**תרגיל להגשה – כשלי שוק וכשלי ממשל**

כשל השוק שניתן לזהות במקרה של ההפצה חסרת התקדים של אוקסיקונטין ברחבי ארצות הברית הוא פער מידע. מצב שבו לאחד הצדדים בעסקה יש “יתרון במידע”, כלומר מחזיק בידע שאין לצד השני לגבי המוצר. יתרון במידע עלול להביא לכך שמוצר “גרוע” יסופק בכמות גדולה מהרצוי ושמוצר “טוב” יסופק בכמות נמוכה מהרצוי. במקרה הזה, מוצר אשר מזיק למשתמשים בו ובסופו של דבר מזיק גם לחברה כולה סופק בכמות גדולה מהרצוי בגלל פער מידע בין החברה שיצרה את אותו משכך כאבים לבין הFDA (מנהל המזון והתרופות של ארה”ב). בדקה 7:10 בפרק מדברים בדיוק על השאלה איך הFDA אישר תרופה שיש בה כמות גדולה מאוד של חומר פעיל ביחס לתרופות דומות. הם מציינים שחברת התרופות אמרה לFDA שאנשים יתמכרו פחות לתרופה הזאת ואלו שמכורים לתרופות מהסוג הזה ייקחו דווקא תרופות שמתפרקות מהר יותר בגוף.

על מנת להתמודד עם כשל השוק במקרה הזה, מדינות שונות בארצות הברית “הענישו” את החברה (כמו גם חברות נוספות שמייצרות את הסוג הזה של משכך כאבים) באמצעות קנסות כספיים גדולים ואף פירוק החברה שבבעלות משפחת סאקלר. לדעתי הכלי הזה לא התמודד בצורה אפקטיבית עם כשל השוק. אמנם הממשל בארצות הברית הבין סוף סוף את הבעיה שיצר במהלך העשורים האחרונים, אך בחר לפעול כנגד החברות הספציפיות שמייצרות את התרופה במקום לטפל בבעיה מהשורש ולשקם את האנשים שנפגעו ממנה. על מנת לטפל בכשל השוק בצורה אפקטיבית יותר לדעתי, צריך להגדיל את שקיפות המידע של חברות התרופות ולחייב אותן לפרסם מידע מסוים אודות התרופות לציבור גם אם אינן חברות ציבוריות.

כשל הממשל שניתן לזהות במקרה הזה הוא שבי של הרגולציה. אחת הסיבות לכך שהתרופה נהייתה כל כך פופולרית והופצה בכמות רבה כל כך, היא הקשר הקרוב בין רופאים לבין חברות התרופות. קשר זה התהדק כל כך עד למצב שלא ניתן להבחין איפה נגמר תפקיד הרופא שאמור לפקח ולבחון את אותן תרופות בצורה אובייקטיבית לבין חברות התרופות ואנשים השיווק שלהן. לדוגמה ב12:30 מדברים על כמות כנסי הרופאים שאותה חברה ממנה על מנת לקדם את התרופות שלה.

עובר