Diapositiva 1

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

dSEAS

Corso di Laurea in Scienze del Turismo
(Classe L-15)

SCIENZE DEL TURISMO

Micro e Macroeconomia applicata

Lezione 9

Diapositiva 2

Fallimenti del mercato

In realtà, il meccanismo di mercato può "fallire" nel perseguire la massimizzazione del benessere.
Il mercato può fallire in presenza di uno dei seguenti fenomeni:

- informazione asimmetrica:
- mercati non concorrenziali;
- beni pubblici;
- esternalità;

Nelle situazioni in cui il mercato fallisce lo Stato può intervenire per cercare di incrementare il benessere.

Diapositiva 3

Le esternalità

Il caso del fallimento del mercato si pone quando l'impatto non voluto dell'attività economica di un mercato sulla collettività non viene incluso nei costi (e quindi nell'offerta) o nei benefici (e quindi nella domanda) del bene.

Le esternalità sono definite come l'effetto dell'azione di un soggetto economico sul benessere di altri soggetti.

Diapositiva 4

Esternalità positive e negative

L'impatto dell'azione di un soggetto economico sul benessere di altri soggetti può essere:

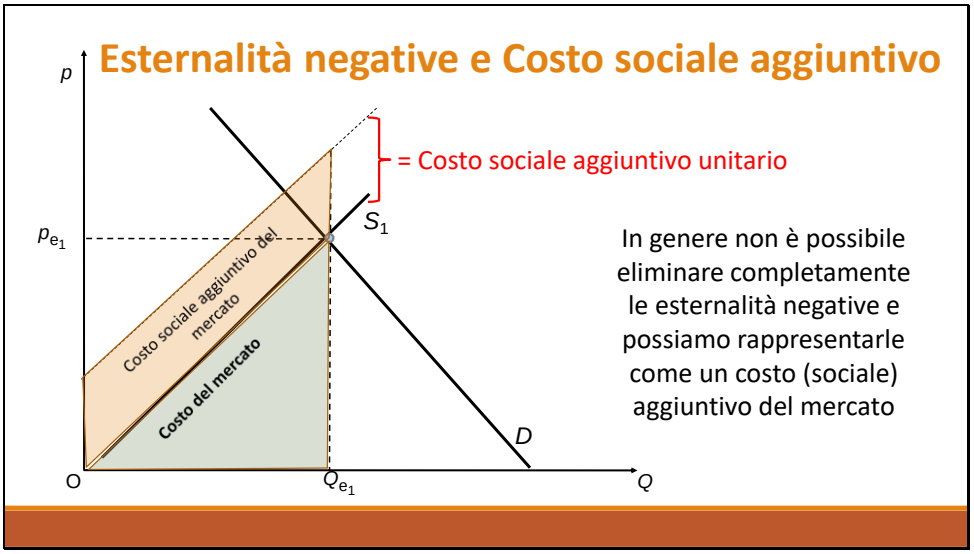
- positivo
  - **esternalità positive**: un miglioramento del benessere sociale determinato dalla produzione o dal consumo di certi beni
- negativo
  - **esternalità negative**: la produzione o il consumo di certi beni determina un peggioramento del benessere sociale

Diapositiva 5

Esempi

- ↓ gli scarichi delle automobili producono smog che viene respirato anche da chi non compra e non produce automobili
- ↓ il fumo di sigarette provoca malattie le cui cure – nella misura in cui esiste un sistema di sanità pubblica – sono pagate (attraverso l'imposizione fiscale) anche da chi non fuma e non produce sigarette
- ↑ la pulizia delle spiagge, nella misura in cui contribuisce ad attirare nuovi turisti, non va a beneficio esclusivo di chi va in spiaggia o di chi l'ha pulita, ma anche del giornalaio che vende più giornali, del gelataio che vende più gelati, ecc.
- ↑ vaccinarsi riduce il rischio personale di contrarre una particolare malattia, ma anche quello di diffusione di epidemie, e dunque migliora il benessere sociale

Diapositiva 6



Diapositiva 7

L’intervento dello stato nell’economia

L’intervento pubblico può avere diverse modalità

- Lo stato può sostituirsi completamente al mercato fornendo beni e servizi
- Nell’ambito dell’economia di mercato lo stato può indurre gli individui a determinati comportamenti, utilizzando tasse, sussidi, leggi e istituendo autorità di regolamentazione

Diapositiva 8

Tasse e sussidi

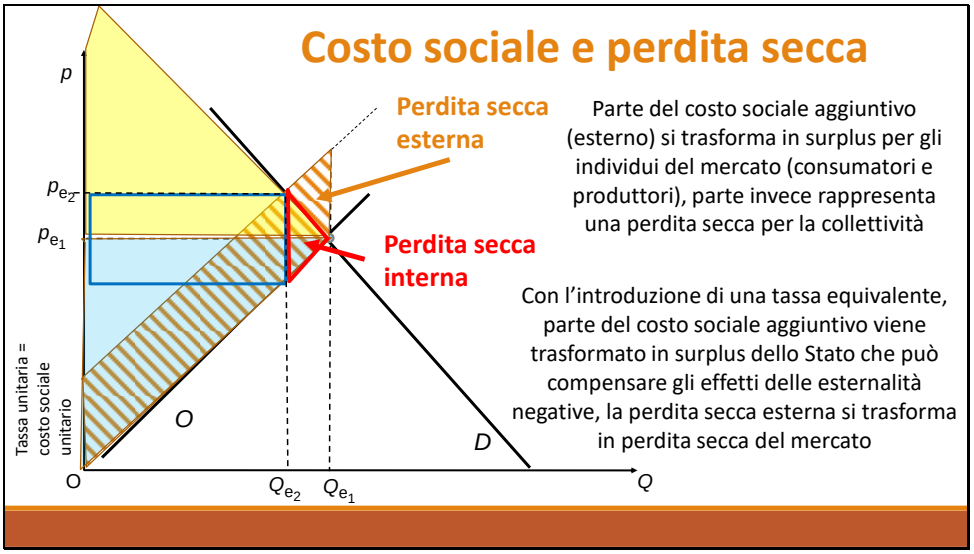
VANTAGGI

- Sono compatibili con un'economia di mercato
- Sono strumenti flessibili
- Inducono comportamenti virtuosi nel lungo periodo

SVANTAGGI

- È impossibile imporre tasse e sussidi diversi a seconda delle differenti esternalità e forme di mercato
- È difficile determinare con precisione l'ammontare di tasse e sussidi necessari a raggiungere l'ottimo sociale

Diapositiva 9



Diapositiva 10

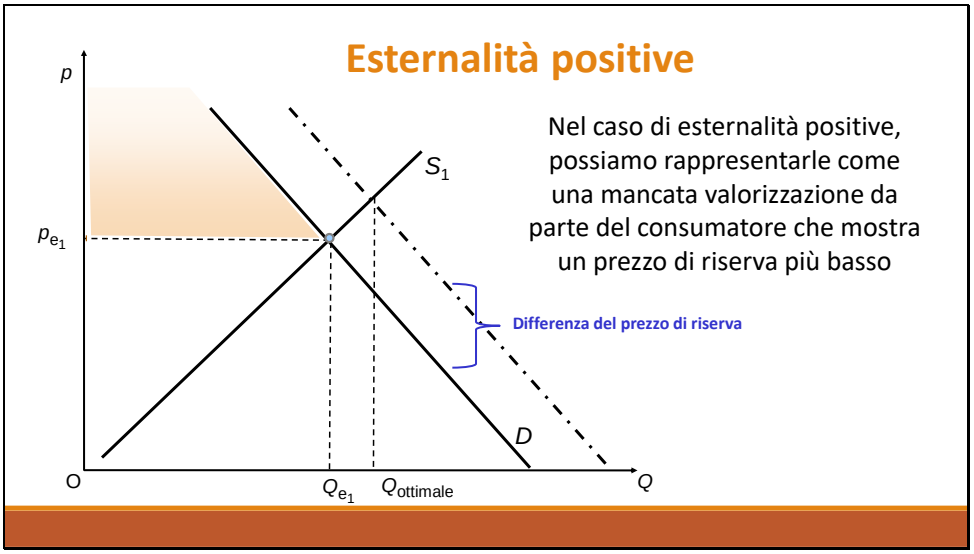
Imposta Pigouviana e Benessere

Una imposta pigouviana (o imposta pigoviana) è un tipo di imposta applicabile in presenza di esternalità ideata dall'economista inglese Arthur Cecil Pigou.

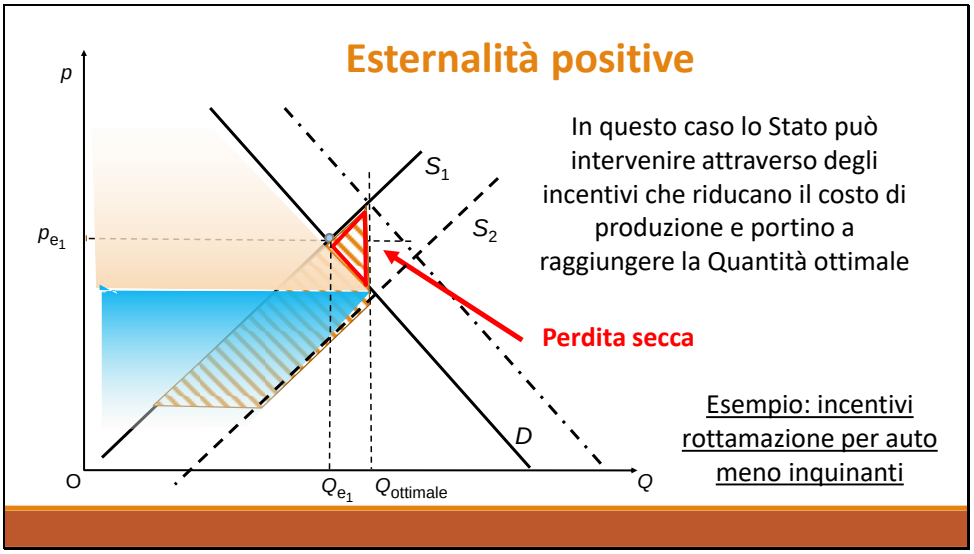
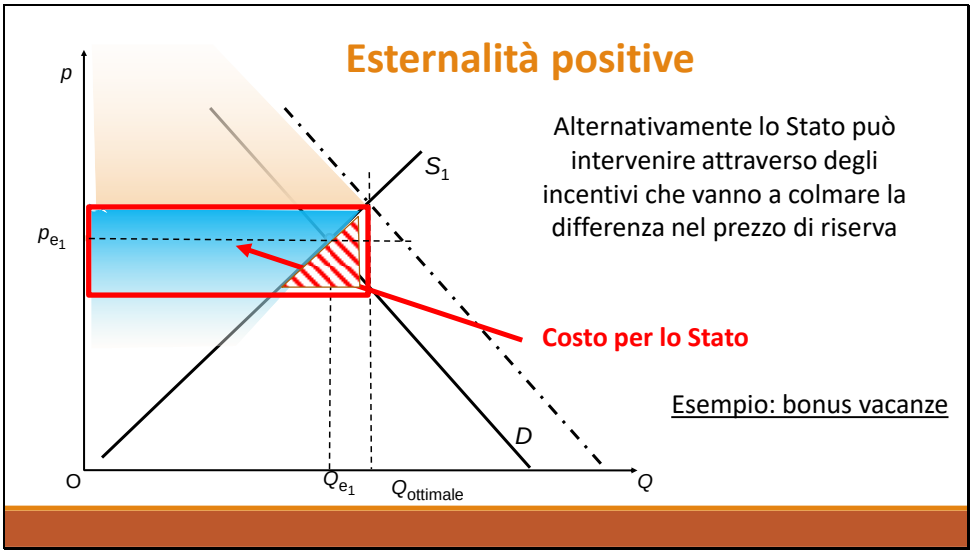
La tassa Pigouviana è pari al costo esterno associato all'attività di produzione e/o consumo del bene. Con l'applicazione di questa tassa, il costo viene «internalizzato», cioè subito dai consumatori e dai produttori del bene.

Si ha una perdita secca dovuta alla tassazione, che sarà ripartita tra venditori e consumatori del bene in modo diverso a seconda delle elasticità relative delle curve di domanda e offerta

Diapositiva 11



Diapositiva 12



Diapositiva 13