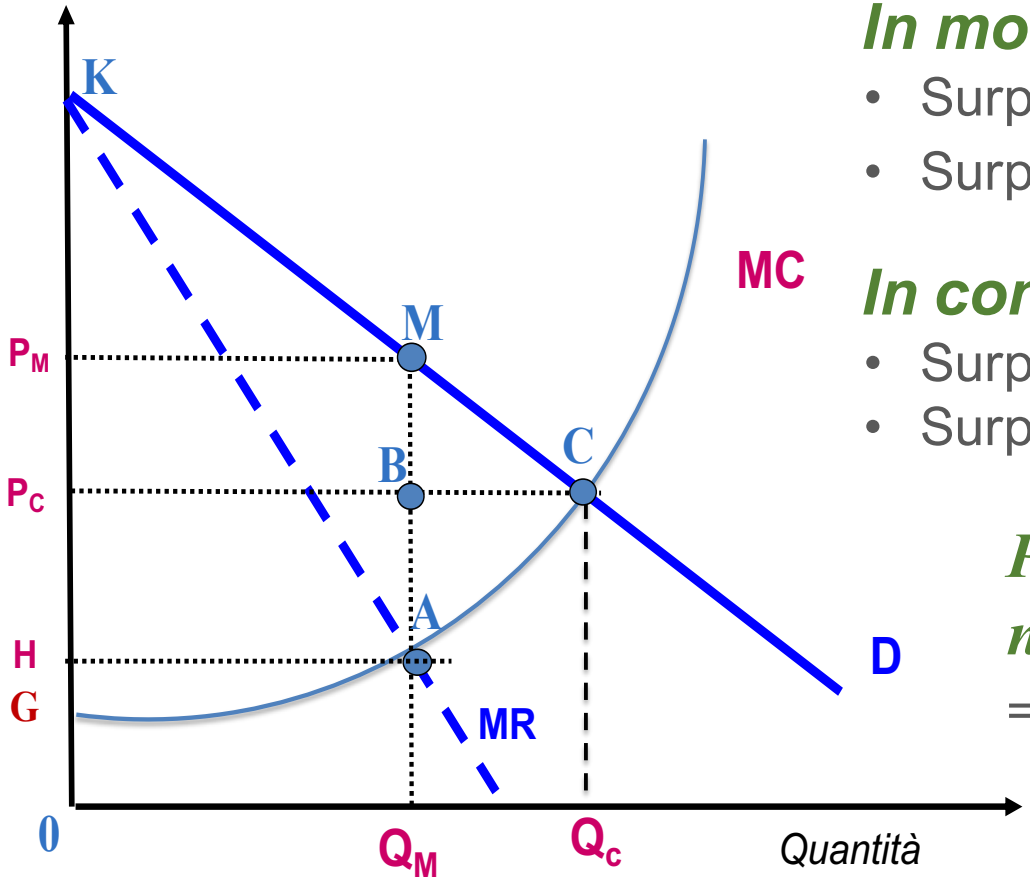
Libero mercato ed efficienza paretiana

- I prezzi assicurano che si realizzi un equilibrio e che l'equilibrio competitivo sia un'allocazione realizzabile
- I prezzi guidano consumatori e produttori che, agendo individualmente, portano ad un'allocazione delle risorse efficiente in senso paretiano.

I fallimenti del mercato

- In alcuni casi l'equilibrio di mercato non corrisponde a un'efficiente allocazione di risorse
- Vi è una distorsione allocativa quando il costo marginale della produzione di un bene non equivale al beneficio marginale derivante dal suo consumo
    - *mercati non concorrenziali*
    - *esternalità*
    - *beni pubblici*
    - *asimmetria informativa*

Mercati non concorrenziali: la perdita di benessere



In monopolio

- Surplus del consumatore = MKP_M
- Surplus del produttore = $GAMP_M$.

In concorrenza perfetta

- Surplus del consumatore = CKP_C
- Surplus del produttore = GCP_C

Perdita netta di benessere nel monopolio
$= MBC + ABC$

Mercati non concorrenziali: soluzioni

- Misure che favoriscono l'ingresso di altre imprese nel mercato (misure di liberalizzazione): misure legislative, sussidi per stimolare l'ingresso di nuove imprese
- Costituzione di imprese pubbliche (statalizzazione)
- Forme di regolamentazione per influenzare il comportamento dell'impresa monopolistica: controllo dei prezzi, definizione delle quantità prodotte, fissazione di standard qualitativi
- Leggi antimonopolistiche: tutelano la libertà di ingresso sui mercati e contrastano gli abusi derivanti da posizioni dominanti

Fallimenti di mercato: Esternalità

- Una ***esternalità*** è presente quando l'azione di un agente (consumatore o produttore) influenza la funzione di utilità di un individuo, o quella di produzione di un'impresa, senza che gli effetti di questa azione passino attraverso il mercato
- E' l'effetto che il comportamento di un agente esercita direttamente sul risultato (in termini di utilità/profitto) ottenuto da un altro individuo

Fallimenti di mercato: Esternalità

- Esternalità positive o negative (economie o diseconomie esterne)
- Esternalità legate ad operatori diversi
  - Produttore-produttore
  - Produttore - consumatore
  - Consumatore - produttore
  - Consumatore - consumatore

Esternalità

Perché le esternalità portano al fallimento del mercato?

Ciascun agente è interessato al proprio risultato (utilità nel caso di consumatori, profitto nel caso delle imprese) e non tiene conto degli effetti che il suo comportamento determina sul benessere degli altri

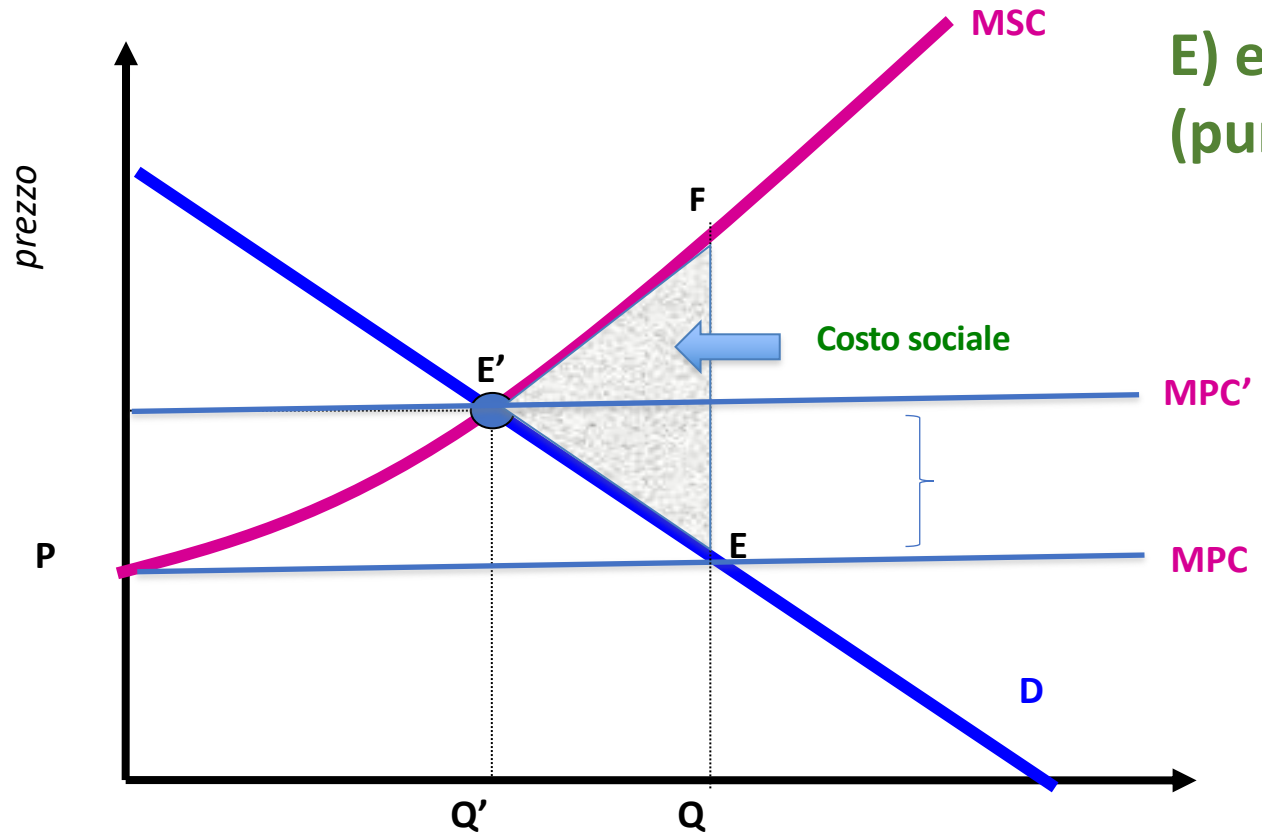
- Gli individui operano con riferimento a costi e benefici privati
- Costi e benefici privati e sociali divergono

Esiste un conflitto tra ottimo individuale e ottimo sociale

Esternalità

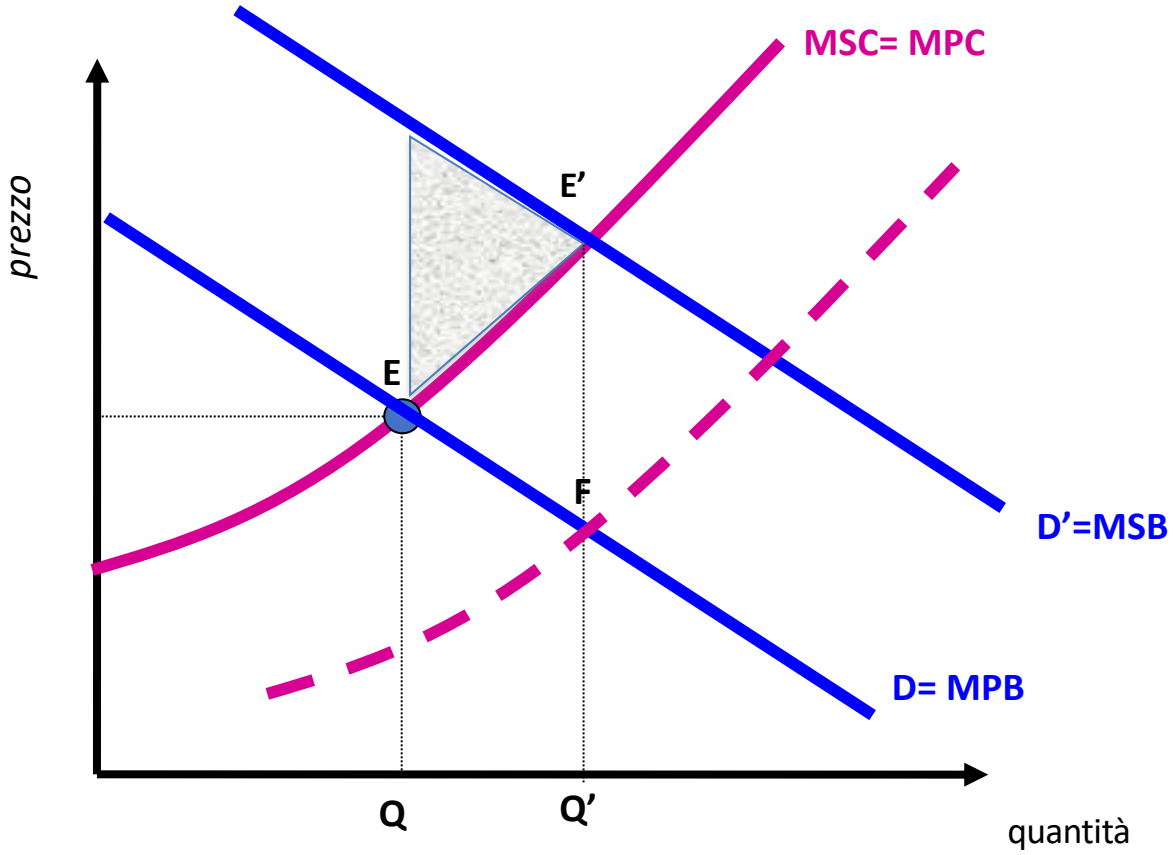
- Il mercato non genera risultati di ottimo paretiano
- Le imprese che causano esternalità negative producono più di quanto sia socialmente ottimale (il contrario nel caso delle esternalità positive)

Esternalità nella produzione



Ottimo privato (punto E) e ottimo sociale (punto E') divergono

Esternalità nel consumo



Ottimo privato (punto E) e ottimo sociale (punto E') divergono

Correzioni delle esternalità

Regolamentazione

- Definizione di standard
- Regolamentazione delle quantità prodotte/consumate
- Controlli e sanzioni

Soluzioni di mercato

- Tasse e sussidi: internalizzano gli effetti esterni
- Creazione di un mercato per lo scambio degli effetti esterni: es. *permessi di emissione negoziabili*

Fallimenti del mercato: i beni pubblici

Non rivalità nel consumo

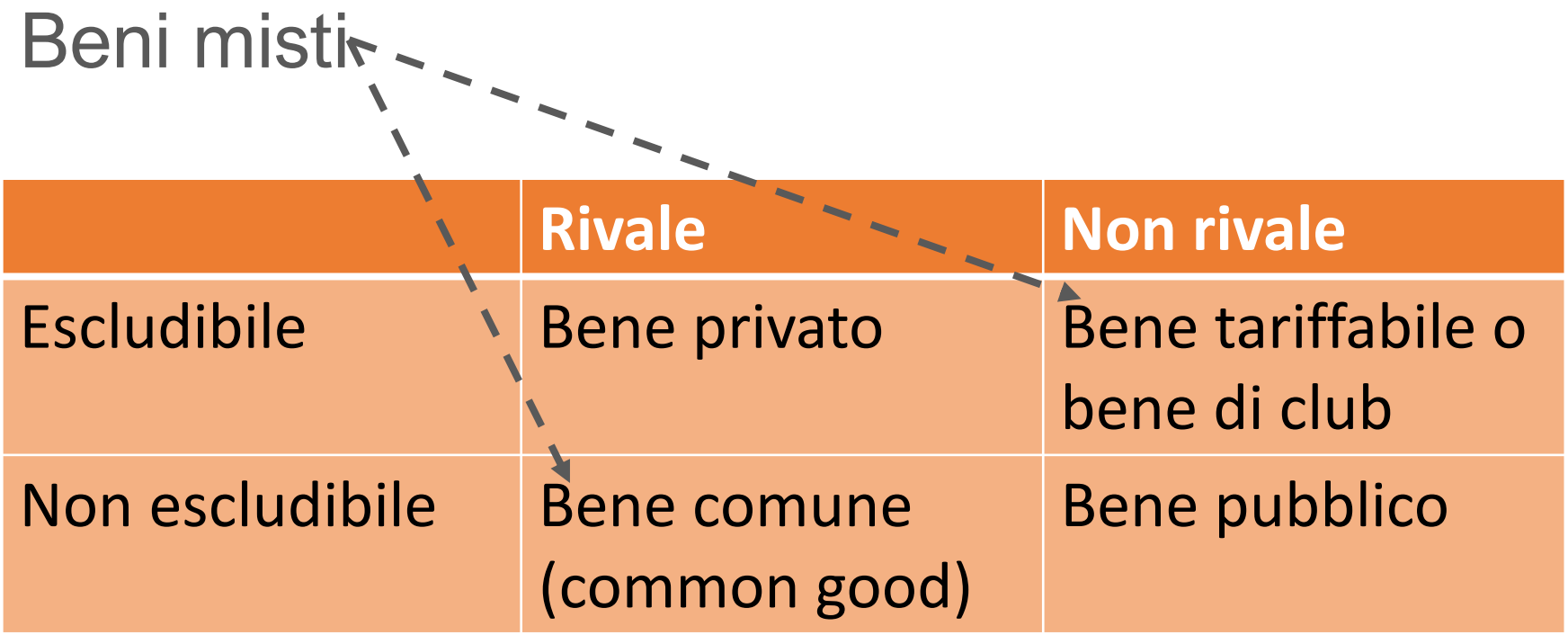
- Più soggetti possono beneficiare simultaneamente del bene senza per questo ridurre l'utilità che essi traggono dal consume

➡ Una volta prodotto il costo marginale connesso al consumo di un ulteriore individuo è nullo.

Non escludibilità

- Non è possibile escludere un singolo individuo dal consumo del bene una volta che sia stato prodotto e, quindi, non è possibile ripartire i costi di produzione tra i soggetti tramite un prezzo

Fallimenti del mercato: i beni pubblici



	Rivale	Non rivale
Escludibile	Bene privato	Bene tariffabile o bene di club
Non escludibile	Bene comune (common good)	Bene pubblico

Fallimenti del mercato: i beni pubblici

- ***Offerta insufficiente*** (associato alla non escludibilità)
  - I diritti di proprietà non sono esattamente definibili
  - se non è possibile imporre un prezzo non vi sarà incentivo a produrre il bene
- ***Sottoconsumo*** *(associato alla non rivalità)*
  - se fosse possibile l'esclusione, richiedere il pagamento di un bene non rivale impedisce ad alcuni di godere di tale bene anche se il consumo del bene non comporta alcun costo marginale

Fallimenti del mercato: i beni pubblici

La condizione di efficienza di mercato non può essere raggiunta

- ciascuno cercherà di consumare il bene senza pagarlo facendo gravare i costi di produzione sugli altri (free rider)
- Il bene non sarebbe prodotto o sarebbe prodotto in quantità insufficiente (Offerta sub ottimale o assenza totale di un mercato)

Un opportunista (*free rider*) è colui che, sapendo di non poter essere escluso dal consumo di un bene, non ha incentivo a pagare per l'acquisto del bene.

Fallimenti del mercato

		Individuo j			
		Contribuisce		Non contribuisce	
Individuo i	Contribuisce	900		600	
			900		1200
	Non contribuisce	1200		700	
			600		700

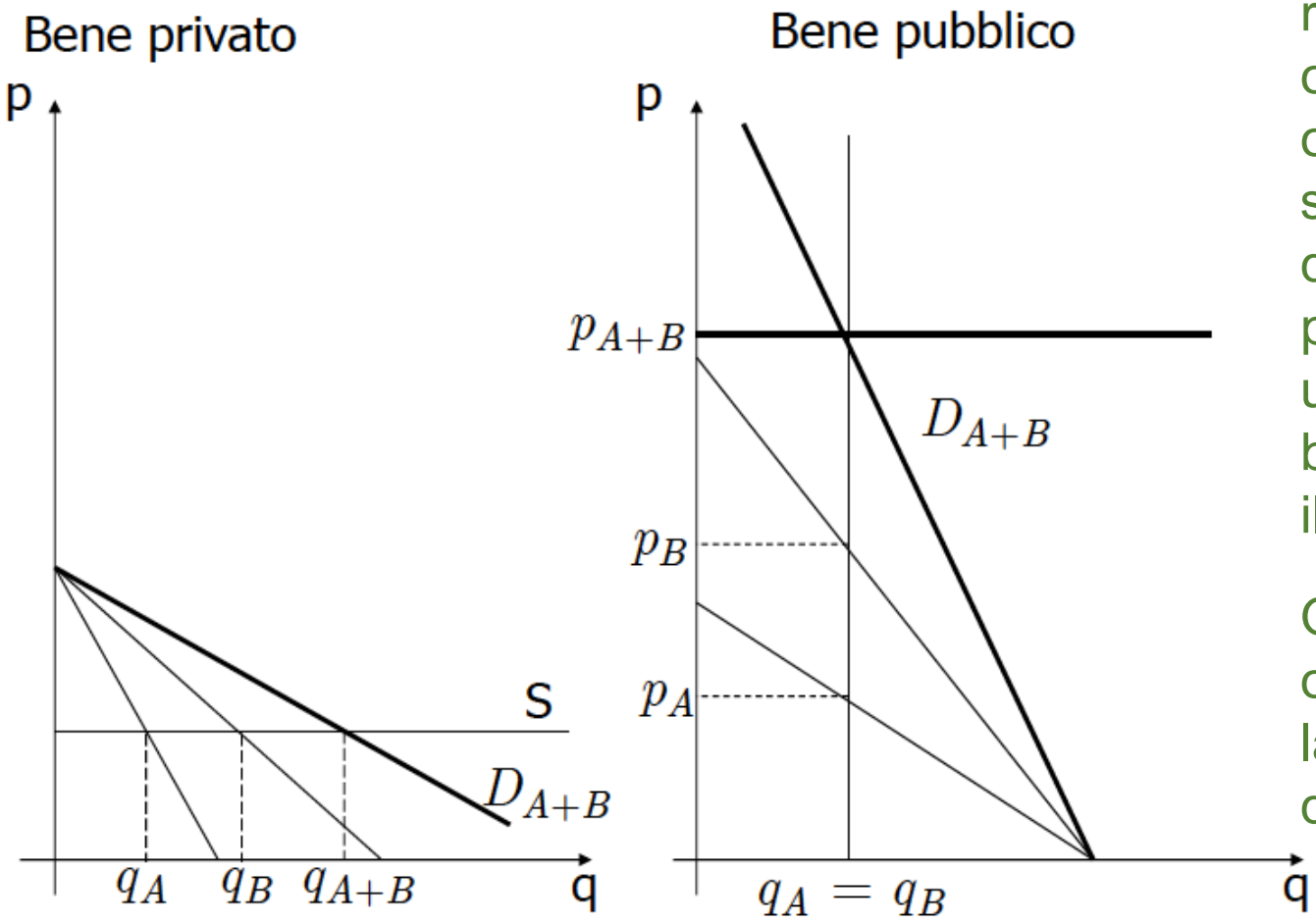
Reddito iniziale =700
Costo del televisore =600
Utilità del consumo =500
Strategia dominante: «non contribuisce», ma la scelta è socialmente inefficiente

Fallimenti del mercato: i beni pubblici

Due quesiti legati ai beni pubblici:

- Quale è la quantità di bene pubblico che può garantire l'efficienza allocativa?
- Come vanno ripartiti i costi di produzione?

Fallimenti del mercato: i beni pubblici



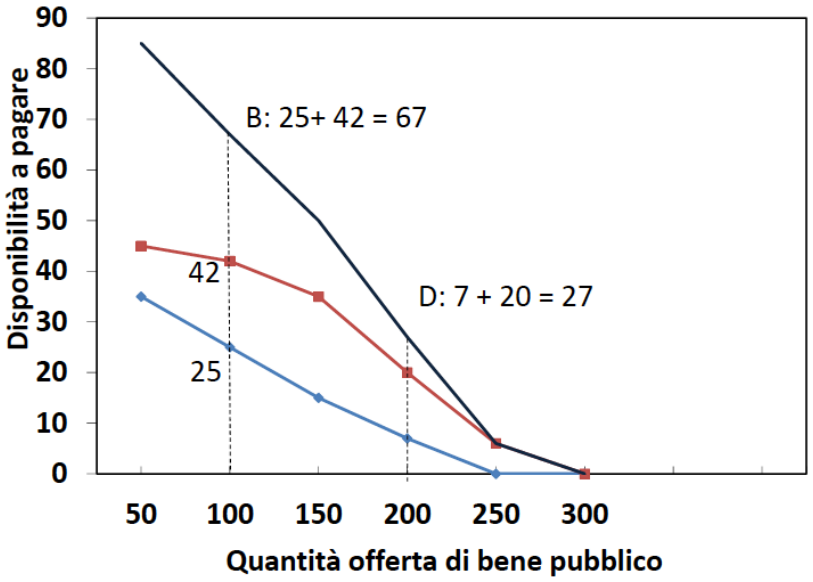
Poiché non esiste rivalità nel consumo bisogna confrontare la somma delle disponibilità a pagare per un'ulteriore unità di bene pubblico con il costo marginale

Ogni individuo consuma la stessa quantità di bene

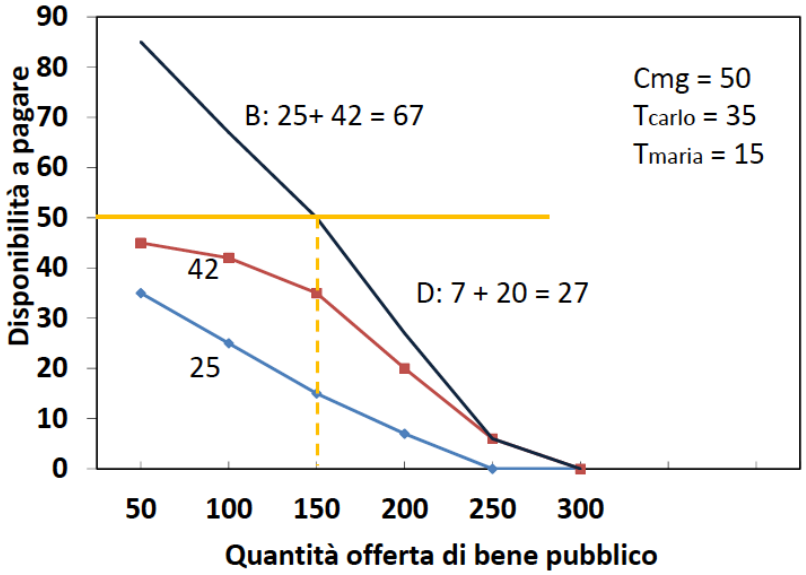
Fallimenti del mercato: i beni pubblici

(1) Quantità	(2) Disponibilità a pagare di Maria	(3) Disponibilità a pagare di Carlo	(4) Disponibilità totale
50	35	45	85
100	25	42	67
150	15	35	50
200	7	20	27
300	0	6	6

Domanda del bene pubblico (somma dei benefici)



Equilibrio: domanda collettiva = costo marginale



Fallimenti del mercato: i beni pubblici

Poiché non c'è rivalità nel consumo, per definire la quantità da produrre bisogna confrontare la somma delle disponibilità a pagare per un'ulteriore unità di bene pubblico con il costo marginale.

- Ogni singolo consumatore dovrebbe pagare un prezzo pari alla disponibilità a pagare marginale per la quantità di bene pubblico di cui fruisce (condizione di Lindahl).

Fallimenti del mercato: i beni pubblici

Problemi

- E' necessario conoscere le disponibilità individuali a pagare/beneficio marginale
- Si potrebbe generare un prezzo diverso per ogni singolo consumatore
- Possibilità di comportamenti opportunistici (*problema del free rider*). L'equilibrio di Lindahl è efficiente, ma gli individui non sono incentivati ad essere onesti nel fornire le informazioni necessarie alla sua realizzazione

Fallimenti del mercato: i beni pubblici

- Se i cittadini ritengono che essi saranno tassati sulla base della disponibilità a pagare manifestata, avranno l'incentivo a sottovalutare il desiderio di bene pubblico, poiché godranno del bene che gli altri hanno richiesto senza sostenerne i costi. Perciò l'offerta di tali beni sarà sottodimensionata rispetto alle reali esigenze di efficienza allocativa.
- Se i cittadini ritengono che il loro contributo non è legato alle preferenze manifestate, allora la domanda di consumi pubblici sarà sovradimensionata rispetto al valore ottimale, poiché ciascuno riterrà che il maggiore onere ricadrà sugli altri.

Beni pubblici: una precisazione

- I beni privati non vengono necessariamente forniti solo dal settore privato e viceversa.
- Esistono
  - beni privati forniti dal settore pubblico. Es. assistenza sanitaria, edilizia popolare
  - beni pubblici forniti dal settore privato. Es. illuminazione pubblica
- “Fornitura pubblica” non significa necessariamente “produzione pubblica”

FALLIMENTI DEL MERCATO: ASIMMETRIA INFORMATIVA

- L'informazione è asimmetrica quando i soggetti che partecipano allo scambio non hanno lo stesso insieme di informazioni.
  - Una delle due parti (agente) dispone di maggiori informazioni rispetto alla controparte (principale), riguardo alle proprie caratteristiche o all'ambiente esterno prima dell'avvio di una relazione contrattuale (**Selezione avversa**)
  - Una delle parti gode di un vantaggio informativo sulle azioni intraprese che si manifesta successivamente alla stipulazione del contratto (**Azzardo Morale**)

Selezione avversa: il mercato dei bidoni

Ipotesi del modello

- 100 individui sono disposti a vendere la loro auto usata e 100 individui sono disposti ad acquistare un'auto usata
- entrambi gli agenti sanno che il 50% delle auto è di buona qualità e l'altra metà è di qualità scadente ma solo gli attuali proprietari delle auto conoscono le effettive qualità del singolo prodotto

Selezione avversa: il mercato dei bidoni

- Chi possiede un'auto di scarsa qualità è disposto a venderla a € 1.000 e chi possiede un'auto di buona qualità se ne priva per € 2.000
- Gli acquirenti sono disposti a pagare un massimo di €1.200 per le auto scadenti e di € 2.400 per le auto buone
- Un acquirente sarà disposto ad offrire un prezzo che corrisponde al valore atteso dell'automobile pari a €1.800: (€1.200*1/2) + (€2.400*1/2)

Solo le auto scadenti saranno offerte a questo prezzo
I possessori di auto di buona qualità escono dal mercato

Selezione avversa

Il prezzo di scambio influenza la qualità degli agenti che partecipano allo scambio

- uscita dal mercato dei soggetti di qualità migliore
- il prezzo seleziona male la qualità del prodotto, nel senso che incentiva un suo progressivo decadimento.

→
- ✓ Può non esistere un prezzo al quale l'offerta del bene eguagli la quantità domandata.
- ✓ Assottigliamento del mercato, fino alla sua scomparsa. Si perdono opportunità di scambio e si verifica un peggioramento qualitativo del prodotto.

Azzardo morale

Nel caso di azzardo morale, il problema economico per il principale è:

- incentivare l'agente ad agire nel suo interesse;
- o riuscire a controllare il suo comportamento

Il fallimento di mercato si concretizza in costi sociali legati all'esasperazione di situazioni di rischio o all'assunzione di comportamenti opportunistici individuali

Fallimenti del mercato: asimmetria informativa

Rimedi privatistici

- Sistema di incentivi che prevede pagamenti e termini contrattuali condizionati a determinate variabili che riflettono indirettamente le scelte effettuate dall'agente

Fallimenti del mercato: asimmetria informativa

Rimedi pubblici

- regolamenti che controllano la qualità: certificazione di un prodotto o di un intero sistema aziendale (certificazione del sistema della qualità).
- garanzie pubbliche che facilitino alcune forme creditizie
- assicurazioni di Stato
- sussidi e incentivi che regolino comportamenti individuali

Interventi di natura economica (sussidi, incentivi) possono essere efficaci per correggere comportamenti opportunistici, ma possono non rimuovere le cause del fallimento di mercato dovuto all'asimmetria informativa

Beni di merito e di demerito

- Gli individui hanno informazioni limitate o distorte circa i reali costi e benefici individuali derivanti dalla loro produzione o consumo

- Conflitto tra la valutazione ottimale effettuata da un individuo sulla base delle proprie preferenze e delle informazioni possedute e la valutazione individuale che si avrebbe in condizioni di perfetta conoscenza

Beni di merito e di demerito

- Beni di demerito: stupefacenti, alcool
- Beni di merito: vaccini, istruzione obbligatoria

- La natura meritoria o demeritoria di un bene implica che si limiti la sovranità del consumatore (o produttore) in nome di una migliore informazione (e capacità di valutazione) detenuta da soggetti differenti
- vengono introdotte limitazioni alla libertà di consumo (o produzione)