



---

**Original Article: ASCIUGACAPPELLI E PARADOSSI CAMPO DELLE PRESTAZIONI SOCIALI**

**Citation**

Popov E.V, Katz I.S. Asciugacapelli e paradossi campo delle prestazioni sociali. *Italian Science Review*. 2014; 7(16). PP. 379-382.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/july/Popov.pdf>

**Authors**

E.V. Popov, Institute of Economics, The Ural Branch of Russian Academy of Sciences.

I.S. Katz, Institute of Economics, The Ural Branch of Russian Academy of Sciences.

Submitted: July 15, 2014; Accepted: July 25, 2014; Published: July 31, 2014

L'evoluzione delle relazioni pubbliche ha mostrato una tendenza alla crescita costante della spesa del settore pubblico. Rivelare le ragioni di tali tendenze evolutive può notare i cambiamenti generali nell'organizzazione della vita sociale che si sono verificati nel corso dell'ultimo secolo: la crescita del numero e le dimensioni delle città, la crescente complessità delle infrastrutture, sviluppo del business e preferenze sociali. Anche sulla crescita della domanda di beni pubblici è influenzata da tendenze come i cambiamenti nelle strutture familiari, dal tradizionale al nucleo, il rafforzamento del ruolo dello sviluppo intellettuale delle giovani generazioni, i cambiamenti strutturali nell'economia, caratterizzato dalla transizione verso la società dell'informazione. Inoltre, la crescita evolutiva del settore reparto è determinata dalla sua inerzia rispetto al settore dei beni privati, in cui l'attuazione dei bisogni sociali deve passare attraverso tutte le fasi del processo decisionale, in modo che possa non con l'urgenza di rispondere alle mutevoli esigenze della popolazione. [1]

L'espansione del settore pubblico dovuta anche a cause politiche, psicologiche ed economiche di un certo numero di paradossi. Il primo dei menzionati nella

letteratura è stato il paradosso del voto, Condorcet J. identificato e sviluppato nelle opere di K. Arrow [2]. Il paradosso del voto - è una situazione che si pone nel corso della determinazione preferenze sociali, e mostrando che la votazione sulla base della regola della maggioranza non prevede l'identificazione delle preferenze attuali della società sui benefici economici. Come si è scoperto, la procedura di voto influenza fortemente il risultato del processo decisionale collettivo, e un sistema di voto ideale non esiste. Il paradosso di non votare vi dà solo la possibilità di spiegare perché le decisioni spesso non sono interessi rilevanti della maggioranza, ma anche dimostra perché il risultato della votazione si presta alla manipolazione [3, p. 468].

Il secondo fenomeno sorprendente tradizionalmente individuato nella letteratura ed è una caratteristica importante del campo di prestazioni sociali - un fenomeno *fridayderstva* generatrice paradosso preferenze nascoste. Essere realmente interessati a determinati tipi di beni pubblici, i consumatori non tendono a identificare le loro preferenze, in quanto in questo caso si può ottenere questo beneficio per libero. Il paradosso è che, da un lato, porta a un punteggio pari a zero *fridayderstvo* utilità individuale di beni

pubblici, e quindi il valore di zero sociale di questi benefici, e dall'altro, beni pubblici, essendo teoricamente ovvio dell'oggetto dell'attività stato dovrebbe avere un valore non nullo di pubblico [4, p.10]. Nella pratica del settore pubblico, questo è implementato come una "debolezza Odyssey" [4, p. 24], che si manifesta nella mancanza di volontà della popolazione a pagare il prezzo reale per i servizi pubblici, allo stesso tempo si impegna a pagare lo stesso prezzo attraverso il meccanismo della tassazione dei loro redditi.

Di illusione frirayderstva implica il seguente paradosso che caratterizza il funzionamento del settore dei beni pubblici - il paradosso del consumismo, che si manifesta in una maggiore propensione al consumo di beni pubblici rispetto ai privati. Essere rappresentati sotto forma di beni privati e dovrà essere corrisposto direttamente al consumo di beni e servizi hanno una domanda molto inferiore a quello di essere rappresentati sotto forma di beni pubblici e pagato allo stesso ritmo, ma sotto forma di detrazioni fiscali. In questo caso, una illusione priva di ripetizioni, che è caratterizzato dalla presenza di un ritardo di tempo tra la consegna e il consumo. Vi è quindi la necessità di rivalutazione di beni pubblici considerati come "valore aggiunto" e consumati direttamente o sotto forma di consumo differito.

Che le esigenze del settore rapporti beni pubblici della popolazione è anche a causa dell'esistenza del paradosso di "ignoranza razionale". Da un lato, la popolazione è interessato alla massima soddisfazione possibile dei loro bisogni, d'altra parte, poiché la trasmissione di informazioni sulle esigenze non è diretta, come nel meccanismo di mercato e, indirettamente, attraverso il meccanismo della scelta dei rappresentanti, la richiesta di trasferimento è associato con le esigenze dei costi elettorali (cercare informazioni partecipazione alle elezioni, supervisione del candidato eletto). Il peso della sua voce nel meccanismo elettorale generale è talmente trascurabile che nega tutti i

benefici che vede individuo dalla partecipazione al processo elettorale [5]. Di conseguenza, se un individuo decide di accettare e partecipare alle elezioni, è dovuta non tanto un comportamento razionale come impulso mentale, il senso del dovere o di altri fattori psicologici. Il risultato del processo elettorale è tale che i dati di bilancio non riflettono l'opinione degli elettori, "anche quelli che sono membri della coalizione che ha portato la vittoria al loro candidato o partito" [6, p. 156].

Il paradosso di "ignoranza razionale" conduce ad un altro fenomeno relativo al processo elettorale - il paradosso della libertà, o il paradosso di "slave" (in termini di J. Buchanan [7]), che è quello di essere un fenomeno caratteristico della società libera moderna, sfera della volontà democratica è infatti una delle zone più non-free. Secondo Bourdieu, uno dei vincoli più forti alla libertà del mercato politico - giocatori professionisti, produttori e consumatori di prodotti politico; requisiti per la competenza dei loro più dura per tutto il tempo: per esempio, per capire il significato di tutte le posizioni, programmi, applicazioni, soluzioni politiche e così via. deve essere ben guidato in tutto l'universo di proposte politiche che elettore comune non è disponibile [8]. Limitatori di libertà in questo caso sono la limitata gamma di posizioni politiche, manifestazione univariata della sua decisione attraverso il meccanismo delle elezioni, esige il professionismo politico eletto, ecc In questo caso, anche se l'elettore ha una posizione chiara sulle preferenze individuali dei beni pubblici desiderati e priorità politiche, tecnologie moderne di marketing politico è così forte che l'elettore non ha immunità contro il potente campagna di propaganda volta a sua condanna [9]. Se stessi come attori politici in virtù delle leggi del mercato politico come raramente hanno piani per completare l'adesione alla posizione espressa delle elezioni, perché, in primo luogo, il loro comportamento è diretto non principalmente alla

massimizzazione del benessere sociale, e per estrarre rendite politiche, e in il secondo è che agiscono all'interno delle date istituzioni politiche che determinano il meglio per le loro posizioni di partenza e slogan della campagna, gli attributi competitive, la "corretta" visione della realtà e l'importanza delle priorità. Il risultato di questo processo elettorale non riflette le aspettative e le preferenze degli elettori, nonostante il fatto che la loro voce come un vettore di "libertà di scelta", è stata presa in considerazione. Inoltre, nel territorio di un paese ha un sistema di restrizioni sui diritti degli elettori non sono tutti i viventi nella zona riconosciuta come cittadini, non tutti i cittadini hanno il diritto di voto e possono essere nominati come candidati. E soprattutto - la proposta di campagna candidati promesse riguardano soltanto le posizioni comuni su alcuni (di solito abstract) termine, i valori specifici delle stesse voci del bilancio, attuate nel periodo attuale non sono disponibili influenza degli elettori ordinaria.

Sul paradosso della libertà è strettamente legato allocato J. Buchanan "minaccia di Leviathan", vale a dire la minaccia di una crescita incontrollata di stato espropriazione dei loro diritti di individui. Generato da burocrazia statale è inefficiente, secondo Buchanan, per tre motivi. In primo luogo, la burocrazia male che lei non sceglie in termini di valori economici gente, ma da altri criteri. In secondo luogo, la burocrazia crea una relazione di dipendenza tra i power-ricchi e il pubblico. In terzo luogo, la lotta per l'accesso alle prestazioni di valore è uno spreco di risorse della società [10, p. 110]. William Niskanen, che ha studiato in dettaglio il fenomeno della burocrazia, fa notare che, mentre alti funzionari governativi sono formalmente "servitori della società", mover delle loro attività, principalmente l'interesse è una carriera che è naturalmente trasformata in espansione li ha portati a istituzioni e tenta di aumentare il bilancio destinato mezzi [11]. Così, la burocrazia ha una forte dinamica interna, rendendo l'inevitabile aumento del numero

dei dirigenti e il grado di intervento del governo. Come risultato, la burocrazia (insieme a tutti lavoro nei dipendenti pubblici) inizialmente impressa con costi e inefficienza [12]. Inoltre, ha prodotto i suoi servizi sono di qualità scadente e necessariamente non soddisfano le richieste e le esigenze dei cittadini [13, p. 43]. E la ragione - l'esistenza del fenomeno di "altri comportamenti" quando "altre persone" (politici e burocrati) nelle loro preferenze per conto della società non sono guidati da fondi personali e pubblici [4, p. 42]. Non importa quanto alto sia il auto-identificazione delle persone con l'azienda eletto, la differenza nel loro atteggiamento di finanza personale e il pubblico è evidente.

Come risultato della funzione politica di ottimizzazione del benessere sociale è nettamente diverso dai valori ottimali reale dal punto di vista della società. [14] Riassumendo, possiamo rappresentare la posizione dei politici e degli elettori circa il mercato dei beni pubblici sotto forma di un semplice non-cooperativo modello di gioco odnoraundnoy. Secondo l'analisi in relazione agli attori politici del mercato: l'elettore - produzione del cliente delle merci e politiche pubbliche - l'organizzatore della fornitura di beni pubblici, le seguenti strategie si formano, che descrive la preferenza per i privati (h) e i (a) benefici pubblici:

Supporto strategico:

$$P = (P_a; P_h); R_a \succ P_h \quad (1)$$

La strategia del votante:

$$V = (V_a; V_h); V_a \succ V_h \quad (2)$$

Payoff a ciascuno dei partecipanti per ciascuna della posizione strategica della matrice è descritto in Figura 1.

Come si può vedere, per ciascuno dei giocatori, c'è una strategia dominante - la preferenza di beni pubblici a ceteris paribus privato. Come risultato, l'equilibrio di Nash è raggiunto in  $(R_a, V_a)$  ed è completamente stabile.

Questo gioco dimostra che, nonostante i fallimenti nel settore pubblico rispetto agli

argomenti privati e ragionate degli economisti, confermando chiaramente il vantaggio del settore privato in tutte le situazioni in cui è possibile, il suo sviluppo in una prospettiva storica è caratterizzata dall'espansione evolutiva e non ha alcuna tendenza a riduzione.

**References:**

1. Katz, I.S. 2012. The problem of goal-setting in the public sector//Journal of Economic Theory. № 4. pp.202-205.  
 2. Arrow, K. 1951. Social Choice and Individual Values.  
 3 Nureyev, R. 1997. James Buchanan and the theory of public choice. Moscow.  
 4 Rubinstein, A.J. 2007. On the question of the expansion of "pure theory of public expenditure". Moscow.  
 5. Popov, E.V. 2012. Transactions and Institutions//Montenegrin Journal of Economics. pp.115-124  
 6. Buchanan, J.M. 1975. The Limits of Liberty. Chicago.

7. Buchanan, J. 1997. Limits to freedom. Between anarchy and Leviathan. Moscow.  
 8. Bourdieu's, P. 1993. Sociology of politics. Moscow.  
 9. Popov, E.V., Katz, I.S. 2009. Institutional features of the evolution of public goods sector//Herald Ural State Technical University. Series "Economics and Management". № 5. pp.4-18.  
 10. Buchanan, J. 1993. Minimum politicization of the market order/From Plan to Market: The Future of the post-communist states. Moscow.  
 11. Niskanen, W.A. 1971. Jr. Bureaucracy and Representative Government.  
 12. Popov, E.V. 2011. Transactional measurement institutes/Economics of contemporary Russia. № 2. pp.25-40.  
 13. Morozova, E.G. 1999. Political market and political marketing: concepts, models and technologies. Moscow.  
 14. Popov, E.V., Katz, I.S. 2013. Social attractiveness of the area for public goods//Society and Economy. № 6.

		Politico	
		$P_a$	$P_h$
Elettore	$V_a$	10 6	1 7
	$V_h$	8 4	3 3

Fig. 1. Modello di condotta e politiche degli elettori Gioco

The article is written with support from Russian Humanitarian Science Foundation, Project # 14-06-00024a